

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahan Bakar Minyak (BBM) merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat secara umum di desa maupun kota baik sebagai rumah tangga maupun sebagai pengusaha, dengan demikian BBM menjadi kebutuhan penting bagi sektor industri maupun transportasi. Oleh karena begitu pentingnya BBM dalam kehidupan masyarakat, maka BBM termasuk salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Kondisi tersebut tercermin dari peranan BBM sebagai faktor penting dalam menentukan perubahan harga-harga bahan pokok atau inflasi (Sandy et al., 2015).

Bulan september 2022 ini pemerintah memutuskan untuk menaikkan harga BBM bersubsidi maupun non subsidi dengan alasan minyak dunia yang harganya sangat tinggi dan juga subsidi yang ditanggung pemerintah membengkak sehingga pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menaikkan harga BBM bersubsidi. Kebijakan pemerintah ini menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat yang banyak menuangkan komentar kepada pemerintah. Masyarakat beramai-ramai memberikan komentar di berbagai media sosial terkait kenaikan harga BBM.

Salah satu sarana yang digunakan oleh masyarakat indonesia untuk memberikan tanggapan terhadap kenaikan BBM adalah twitter. Pengguna internet di indonesia mencapai 63 juta orang dengan 95 persennya

menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna twitter terbesar di dunia. Jumlah pengguna twitter di indonesia mencapai 18,45 juta pengguna pada tahun 2022. Jumlah tersebut setara dengan 4,23% dari total pengguna twitter di seluruh dunia yang jumlahnya mencapai 436 juta. Indonesia menempati peringkat kelima pengguna twitter terbesar di dunia dan di posisi atasnya ditempati oleh USA, Jepang, India, Brazil (Rizaty, 2022).

Twitter memberikan ruang bagi siapa saja yang ingin menuangkan segala curahan hati dan pendapat mengenai suatu hal tertentu baik positif maupun negatif. Masyarakat dapat dengan bebas berkomentar mengenai beberapa hal atau isu yang sedang hangat dibicarakan. Kenaikan harga BBM menjadi perihal hangat yang saat ini marak dibicarakan di media sosial terutama melalui *tweet*. Dibatasi 140 karakter, pengguna media sosial ini dapat menuangkan pikiran dan perasaannya tentang suatu hal termasuk opini tentang kenaikan harga BBM.

Untuk menganalisis pandangan masyarakat tentang kenaikan harga BBM tersebut, maka digunakanlah data *mining* untuk mengolah data yang diambil dari twitter dengan menggunakan salah satu metode data *mining* yaitu metode klasifikasi *Naïve Bayes*. *Naïve Bayes* merupakan salah satu algoritma pembelajaran induktif yang paling efektif dan efisien untuk *machine learning* dan data *mining*.

Analisis sentimen terhadap opini masyarakat tentang kenaikan harga BBM ini sangat menarik dan cukup penting bagi beberapa pihak terutama

pemerintah. Komentar mengenai kenaikan harga BBM dapat berupa komentar positif, negatif, dan netral. Adanya analisis sentimen ini pemerintah bisa memperoleh tingkat kepuasan masyarakat mengenai kenaikan harga BBM ini dan sebagai bahan evaluasi untuk selalu tepat dalam menentukan kebijakan kedepannya.

Penelitian terdahulu dengan masalah yang sama telah dilakukan oleh (Sandy et al., 2015). Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode *grounded theory*, dengan hasil pengolahan data dan klasifikasi data secara keseluruhan menunjukkan opini positif 32% dan opini negatif 68%. Hasil klasifikasi dokumen berdasarkan polarisasi opini publik terkait kebijakan kenaikan harga BBM menunjukkan bahwa pada detik.com memiliki opini positif 35% dan negatif 65%. Sementara itu, pada kompas.com memiliki opini positif 29% dan opini negatif 71%.

Berangkat dari permasalahan di atas, maka dilakukanlah penelitian dengan judul “**Analisis Sentimen Publik terhadap Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada Bulan September 2022 Menggunakan Metode Klasifikasi Naïve Bayes**”. Penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat maupun pemerintah mengenai sentimen dari pengguna media sosial pada kasus kenaikan harga bahan bakar minyak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana sentimen publik terhadap kenaikan harga BBM berdasarkan *tweets* yang ada pada twitter?
2. Bagaimana akurasi metode klasifikasi *Naïve Bayes* dalam menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan harga BBM?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang dibuat sebelumnya, ada beberapa batasan masalah yang dibuat, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis sentimen yang dilakukan adalah analisis sentimen publik khususnya wilayah Indonesia.
2. Data *tweet* yang diambil hanya data *tweet* bahasa Indonesia.
3. Penggunaan bahasa gaul tidak mempengaruhi dalam analisis sentimen.
4. Analisis sentimen dilakukan dengan menggunakan data yang diambil dari data twitter tanggal 29 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 08 September 2022.
5. Hasil keluaran dari analisis sentimen ini adalah berupa sentimen positif, sentimen negatif, dan sentimen netral.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dibuat sebelumnya, adapun tujuan pada penelitian yaitu:

1. Mengetahui sentimen publik terhadap kenaikan harga BBM di Indonesia berdasarkan *tweets* yang ada pada twitter.
2. Mengetahui akurasi metode klasifikasi *Naïve Bayes* dalam menganalisis sentimen publik terhadap kenaikan harga BBM.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah dibuat sebelumnya, adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Membantu pemerintah dalam mengetahui sentimen dari opini-opini masyarakat mengenai kenaikan harga BBM.
2. Untuk memberikan pengetahuan tambahan bagi peneliti mengenai analisis sentimen dengan hasil akurasi yang didapatkan menggunakan *Naïve Bayes*.

1.6 Metodologi Penelitian

1. Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan dalam penelitian ini untuk mencari dan mempelajari beberapa sumber referensi terkait dengan data mining, metode klasifikasi *Naïve Bayes*, media sosial yang dalam hal ini adalah twitter dan kenaikan harga BBM. Dari semua referensi yang didapatkan akan menjadi dasar dalam penelitian ini. Selain itu juga melakukan studi terhadap *tools* yang digunakan juga sangat diperlukan.

2. Metode Analisis Sentimen

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan scraping data tweet dengan *source code* yang didapat dari YouTube oleh channel (kelas IDEA) dengan bahasa pemrograman python pada media sosial twitter dalam jangka waktu lima hari sebelum dan lima hari setelah kenaikan BBM yaitu pada tanggal 3 September

kemudian disimpan dalam file.csv. Data yang akan diambil adalah data perhari dari tanggal 29 Agustus 2022 sampai 08 September 2022 sehingga berjumlah 11 data yang terpisah.

b. Pengolahan awal

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya dilakukan pengolahan data (*preprocessing* data) yang terdiri dari *tokenisasi*, *filtering* dan *stemming*. Proses *tokenisasi* berfungsi untuk memecah konten tekstual menjadi kata-kata, istilah, simbol, atau beberapa elemen bermakna lainnya. Hasil pemecahan ini kemudian disebut dengan token. Proses *filtering* berfungsi untuk menghilangkan stop words atau kata-kata yang tidak memiliki makna. Penghapusan stop words perlu dilakukan agar peneliti dapat fokus pada kata-kata lain yang lebih penting. Proses *stemming* berfungsi untuk merubah kata-kata berimbuhan menjadi kata dasar.

c. Pelabelan data

Proses ini bertujuan untuk membagi data menjadi data yang positif, negatif, dan netral yang dilakukan secara otomatis. Dari 11 yang dikumpulkan masing-masing data dibagi menjadi 80% data training dan 20% data testing. Metode 80:20 adalah metode yang digunakan banyak orang dalam melakukan pelabelan data. Dari data yang di bagi menjadi 80% data training dan 20% data testing ini lalu diberi label berdasarkan kata yang dikategorikan positif maupun

negatif dengan menggunakan *tools* orange. Kata yang dipilih adalah kata-kata yang sering muncul dalam penelitian ini.

d. Pengujian data

Setelah melakukan *preprocessing* dan pelabelan data, langkah berikutnya adalah menguji keakuratan data yang telah dilabeli secara manual. Pengujian tersebut akan dilakukan dengan *tools* orange. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui keakuratan dengan memperoleh nilai akurasi dari sentimen yang diberikan.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam melakukan penelitian ini, sistematika penulisan tugas akhir adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang beberapa studi kasus atau penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti yang berkaitan dengan kasus analisis sentimen.

BAB 3 LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori penunjang dalam penelitian ini sebagai salah satu dasar pembelajaran untuk mendukung penelitian yang dilakukan.

BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang proses yang akan dilakukan untuk analisis sentimen mulai dari pengumpulan data sampai dengan pengujian dengan menggunakan ORANGE.

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil yang didapatkan dan penjelasan terhadap hasil yang telah diperoleh.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab menjelaskan tentang kesimpulan secara keseluruhan terkait penelitian yang dilakukan dan memberikan saran untuk pengembangan lebih lanjut terkait dengan masalah yang dibahas.