

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi berbasis *digital* telah mempengaruhi pola komunikasi serta interaksi antarindividu dalam aktivitas sehari-hari [1]. Media sosial saat ini berfungsi sebagai sarana strategis yang digunakan masyarakat dalam menyampaikan pendapat, berbagi informasi, dan membentuk pandangan kolektif. Lebih dari sekadar sarana komunikasi, media sosial berperan penting dalam membentuk opini publik serta memengaruhi dinamika sosial, budaya, dan politik di suatu negara [2].

Fenomena ini bersifat global, namun di Indonesia dampaknya terasa kuat karena tingginya partisipasi masyarakat dalam aktivitas daring di berbagai *platforms digital* [3]. Ketika muncul isu atau kontroversi yang melibatkan figur publik, reaksi masyarakat di media sosial dapat menyebar dengan sangat cepat melalui *platforms* seperti X, *Instagram*, *Facebook*, maupun *TikTok*. Respon tersebut tidak hanya menggambarkan pandangan individu, tetapi juga membentuk narasi kolektif yang berpengaruh terhadap persepsi publik secara luas [4].

Platforms X menjadi fokus penelitian ini karena sifatnya yang terbuka, interaktif, dan bersifat *real-time*, menjadikannya ruang diskusi publik yang aktif di Indonesia. Berdasarkan laporan *Digital 2025 Indonesia* terdapat sekitar

212 juta pengguna internet (74,6% populasi) dan 143 juta pengguna media sosial (50,2%), dengan 25,2 juta pengguna aktif *platforms* X (8,8%) [5]. Data ini menunjukkan bahwa *platforms* X sebagai rujukan data dalam menganalisis opini yang berkembang di ruang publik. Perhatian luas masyarakat di media sosial salah satunya tertuju pada peristiwa meninggalnya Afan Kurniawan, seorang pengemudi ojek daring berusia 21 tahun, yang kehilangan nyawa akibat terlindas kendaraan taktis Brimob Polri saat aksi demonstrasi buruh di Pejompongan, Jakarta Pusat, pada 28 Agustus 2025. Peristiwa ini memunculkan beragam opini, mulai dari ekspresi empati dan dukungan terhadap keluarga korban hingga kritik keras terhadap institusi penegak hukum. Dalam konteks ini, analisis sentimen publik terhadap kasus tersebut dapat memberikan gambaran mengenai persepsi dan arah opini masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan analisis sentimen, respons masyarakat terhadap peristiwa tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori utama: sentimen yang bersifat positif, negatif, dan netral, yang masing-masing mencerminkan dukungan, kritik, atau sikap netral terhadap peristiwa yang terjadi.

Sejumlah studi terdahulu telah mengkaji kinerja metode *Naïve Bayes Classifier* dalam mengkaji opini publik di media sosial. Penelitian oleh [6] berjudul “Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Penanganan Kasus Penembakan Brigadir J Dengan Algoritma *Naïve Bayes*” menunjukkan bahwa sentimen tanggapan masyarakat terkait insiden penembakan Brigadir J di *Twitter* cenderung didominasi oleh sentimen negatif dengan pembagian data 70:30 hasil pengujian menunjukkan tingkat akurasi sebesar 68%. Penelitian

oleh [7] berjudul “Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Kasus Pembobolan Data Nasabah Bank BSI pada *Twitter* Menggunakan Metode *Random Forest* dan *Naïve Bayes*” pengujian menunjukkan tingkat akurasi sebesar 81% pada metode *Naïve Bayes* dan 78% pada *Random Forest*, yang memperlihatkan keunggulan metode *Naïve Bayes* dalam menangani data media sosial.

Penelitian [8] melalui studi “Analisis Sentimen Publik di *Twitter* Pasca Debat Kelima Pilpres 2024 dengan *Naïve Bayes*” mengidentifikasi bahwa sentimen negatif muncul paling dominan dengan persentase 41% dengan akurasi 81%, membuktikan bahwa *Naïve Bayes* mampu menangani variasi bahasa dan konteks kompleks dalam opini publik di media sosial. Berdasarkan temuan dari ketiga studi tersebut, metode *Naïve Bayes Classifier* telah terbukti efektif dan efisien dalam analisis sentimen terhadap berbagai isu sosial dan politik pada *platforms* media sosial. Sebagian besar kajian sebelumnya cenderung pada isu-isu berskala makro seperti kebijakan publik, politik, dan ekonomi *digital*, sementara kajian mengenai sentimen masyarakat terhadap figur publik individu dalam konteks kasus sosial-hukum aktual masih jarang dilakukan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai kebaruan, karena secara spesifik mengkaji opini publik pada media sosial terkait kasus Affan Kurniawan yang belum pernah diteliti sebelumnya.

Mengacu pada uraian latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen publik pada *platforms* X terhadap kasus Affan Kurniawan dengan menggunakan metode *Naïve Bayes*. Melalui pelaksanaan penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif

terkait pandangan masyarakat terhadap peristiwa tersebut serta data yang relevan untuk memahami dinamika opini publik di ranah *digital*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana penerapan algoritma *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasi sentimen publik terhadap kasus Affan Kurniawan di *platforms X*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menerapkan algoritma *Naïve Bayes* untuk mengelompokkan sentimen masyarakat terhadap kasus Affan Kurniawan di *platforms X*.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menjaga keterarahan dan fokus penelitian, cakupan kajian dibatasi sebagai berikut:

1. Data yang menjadi objek penelitian terbatas pada unggahan publik (*tweet*) di *platforms X* (sebelumnya *Twitter*) yang berkaitan dengan kasus Affan Kurniawan dalam periode waktu tertentu.
2. Analisis sentimen difokuskan pada tiga klasifikasi utama, yakni sentimen positif, negatif, dan netral, tanpa mempertimbangkan variasi emosional atau sentimen campuran lainnya.
3. Penelitian ini menerapkan algoritma *Naïve Bayes* untuk klasifikasi, tanpa membandingkannya dengan algoritma lain.

4. Pengumpulan data dilakukan pada rentang waktu ketika isu terkait kasus Affan Kurniawan menjadi topik perbincangan aktif di media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam beberapa aspek, antara lain:

1.5.1 Manfaat Teoretis

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta mendalami kajian ilmiah di bidang analisis sentimen, khususnya pada penerapan algoritma *Naive Bayes* untuk mengklasifikasikan sentimen publik terhadap kasus sosial, yakni kasus Affan Kurniawan, di *platforms X*

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam memahami pola persepsi masyarakat terhadap suatu kasus sosial dengan pendekatan analisis sentimen pada *platforms digital*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Bagian ini menjelaskan urgensi penelitian dan arah yang ingin dicapai melalui penerapan metode klasifikasi sentimen.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, khususnya terkait analisis sentimen, algoritma *Naïve Bayes Classifier*, dan penerapan analisis sentimen dalam konteks isu sosial atau figur publik yang berkaitan dengan kasus Affan Kurniawan sebagai fokus penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tahapan penelitian yang dilakukan, mulai dari pengumpulan data *tweet*, pelabelan manual sentimen, *preprocessing* (*cleansing*, *case folding*, *tokenizing*, *stopword removal*, dan *stemming*), pembobotan kata menggunakan TF-IDF, pembagian data latih dan uji, hingga proses klasifikasi menggunakan *Multinomial Naïve Bayes* dan evaluasi model dengan confusion matrix serta metrik akurasi, presisi, *recall*, dan *F1-Score*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil klasifikasi sentimen publik ke dalam kategori positif, negatif, dan netral, serta analisis terhadap performa model berdasarkan hasil evaluasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang menjawab rumusan masalah berdasarkan hasil penelitian serta saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya dalam peningkatan metode dan perluasan data analisis sentimen.