

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Di era digital ini, media sosial merupakan salah satu tempat atau media untuk berekspresi dan berpendapat tentang berbagai macam topik. Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa (Brogan, 2011). Saat ini banyak sosial media yang digunakan oleh masyarakat Indonesia diantaranya Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, dan masih banyak lagi. Media sosial yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah media sosial Twitter.

Twitter adalah tempat yang tepat untuk berbagi ide, bank gagasan, tempat untuk mengumpulkan informasi, untuk menginspirasi pikiran, atau untuk melihat apa yang teman lakukan (Brogan, 2011). Twitter sebagai salah satu situs *microblogging* yang mengalami banyak perkembangan, terhitung pada 21 Maret 2019 Twitter genap memasuki usianya yang ke 13. Media sosial ini secara global memiliki 332 juta pengguna bulanan dengan 500 juta *tweet* (kicauan) dikirim setiap hari dan 200 miliar kicauan dalam setahun (Maulana, 2016). Banyak pengguna twitter yang melakukan posting ekspresi dan pendapatnya terhadap sebuah produk, layanan, isu politik atau hal – hal yang sedang viral.

Pada pemerintahan di seluruh dunia, twitter dimanfaatkan sebagai sarana untuk lebih dekat dengan masyarakat. Hal tersebut dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang apa yang diinginkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu, tren yang berkembang saat ini, pemerintah mencoba untuk bergerak lebih dekat ke model *citizen*

*centric*, di mana prioritas dan jasa akan didorong sesuai dengan kebutuhan masyarakat daripada kemampuan pemerintah (Arunachalam & Sarkar, 2013). Tren ini berkembang didasari oleh fenomena Arab Spring beberapa tahun yang lalu, bagaimana pemerintah dapat berdampak jika mengabaikan sentimen masyarakat. Tren tersebut memaksa pemerintah untuk berpikir ulang dan merancang kembali kebijakannya dalam berinteraksi dengan masyarakat. Untuk membangun pengetahuan tentang apa yang masyarakat inginkan bukanlah pekerjaan yang mudah, mengingat jumlah informasi yang dihasilkan oleh media sosial sangat besar. Untungnya, analisis sentimen atau *opinion mining* dapat berguna untuk kasus tersebut.

Pemerintahan Indonesia juga melakukan pendekatan ke masyarakat menggunakan media sosial seperti Twitter. Hal ini didasari oleh himbuan Menpan tentang pemanfaatan media sosial untuk pemerintah (Permenpan, 2012). Berdasarkan data survei digital 2020, Indonesia tercatat dengan jumlah pengguna Twitters sebanyak 10, 65 juta orang dengan peringkat ke 8 di dunia yang diperlihatkan seperti gambar 1.1. Berdasarkan jumlah pengguna Twitter di Indonesia, diharapkan pemerintah Indonesia dapat menggali pengetahuan tentang sentimen masyarakat terhadap pemerintahan.



Gambar 1.1. Survei Pengguna Twitter Indonesia

Pemerintahan yang sedang berjalan pada saat inipun tidak luput dari komentar publik dalam twitter terutama dalam penanganan Covid 19. Pemerintahan saat ini yang dipimpin Presiden Joko Widodo menuai berbagai macam komentar mulai dari pujian, kritik, saran, sindiran, hinaan bahkan ujaran kebencian. Dengan banyaknya pengguna Twitter yang menyampaikan opini-opini tersebut dapat dimanfaatkan untuk mencari sebuah informasi. Namun dalam pemanfaatannya membutuhkan analisis yang tepat sehingga informasi yang dihasilkan dapat membantu banyak pihak untuk mendukung suatu keputusan atau pilihan. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis opini – opini *tweet* adalah analisa sentimen.

Analisa sentimen merupakan proses memahami, mengekstrak dan mengolah data tekstual secara otomatis untuk mendapatkan informasi sentimen yang terkandung dalam suatu kalimat opini (Liu, 2012). Dalam penelitian ini analisis sentimen dilakukan untuk melihat pendapat atau kecenderungan opini terhadap sebuah masalah atau objek termasuk ke dalam sentimen positif atau negatif menggunakan algoritma K-Nearest Neighbor (KNN). Metode KNN adalah pendekatan untuk mencari kasus dengan menghitung kedekatan antara kasus baru (*testing data*) dengan kasus lama (*training data*) yaitu berdasarkan pada pencocokan bobot dari sejumlah fitur yang ada (Kusrini & Luthfi, 2017). Berdasarkan permasalahan diatas, penulils ingin melakukan analisis sentimen menggunakan algoritma KNN terhadap penanganan Covid 19 dengan judul **“Analisa Sentimen Dan Klasifikasi Komentar Positif Negatif Pada Tweet Covid 19 Dengan K-Nearest Neighbor “**

## 1.2. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membuat suatu perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana mengklasifikasikan data opini *tweet* Covid 19, apakah *tweet* termasuk ke dalam kelas bersentimen positif atau negatif dengan menggunakan algoritma KNN?
2. Bagaimana tingkat keakurasian dari algoritma KNN dalam melakukan klasifikasi *tweet* positif atau negatif?

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang digunakan pada penelitian adalah sebanyak 60 *tweet*. Untuk data dibagi menjadi 2 yaitu data latih sebanyak 75 %, 80 %, 85 % dari data *tweet* dan data uji sebanyak 25 %, 20 %, 15 % dari data *tweet* yang disimpan dalam format xlsx.
2. Algoritma yang di gunakan adalah KNN dengan klasifikasi sentimen positif atau negatif.

## 1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian analisa sentimen dan klasifikasi komentar positif negatif pada *tweet* Covid 19 dengan KNN adalah :

1. Untuk mengimplementasi algoritma KNN dalam mengklasifikasikan sebuah *tweet* opini tentang Covid 19 sehingga dapat diketahui termasuk ke dalam kelas bersentimen positif atau negatif.
2. Untuk menganalisis nilai akurasi dari algoritma KNN.

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi yang dapat dipergunakan untuk perbandingan dan kerangka acuan untuk persoalan yang sejenis, sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Serta dapat menjadi bahan acuan dan dorongan bagi akademik serta menjadi tolak ukur keberhasilan dalam memberikan bekal ilmu kepada mahasiswa sebelum terjun dalam persaingan tenaga kerja yang nyata.

## 2. Bagi Penulis

Menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman penulis mengenai pembuatan *text mining* menggunakan metode KNN.

### 1.4. Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pemahaman tentang penelitian ini, maka pembahasan akan dibagi dalam 5 bab yaitu:

#### BAB I            PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### BAB II           TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang informasi hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan menghubungkan dengan masalah yang sedang diteliti.

#### BAB III          METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam analisa sentimen dan klasifikasi komentar positif negatif pada *tweet* Covid 19 dengan KNN.

#### BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil pembahasan dari penelitian analisa sentimen dan klasifikasi komentar positif negatif pada *tweet* Covid 19 dengan KNN.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari pembuatan analisa sentimen dan klasifikasi komentar positif negatif pada *tweet* Covid 19 dengan KNN.