

**ANALISIS SENTIMEN PUBLIK PROPAGANDA #ASALBUKAN02 PADA MASA  
KAMPANYE 2024 DI MEDIA SOSIAL X**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Muhammad Zidan Hidayatullah

201810040311307

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A (Hons)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

## Lembar Pengesahan

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Zidan Hidayatullah




201810040311307

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Senin, 2 September 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Moch. Fuad Nasvian, S.Ikom., M.Ikom. (  )
2. Rachmania Santoso, M.Ikom. (  )
3. Widiya Yutanti, M.A. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Fauzan Kijal, S.IP., M.Hub.Int.

**ANALISIS SENTIMEN PUBLIK PROPAGANDA #ASALBUKAN02 PADA  
MASA KAMPANYE PILPRES 2024 DI MEDIA SOSIAL X**

Dijjukan Oleh :

Muhammad Zidan Hidayatullah  
201810040311307

Telah disetujui  
Senin, 2 September 2024

Pembimbing 1



Widya Yufanti, M.A.

Wakil Dekan I



Nasrullah, S.P., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# Surat Pernyataan



## SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Muhammad Zidan Hidayatullah

NIM : 201810040311307



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 8 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



M. Zidan Hidayatullah



Kampus I  
Jl. Baniwang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Pusat)  
F. +62 341 466 435

Kampus II  
Jl. Bendiungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 561 149 (Pusat)  
F. +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raja Tegomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 378 (Pusat)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# Lembar Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

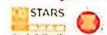
Nama : Muhammad Zidan Hidayatullah  
NIM : 201810040311307  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X

Disetujui,  
Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 480 435

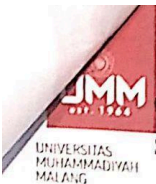
### Kampus II

Jl. Bendungan Sulani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

### Kampus III

J. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# Surat Keterangan Bebas Kuliah



\*) Coret yang tidak perlu

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Muhammad Zidan Hidayatullah

NIM : 201810040311307

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester dua belas (12) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan BEBAS KULIAH

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 8 Agustus 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus 1  
Jl. Rawibon 1 Malang Jawa Timur  
Telp. 041 883 252 (rekening)  
F. 041 881 480 435

Kampus 2  
Jl. Pundungan Selatan No. 100 Malang Jawa Timur  
Telp. 041 881 540 (rekening)  
F. 041 881 587 080

Kampus 3  
Jl. Raya Tugu No. 100 Malang Jawa Timur  
Telp. 041 881 519 (rekening)  
F. 041 881 480 435  
E. [info@umm.ac.id](mailto:info@umm.ac.id)

# Surat Keterangan Siap Diuji



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2024



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Zidan Hidayatullah  
No. Induk Mahasiswa : 201810040311307  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 8 Agustus 2024  
Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)



Kampus I  
Jl. Baniwang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 453 (Hunting)  
F: +62 341 551 335

Kampus II  
Jl. Pongdjojo-Sutomo No.158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 749 (Hunting)  
F: +62 341 551 600

Kampus III  
Jl. Raya Tropicus No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 278 (Kuring)  
F: +62 341 403 475  
E: webmaster@umm.ac.id

# Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:\*)

Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X

Oleh:

Nama : Muhammad Zidan Hidayatullah

NIM : 201810040311307

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 8 Agustus 2024

Pembimbing I/Promotor

Widiya Yutahti, M.A.(Hons)

NIP. 1030309396



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 460 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@ummal.ac.id



## Tanda Terima Plagiasi



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Muhammad Zidan Hidayatullah

NIM : 201810040311307

Hasil Plagiasi :  $\frac{3}{7}$   $\frac{4}{7}$   $\frac{8}{7}$

BAB I	45	24	19	
BAB II	34	21	15	
BAB III	27	16		

$\frac{3}{7}$   $\frac{4}{7}$

BAB IV	3			
BAB V	17			
BAB VI				

Malang, 03 Juli 2024

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG


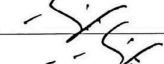
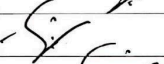

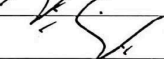
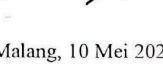
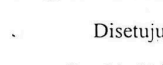
M. Dasuki



## Berita Acara Bimbingan Skripsi

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : M. Zidan Hidayatullah
2. NIM : 201810040311307
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X
- 5.
6. Pembimbing : Widiya Yutanti, M.A. (Hons)
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
24 Januari 2024	Pengajuan Judul & Bab 1,2,3	
5 Maret 2024	Revisi Bab 1,2,3	
9 Maret 2024	Acc Penelitian	
23 April 2024	Revisi Bab 3&4	
25 April 2024	Acc Bab 3,4,5+Abstrak	
10 Mei 2024	Seminar hasil	
... Juni 2024	Acc seluruh naskah	

Malang, 10 Mei 2024

Disetujui,  
Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

## Berita Acara Seminar Hasil

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Selasa tanggal 10 Mei 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

Nama : M. Zidan Hidayatullah  
NIM : 201810040311307  
Konsentrasi Studi : Ilmu Komunikasi, Peminatan Jurnalistik  
Judul Skripsi : Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X

Dihadiri oleh Dosen Penguji

1. Moch. Fuad Nasvian S.I.Kom., M.I.Kom

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing

2. Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Dan dihadiri oleh sejumlah 24 Mahasiswa (presensi terlampir).

Penyajian dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~ dengan nilai B.....

Mengetahui,

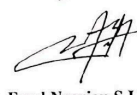
Malang, 10 Mei 2024

Dosen Pembimbing



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

Dosen Penguji



Moch. Fuad Nasvian S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMM



Nasrullah, M.Si

## Daftar Hadir Seminar Hasil

### DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

Nama Lengkap	NIM
Elang Gunung Jati	201810040311342
Putra Athallah	201810040311337
Ahmad Malhan	201810040311346
Muhammad Ammar Raihan	201810040311517
Rifqy Naufal Pratama	201810040311120
Tio Feby Saputra	201810040311130
Widelia Asyafaa	BINUS-2440106491
Duta Ramadhan	202010040311198
Bambang Faisal Apriansyah	202010040311456
Fitria Malida Ahya	202010040311580
Syahra Apria Putri	UM-200422420954
Rizal Bagus Achmad Affandi	202010040311309
Airlangga Dansiwara	202020040311184
Amalia Hakim Doman	202010040311015
Amalia Rizky Indah Permadani	202010040311072
Namira Rizky Annisa	202010040311192
Ghozi Kamaluddin Daffa	202110040311191
Luthfiah Zafirah	202010020311244
Tiara Naila Prihatmo	202010040311024
Rakha raja sangkala	202010040311581
Muhammad Alfian H, S.I.Kom.	201810040311401

Astrid Zuraida	UM-200413623395
Nadila Parastuti	202010040311168
Balqis Alfira Haiqal	202010040311157

Malang, 10 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

## Abstrak

### ABSTRAK

Muhammad Zidan Hidayatullah, 201810040311307, Analisis Sentimen Publik Propaganda #ASALBUKAN02 di Masa Kampanye PILPRES 2024 Pada Media Sosial X, halaman 91, referensi 75, Skripsi 2024

**Kata kunci :** Analisis sentimen, Propaganda politik, Pilpres 2024.

Tahun 2023 dan 2024 merupakan tahun politik dengan diadakannya pemilu pada 14 Februari 2024, meliputi pilpres dan pileg. Masyarakat terlibat dengan memberikan pendapat tentang janji kampanye dan program para Capres dan Cawapres, yang sering kali disampaikan melalui media sosial X (Twitter). Keterlibatan netizen dalam pilpres mencerminkan perhatian publik terhadap kandidat, meskipun tidak selalu berupa dukungan, melainkan juga penentangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis sentimen di media sosial X terhadap gerakan #AsalBukan02 menggunakan TextBlob, serta mengkategorikan sentimen terkait gerakan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan teori komunikasi politik dan metode kualitatif untuk mengetahui atau menghasilkan uraian-uraian dari angka atau data-data tentang kecenderungan kemunculan opini yang diunggah dalam media sosial X dalam lingkup atau fenomena #AsalBukan02. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis sentimen yang mengandalkan perpustakaan Python, yaitu TextBlob.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa analisis sentimen pada media sosial X terhadap gerakan #AsalBukan02 menggunakan TextBlob menghasilkan temuan yang signifikan. Pengumpulan data tweet yang melibatkan proses crawling data menghasilkan 663 tweet, yang kemudian di filter menjadi 570 tweet setelah menghilangkan spam tweet. Setelah melalui proses preprocessing, tweet-tweet tersebut diubah bahasa menjadi bahasa Inggris untuk memudahkan analisis sentimen menggunakan TextBlob. Hasil analisis sentimen menunjukkan distribusi yang beragam, dengan sentimen positif (255 tweet, 44.74%), diikuti oleh tweet netral (209 tweet, 36.51%) dan tweet negatif (106 tweet, 18.77%)

Malang, 29 April 2024

Pembimbing,



Widiya Yutanti, M.A (Hons).

Peneliti



Muhammad Zidan Hidayatullah

## Kata Pengantar

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Sentimen Publik Propaganda #AsalBukan02 pada Masa Kampanye Pilpres 2024 di Media Sosial X**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil, secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Terutama, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kesehatan, serta mengabdikan usaha dan doa yang dipanjatkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses pengerjaan skripsi ini..
2. **Orang tua**, Bapak Amin dan Ibu Ida yang selalu memberikan doa, dukungan moril, dan materil yang tiada henti.
3. **Kedua kakak-kakak**, Mas Andi dan Mbak Rosi yang menjadi mentor, teman dan kakak yang selalu ada dan menyemangati saya dalam segala aktifitas yang saya jalani.
4. **Ibu Widiya Yutanti, M.A (Hons)**, selaku dosen pembimbing, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
5. **Para dosen dan staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**, Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama masa studi.
6. **Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi**, atas dukungan, motivasi, serta kebersamaan yang sangat berarti.
7. **Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu**, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyelesaikan kata pengantar ini dengan harapan bahwa skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang Ilmu Komunikasi. Segala perjuangan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak sangatlah berarti bagi penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya. Penulis juga menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dan kritik membangun sangatlah diharapkan guna perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut serta dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

Malang, 23 Agustus 2024

Penulis



Muhammad Zidan Hidayatullah

## Daftar Isi

<b>Lembar Pengesahan</b> .....	<b>I</b>
<b>Surat Pernyataan</b> .....	<b>III</b>
<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b> .....	<b>IV</b>
<b>Surat Keterangan Bebas Kuliah</b> .....	<b>V</b>
<b>Surat Keterangan Siap Diuji</b> .....	<b>VI</b>
<b>Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi</b> .....	<b>VII</b>
<b>Tanda Terima Plagiasi</b> .....	<b>VIII</b>
<b>Berita Acara Bimbingan Skripsi</b> .....	<b>IX</b>
<b>Berita Acara Seminar Hasil</b> .....	<b>X</b>
<b>Daftar Hadir Seminar Hasil</b> .....	<b>XI</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>XIII</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>XIV</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>XV</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>XVII</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>XVII</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Komunikasi Massa.....	7
2.1.1 Karakter Komunikasi Massa.....	8
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	10
2.1.3 Elemen Komunikasi Massa.....	11
2.2 Komunikasi Politik.....	15
2.2.1 Bentuk-Bentuk Komunikasi Politik.....	16
2.3 New Media.....	18
2.3.1 Karakter New Media.....	19
2.4 Media Sosial.....	20
2.4.1 Jenis Media Sosial.....	21
2.5 X.....	22
2.5.1 Fitur X.....	23
2.5.2 X API.....	24
2.5.3 Search API X.....	24



2.5.4 Struktur Data X.....	25
2.6 Analisis Sentimen.....	26
2.6.1 Bentuk-Bentuk Kelas Analisis Sentimen.....	28
2.7 Text Mining.....	28
2.7.1 Tahapan Text Mining/Preprocessing.....	29
2.8 TextBlob.....	32
2.9 Support Vector Machine (SVM).....	33
2.10 Confusion Matrix.....	34
2.11 Politik.....	36
2.12 Propaganda.....	38
2.12.1 Tujuan Propaganda.....	40
2.12.2 Tipe Propaganda.....	40
2.12.3 Bentuk-Bentuk Propaganda.....	41
2.13 Pemilihan Umum.....	42
2.13.1 Pemilihan Presiden.....	43
2.14 Penelitian Terdahulu.....	44
2.15 Struktur kategori.....	48
<b>BAB III.....</b>	<b>50</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.2 Dasar Penelitian.....	50
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	50
3.4 Objek Penelitian.....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
<b>BAB IV.....</b>	<b>55</b>
<b>SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum #AsalBukan02.....	55
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	57
4.2.1 Struktur Jaringan Komunikasi.....	57
4.2.2 Content Category.....	59
4.2.3 Public Emotion.....	61
4.2.4 Support Vector Machine & Confusion Matrix.....	64
4.3.5 Analisis Sentimen.....	68
<b>BAB V.....</b>	<b>81</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	82
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>83</b>

## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Contoh proses case folding.....	30
Tabel 2.2 Contoh proses Word Normalize.....	30
Tabel 2.3 Contoh proses stopword removal.....	31
Tabel 2.4 Contoh proses Tokenizing.....	31
Tabel 2.5 Contoh proses stemming.....	32
Tabel 2.6 Peneliti terdahulu.....	48
Tabel 2.7 Kumpulan kata positif.....	48
Tabel 2.8 Kumpulan kata negatif.....	49
Tabel 2.9 Kumpulan kata netral.....	49
Tabel 4.1 Tabel Social Network Analysis.....	58
Tabel 4.3 Content category.....	60
Tabel 4.2 Public Emotion.....	63
Tabel 4.4 Top tweets sentiment positive.....	73
Tabel 4.5 Top tweets sentiment negative.....	76
Tabel 4.6 Top tweets sentiment netral.....	79

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet. Sumber: Riyanto (2023) Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2023.....	2
Gambar 1.2 Data pengguna X di Indonesia. Sumber: Databoks (2023) Ada 27 Juta Pengguna Twitter di Indonesia, Terbanyak ke-4 Global.....	5
Gambar 3.1 Teknik analisis data.....	52
Gambar 4.1 Tweet Fedi Nuril. Sumber: Rendy. (2024). Trending di X Twitter, Diserang Buzzer Fedi Nuril Tegas Tidak Pilih Prabowo: Asal Bukan 02.....	57
Gambar 4.2 kode struktur jaringan.....	57
Gambar 4.3 Visualisasi jaringan.....	58
Gambar 4.4 kode Content Category.....	59
Gambar 4.5 Content Category visualization.....	60
Gambar 4.6 kode public emotion.....	62
Gambar 4.7 contoh tweet sentimen positif 1.....	63
Gambar 4.8 kode Support Vector Machine & Confusion Matrix.....	65
Gambar 4.9 hasil kode Support Vector Machine & Confusion Matrix.....	66
Gambar 4.10 infografis kata-kata yang sering muncul.....	69
Gambar 4.11 wordcloud kata.....	69
Gambar 4.12 infografis analisis sentimen.....	70

## Daftar Pustaka

- Agarwal, A., Xie, B., Vovsha, I., Rambow, O., & Passonneau, R. J. (2011, June). Sentiment analysis of twitter data. In *Proceedings of the workshop on language in social Media (LSM 2011)* (pp. 30-38).
- [Arti kata propaganda - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#). Diakses 03 Februari 2024.
- [Arti kata sentimen - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#). Diakses 30 Januari 2024.
- Annur.Cindy Mutia. (2023). [Ada 27 Juta Pengguna Twitter di Indonesia, Terbanyak ke-4 Global](#). Databoks.katadata.co.id. Diakses pada 30 Januari 2024.
- Ardiani, L., Sujaini, H., & Tursina, T. (2020). Implementasi sentiment analysis tanggapan masyarakat terhadap pembangunan di Kota Pontianak. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 8(2), 183-190.
- Arifidin, S. (2016). *Pembangunan Aplikasi Rekomendasi Berita Berbasis Preferensi Pengguna Twitter* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Arifin, A. (2003). *Komunikasi politik: paradigma, teori, aplikasi, strategi komunikasi politik Indonesia*. Balai Pustaka.
- Arsatya, R. I. A. (2023). *ANALISIS SENTIMEN TWITTER TERHADAP PERNIKAHAN DIUSIA MUDA MENGGUNAKAN METODE SUPPORT VECTOR MACHINE (SVM)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA).
- Ary, Joanita. (2024). [VIDEO Viralnya Tagar AsalBukan02 dan Gerakan Salam 4 Jari Untungkan Timnas Amin?](#) Wartakota.tribunnews.com. Diakses pada 20 Maret 2024.
- B. Liu. (2011). *Web Data Mining: Exploring Hyperlinks, Contents, and Usage Data*, Second Edition, New York: Spinger
- Bachtiar, A. Y. C., & Savitri, Z. (2015). *Propaganda media: teori dan studi kasus aktual: pemberitaan Jokowi, ketegangan Palestina-Israel, teror ISIS, dan pemingkaiian media sosial*. Mitra Wacana Media.
- Basri, Seta. (2011). *Pengantar Ilmu Politik*. Yogyakarta: Inside Book Center.
- Budiardjo, M. (2003). *Dasar-dasar ilmu politik*. Gramedia pustaka utama.
- Budiharto, W., & Meiliana. (2018). *Analisis Sentimen pada Media Sosial Menggunakan Pembelajaran Mesin*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Cahyono, Y. (2017). Analisis Sentiment pada Sosial Media Twitter Menggunakan Naïve Bayes Classifier dengan Feature Selection Particle Swarm Optimization dan Term Frequency. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 2(1), 14.
- Cangara, H. (2010). *Komunikasi politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta : Rajawali Pers

- Claussen, J., & Peukert, C. (2019). Obtaining Data from the Internet: A Guide to Data Crawling in Management Research. Available at SSRN 3403799.
- Creswell, J. W. (2010). Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Davidov, D., Tsur, O., & Rappoport, A. (2010, August). Enhanced sentiment learning using twitter hashtags and smileys. In *Coling 2010: Posters* (pp. 241-249).
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17(2), 124-129.
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (1975). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial expressions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ekman, P. (1982). *Emotion in the human face*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ekman, P. (1993). Facial expression and emotion. *American Psychologist*, 48(4), 384-392.
- Eriyanto. (2011). Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. (2014). Analisis Jaringan Komunikasi Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Prenadamedia Group.
- Go, A., Bhayani, R., & Huang, L. (2009). Twitter sentiment classification using distant supervision. *CS224N project report, Stanford*, 1(12), 2009.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. *KOMUNIKASI MASSA*.
- Handayani, E. T., & Sulistiyawati, A. (2021). Analisis Setimen Respon Masyarakat Terhadap Kabar Harian Covid-19 Pada Twitter Kementerian Kesehatan Dengan Metode Klasifikasi Naive Bayes. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(3), 32-37.
- Harfied, C. (2009). Komunikasi politik: konsep, teori, dan strategi.
- HARIYANTO, M. R. (2019). *ANALISIS SENTIMEN TOKOH POLITIK DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES DAN SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK).
- Hartanto. (2017). Text Mining dan Sentimen Analisis Twitter Pada Gerakan LGBT. *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(1), 18-25
- Hiebert, R.E., Ungurait, D.F., & Bohn, Thomas W. (1985). Mass media IV, an introduction to modern communication. New York: Longman. <https://thepowerofmedia.wordpress.com/tag/uses-and-gratifications-theory/>
- Hilda Kusumahadi, S., Junaedi, H., & Santoso, J. (2019). Klasifikasi Helpdesk Menggunakan Metode Support Vector Machine. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 4(1), 54-60. <https://doi.org/10.30591/jpit.v4i1.1125>

- Hudaya, C. S., Fakhurroja, H. and Alamsyah, A. (2019) 'Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Brand Go-Jek Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Sentiment Analysis Dan Topic Modelling', *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), pp. 664–673. Doi: 10.52160/ejmm.v3i6.244.
- Huntington, S. P. (1995). *Gelombang Demokrasi Ketiga. Terjemahan. Asril Marjohan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.*
- Ilham, Syalutan. (2024). Muncul Gerakan Salam 4 Jari dan Tagar #AsalBukan02, Timnas Amin: Akibat Pemerintah Berpihak. Kompas.com. Diakses pada tanggal 03 September 2024.
- Imam Hidayat, 1948-. (2009). *Teori-teori politik / penulis, Imam Hidayat. Malang :: Setara Press,*
- Imran, H. A. (2012). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif (Sebuah Tujuan dengan Kasus pada Surat Kabar Rakyat Merdeka). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 16, No.1 Januari-Juni, 47-60.
- Inu, S.K. & Azhari. (2002). *Sistem Politik Indonesia*, Bandung: Refika Aditama.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Krippendorff, K. (1991). *Analisis isi: Pengantar dan Metodenya*. Rajawali Press.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT.Perdana Kencana.
- Kurnia, S. S. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life; social planning and action research. *Human relations*, 1(2), 143-153.
- Mangihot, Johannes. (2024). [Pose 2 Jari Muncul dari Dalam Mobil Kepresidenan, Apakah Ibu Negara Boleh Kampanye?](#) Kompas.tv. Diakses pada 3 Februari 2024.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa : Buku 2 edisi 6*. Jakarta : Salemba Humanika.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- Mubaroroh H. H., Hasbi Y., dan Agus R. (2022). Analisis Sentimen Data Ulasan Aplikasi Ruanguru pada Situs Google Play menggunakan Algoritma Naïve Bayes Classifier dengan Normalisasi Kata Levenshtein Distance. *Jurnal Gaussian*, 11(2), 248-257. DOI: <https://doi.org/10.14710/j.gauss.v11i2.35472>.
- Mukarom, Z. 2020. *Teori Teori Komunikasi*. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- N. Satria Ardhi. (2023). [Pandangan Pakar UGM Terkait Putusan MK Soal Batas Usia Capres-Cawapres](#). Ugm.ac.id. Diakses pada 3 Februari 2023
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- Normawati, D., & Prayogi, S. A. (2021). Implementasi Naïve Bayes Classifier Dan Confusion Matrix Pada Analisis Sentimen Berbasis Teks Pada Twitter. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(2), 697–711.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*.
- Nurhuda, F., Sihwi, S. W., & Doewes, A. (2016). Analisis sentimen masyarakat terhadap calon Presiden Indonesia 2014 berdasarkan opini dari Twitter menggunakan metode Naïve Bayes Classifier. *ITSmart: Jurnal Teknologi dan Informasi*, 2(2), 35-42.
- Nurhuda, Faishol. (2013). Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Calon Presiden Indonesia 2014 Berdasarkan Opini Dari Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Classifier. *Jurnal ITSMART*.
- Nursalim, M. P. (2019). Mitos di media sosial terkait Pilpres 2019. *PIKTORIAL: Journal of Humanities*, 1(1).
- Nurudin. (2012). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Pertiwi, M. W. (2019). Analisis sentimen opini publik mengenai sarana dan transportasi mudik tahun 2019 pada twitter menggunakan algoritma naïve bayes, neural network, KNN dan SVM. *Inti Nusa Mandiri*, 14(1), 27-32.
- Pratama, S. F., Andrean, R., & Nugroho, A. (2019). Analisis Sentimen Twitter Debat Calon Presiden Indonesia Menggunakan Metode Fined-Grained Sentiment Analysis. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 4(2), 39-44.
- Pratama, Y. R. (2019). Efektivitas Aplikasi Siprakastempra Terhadap Pelayanan Pkl Di Smk Muhammadiyah Prambanan Sleman. *SI Thesis, Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Pratiwi, R. W., H, S. F., Dairoh, D., Af'idah, D. I., A, Q. R., & F, A. G. (2021). Analisis Sentimen Pada Review Skincare Female Daily Menggunakan Metode Support Vector Machine (SVM). *INISTA: Journal of Informatics, Information System, Software Engineering and Applications*, 4(1), 40–46
- Pravina, A. M., Cholissodin, I., & Adikara, P. P. (2019). Sentiment Analysis About Airline Opinions on Twitter Documents Using Support Vector Machine (SVM) Algorithm. *Journal of Information Technology Development and Computer Science*, 3(3), 2789-2797.
- Rakhman, F. R., Ramadhani, R. W., & Kuncoroyakti, Y. A. (2021). Analisis sentimen dan opini digital kampanye 3M di masa Covid-19 melalui media sosial Twitter. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(01).
- Ramli, M. R. (2022). *ANALISIS SENTIMEN TERHADAP OPINI MAHASISWA TERKAIT PEMBELAJARAN DARING DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA NAÏVE BAYES CLASSIFIER DAN SVM DENGAN ADABOOST PADA MEDIA SOSIAL TWITTER* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi)

- Rendy. (2024). [Trending di X Twitter, Diserang Buzzer Fedi Nuril Tegus Tidak Pilih Prabowo: Asal Bukan 02](#). corenews.id. Diakses pada 20 Maret 2024.
- Riyanto, Andi Dwi. (2023). [Hootsuite \(We Are Social\): Indonesia Digital Report 2023](#). Andi.link. Diakses pada 15 Januari 2024.
- Robson, W. A. (1954). *The university teaching of social sciences: Political science*. Unesco.
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.
- Samsir, S., Ambiyar, A., Verawardina, U., Edi, F., & Watrianthos, R. (2021). Analisis Sentimen Pembelajaran Daring Pada Twitter di Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode Naïve Bayes. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(1), 157-163.
- Sanh, V., Debut, L., Chaumond, J., & Wolf, T. (2019). DistilBERT, a distilled version of BERT: smaller, faster, cheaper and lighter. *arXiv preprint arXiv:1910.01108*.
- Santoso, G. T. (2021). Analisis sentimen pada tweet dengan tagar #bpjsrasarentenir menggunakan metode support vectore machine (svm) skripsi.
- Saputra, Andien Putri A. (2024). [Tagar #AsalBukan02 Jadi Sorotan Warganet Jelang Pilpres 2024](#). Diakses 20 Maret 2024.
- Sobur, A. (2014). *Ensiklopedia komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Soltau, R. H. (1952). *An introduction to politics / Roger H. Soltau*. London: Longmans.
- Suanpang P., Pitchaya J., dan Phuripoj K. (2021). Sentiment Analysis with a TextBlob Package Implications for Tourism. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(6), 1-9.
- Suryono, S., Utami, E., & Luthfi, E. T. (2018). Klasifikasi Sentimen Pada Twitter Dengan Naive Bayes Classifier. *Angkasa J. Ilm. Bid. Teknol*, 10(1), 89.
- Suyanto, D. (2017). Data Mining untuk klasifikasi dan klasterisasi data. *Bandung: Informatika Bandung*.
- Sweetman, D., Badiee, M., & Creswell, J. W. (2010). Use of the transformative framework in mixed methods studies. *Qualitative inquiry*, 16(6), 441-454.
- Waskito, L. A., Lhaksmana, K. M., & Murdiansyah, D. T. (2019). Analisis Sentimen Terhadap Pemilihan Presiden Indonesia 2019 Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naïve Bayes. *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2).
- Wimmer, R. D. (2003). *Mass Media Research*, an. Belmont CA: Wadsworth Publishing.
- Zakiyuddin, A. (2018). Teknik Teknik Propaganda Politik Jalaludin Rakhmat. *Academia*

