

# BAB I

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pemilihan Umum sebagai bentuk penyelenggaraan demokrasi dalam sebuah proses pemilihan pemimpin di lembaga eksekutif atau perwakilan di lembaga legislatif merupakan suatu mekanisme penting yang menjamin partisipasi rakyat dalam menentukan arah pemerintahan. Pemilihan Umum ini dilaksanakan pada berbagai tingkatan, mulai dari tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi, hingga tingkat Nasional. Sebelum adanya Pemilihan Umum yang kita kenal saat ini, Indonesia telah menyelenggarakan pemilihan parlemen pertama kali pada tahun 1955, yang bertujuan

untuk

Capres	Positif	Netral	Negatif	Akurasi
Anies Baswedan	168	87	23	73%
Prabowo Subianto	163	126	18	79.8%
Ganjar Pranowo	284	6	17	79.4%

tahun

Indonesia mulai menerapkan sistem Pemilihan Umum untuk memilih Presiden secara langsung oleh rakyat. Pemilihan Umum yang paling baru diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024, yang menjadi bagian dari proses demokrasi untuk memilih pemimpin dan wakil rakyat yang akan menjalankan fungsi eksekutif dan legislatif. Proses ini tidak hanya memperkuat legitimasi pemerintahan, tetapi juga meningkatkan partisipasi politik masyarakat dalam sistem demokrasi. [1]

Di era modern ini, media sosial berfungsi sebagai platform kampanye yang sangat efektif dan efisien dibandingkan dengan media kampanye konvensional yang menggunakan atribut atau alat peraga dan pidato di ruang terbuka. Dengan jumlah pengguna internet aktif yang mencapai 4,2 miliar orang, terdapat sekitar 3,1 miliar

pengguna jejaring sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dan dalam waktu yang lebih singkat. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara calon pemimpin atau partai politik dengan pemilih, meningkatkan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses kampanye. Dengan demikian, media sosial menjadi alat yang semakin penting dalam strategi kampanye modern, menawarkan fleksibilitas dan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan secara lebih personal dan menarik.[2]

Penelitian mengenai prediksi elektabilitas kandidat presiden tahun 2024 pada media sosial Twitter menjadi topik yang menarik untuk dieksplorasi. Saat ini, dalam era di mana peran media sosial semakin dominan dalam membentuk pandangan dan pendapat publik, penting untuk memahami sentimen serta dukungan yang tercipta terhadap kandidat politik melalui platform seperti Twitter.

Twitter sendiri merupakan platform media sosial yang didirikan pada tahun 2006 dan telah menjadi salah satu platform paling populer di dunia. Pengguna Twitter dapat membuat kiriman singkat atau "tweet" dengan panjang maksimal 280 karakter. Platform ini banyak digunakan di Indonesia untuk berbagai tujuan, termasuk analisis sentimen. Sejumlah penelitian telah dilakukan untuk menganalisis sentimen tweet menggunakan pendekatan machine learning [3]

Selain itu, Twitter juga dimanfaatkan untuk meneliti tanggapan masyarakat terhadap program-program pemerintah, pada kasus kali ini adalah prediksi elektabilitas calon presiden berdasarkan sentimen pengguna twitter. Evaluasi sentimen dilakukan guna memeriksa reaksi yang bersifat positif, negatif, dan netral terhadap program tersebut. Pendekatan analisis sentimen yang diterapkan mencakup serangkaian langkah

seperti pengolahan data, persiapan data, pembuatan model data, evaluasi, dan penerapan. Hasil analisis dipresentasikan dalam bentuk visual seperti grafik, word cloud, dan time series.[4]

Dalam ranah analisis sentimen, terdapat beberapa metode yang dapat diterapkan untuk mengolah informasi. Salah satu dari metode tersebut adalah Naive Bayes Classifier, suatu teknik yang sering digunakan karena sifatnya yang simpel, efisien dalam pengolahan data, serta kemampuannya dalam memberikan tingkat akurasi yang signifikan. Kelebihan dari metode ini tercermin dalam kemudahannya dalam menginterpretasi data, kecepatan dalam proses analisis, dan kemampuan untuk memberikan hasil yang akurat dalam membedakan sentimen yang beragam.[5]

Dengan menggunakan algoritma ini pada data dari Twitter, kita dapat mengidentifikasi tren dan pola opini publik terkait kandidat presiden. Analisis sentimen yang dihasilkan dari tweet-tweet pengguna dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana kandidat dilihat oleh masyarakat, potensi dukungan yang mereka terima, serta isu-isu yang mungkin memengaruhi elektabilitas mereka.

Sebelumnya, Fajar Ratnawati melakukan penelitian pada tahun 2018 yang menerapkan metode naïve bayes classifier dalam mengevaluasi opini terhadap suatu film. Dalam penelitian tersebut, data diambil dari *platform* Twitter, terdiri dari total 400 data yang terbagi menjadi 200 tweet negatif dan 200 tweet positif. Hasil penelitian menunjukkan tingkat akurasi yang cukup tinggi menggunakan metode naïve bayes classifier, mencapai 90%.[6]

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menerapkan algoritma Naive Bayes Classifier pada data dari Twitter untuk memprediksi elektabilitas kandidat presiden dalam Pemilihan Presiden 2024. Melalui analisis ini, diharapkan dapat

memberikan pandangan yang lebih akurat dan mendalam terhadap preferensi serta pandangan publik terhadap kandidat, yang dapat menjadi informasi berharga bagi pihak terkait dalam memahami dinamika politik yang sedang berlangsung.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan interpretasi pada latar belakang sebelumnya membentuk suatu rumusan masalah. Dapat dirumuskan permasalahan seperti berikut:

1. Bagaimana algoritma Naive Bayes Classifier dapat digunakan untuk menganalisis sentimen terkait kandidat presiden 2024 pada media sosial Twitter?
2. Seberapa akurat prediksi elektabilitas kandidat presiden 2024 yang dapat diperoleh melalui analisis sentimen menggunakan Naive Bayes Classifier pada data Twitter?
3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi hasil prediksi elektabilitas kandidat presiden 2024 berdasarkan analisis sentimen di Twitter?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan algoritma Naive Bayes Classifier dalam menganalisis sentimen publik terkait kandidat presiden 2024 yang tercermin dalam data Twitter guna memprediksi elektabilitas mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur akurasi prediksi elektabilitas kandidat presiden berdasarkan analisis sentimen yang dihasilkan, memberikan pemahaman mendalam terkait opini dan dukungan publik terhadap kandidat, serta menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi hasil prediksi tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penting bagi pihak terkait, seperti tim kampanye dan analis politik,

dalam merancang strategi kampanye yang lebih efektif menuju pemilihan presiden 2024.

### **Batasan Masalah**

Batasan masalah berikut ini digunakan agar tulisan ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang ada, berikut ini adalah batasan masalah yang disesuaikan dengan rumusan masalah pada penelitian yang diambil:

1. Penelitian ini hanya akan menggunakan data dari media sosial Twitter untuk menganalisis sentimen terkait kandidat presiden 2024.
2. Fokus analisis sentimen terbatas pada periode tertentu menjelang pemilihan presiden 2024.
3. Penelitian ini hanya akan menggunakan algoritma Naive Bayes Classifier untuk menganalisis sentimen dan memprediksi elektabilitas kandidat.