

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi saat ini menjadikan media sosial sebagai forum untuk menyampaikan berbagai opini tentang berbagai isu sosial yang terjadi di kehidupan nyata. Dengan beragam komentar yang dikeluarkan dari berbagai macam curahan hati dan pandangan setiap individu terkait berbagai isu, salah satu contoh isu sosial yang menarik yang tengah ramai diperbincangkan adalah mengenai *VOC Parenting*, yakni sebuah pola asuh yang diterapkan untuk mendidik anak secara keras yang berfokus pada kedisiplinan. Menurut [1] konsep *VOC Parenting* itu sendiri terinspirasi dari pola kepemimpinan belanda yang diterapkan pada masa *Vereenigde Oostindische Compagnie(VOC)*, yang dimana dilakukanya pendekatan yang kaku dan berorientasi pada hasil. Dalam konteks moderen pada jaman sekarang menjadi sangat viral di berbagai *platform* media sosial tentang pengasuhan yang cenderung menekankan pada ketaatan dan kontrol.

Fenomena *VOC Parenting* menjadi ramai diperbincangkan di *platform* media sosial, terutama pada *platform* X yang pada akhirnya menimbulkan banyak sentimen publik. Menurut [2] Mengacu pada data Profil Anak Usia Dini tahun 2021, tercatat bahwa sekitar empat dari setiap seratus anak usia dini pernah mengalami kejadian tertentu mengalami yang namanya pengasuhan tidak layak. Tercatat persentase anak usia dini yang pernah mengalami pola asuh yang tidak

layak yaitu 3,73 persen di tahun 2018, dan turun ke angka 3,6 persen di tahun 2020. [3] Berdasarkan laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA), pada periode Januari sampai pada Desember 2024 sebanyak 28.831 kasus kekerasan pada anak Indonesia. Informasi tersebut bersumber dari SIMFONI-PPA yang merupakan sistem informasi daring yang dikelola secara resmi oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Data SIMFONI-PPA menunjukkan bahwa jumlah kasus kekerasan yang didapatkan pada anak perempuan lebih dominan, yaitu mencapai 24.999 kasus, sedangkan kasus kekerasan pada anak laki-laki tercatat sebanyak 6.228 kasus yang dimana sebagian besar kasus tersebut terjadi di lingkungan keluarga, yang seharusnya menjadi tempat paling aman bagi anak. Fakta ini menunjukkan bahwa kekerasan terhadap anak adalah persoalan yang serius di tanah ini dan tidak jarang dipicu oleh pola pengasuhan yang keras dan otoriter. Pola tersebut dikenal dengan istilah *VOC Parenting*. Meskipun gaya pengasuhan *VOC Parenting* sering mendapat kritik karena dianggap terlalu keras, terlepas dari pandangan buruk itu semua penerapan pola asuh ini tentu memiliki alasan tersendiri di baliknya. Dikutip dari [4] Kelompok yang mendukung pola asuh VOC memandang pendekatan tersebut sebagai jawaban atas dinamika kehidupan di era modern. Sebagian orang tua meyakini bahwa penerapan disiplin yang konsisten berperan penting dalam membentuk kesiapan anak menghadapi masa depan. Dengan adanya kerangka aturan yang tegas, generasi muda diharapkan tidak mudah terpengaruh oleh pola hidup instan serta memiliki daya juang yang lebih kuat. Pertentangan antara praktik *VOC Parenting* dan

amanat undang-undang mengenai perlindungan anak Nomor 35 Tahun 2014 yang menegaskan hak untuk terbebas dari kekerasan fisik dan psikis menjadi patokan dan pengingat bagi semua orang tua yang pada akhirnya membuat tidak sedikit orang tua yang menganut *Gentle Parenting* atau pola asuh yang berfokus pada empati, rasa hormat, pemahaman emosi, dan komunikasi yang positif.

Berbagai opini masyarakat mengenai *VOC Parenting* ini ramai diperbincangkan diberbagai *platform* media sosial, terutama pada media sosial X yang dijadikan wadah menyampaikan komentar publik mengenai *VOC Parenting*. Menurut [5] *Platform X* dikenal sebagai layanan jejaring sosial berbasis microblog yang memungkinkan pengguna menulis dan juga membaca pesan singkat dengan batas maksimal 140 karakter, yang umum disebut sebagai kicauan (*tweet*). Layanan ini pertama kali dikembangkan oleh Jack Dorsey pada Maret 2006, kemudian secara resmi diperkenalkan kepada publik melalui peluncuran situs jejaring sosialnya pada Juli di tahun 2006.

Penelitian ini berfokus untuk penerapan klasifikasi dengan menggunakan metode *Naive Bayes*. Metode ini merupakan salah satu teknik pengelompokan data yang bekerja dengan mengacu pada prinsip *Teorema Bayes*. Pendekatan ini menggunakan perhitungan probabilistik dan konsep statistik untuk memperkirakan peluang terjadinya suatu peristiwa berdasarkan pola yang diperoleh dari data sebelumnya. [6]. Analisis sentimen adalah suatu pendekatan yang memanfaatkan sistem otomatis untuk mengolah data berbasis teks guna mengenali serta menafsirkan muatan emosi yang terkandung dalam ungkapan atau opini yang disampaikan oleh pengguna. Algoritma *Naive Bayes* juga

diterapkan pada penelitian terdahulu pada kasus [7] Analisis Sentimen Pinjaman *Online* Di Media Sosial *Twitter* Menggunakan Metode *Naive Bayes* hasil dari penerapan metode ini pada penelitian ini sendiri mendapatkan hasil Dari total 2.931 data awal yang dikumpulkan, setelah melalui tahapan prapemrosesan teks jumlah data yang dapat digunakan berkurang menjadi 2.912. Hasil pengelompokan sentimen menunjukkan bahwa mayoritas data termasuk dalam kategori sentimen negatif dengan proporsi 68,61% atau sebanyak 1.998 data, sedangkan positif mencakup 31,39% dengan total 914 data. Penelitian ini terhadap pengguna Twitter terkait isu pinjaman di online tersebut menghasilkan tingkat akurasi model 80%. Membuktikan bahwa algoritma ini cocok untuk digunakan karna sederhana dan memberikan hasil yang baik. Penelitian terdahulu yang dirujuk pada sumber [8] berjudul “Penerapan Algoritma *Naive Bayes* untuk Analisis Sentimen *Review Data Twitter BMKG Nasional*” memperlihatkan penggunaan algoritma ini efektif dalam proses klasifikasi sentimen pada media sosial. Hasilnya memperlihatkan bahwa data dapat dikelompokkan ke tiga kelas, yakni positif, negatif, dan netral. Hasil pengujian akurasi metode tersebut mencapai 69,97%, yang menunjukkan kinerja cukup baik dalam mengidentifikasi polaritas opini pengguna di *platform X (Twitter)*.

Pada penelitaian selanjutnya [9] dengan judul “Analisis Sentimen Program MSIB pada Aplikasi *X (Twitter)* Menggunakan Algoritma *Naive Bayes*”, pada penelitian ini menerapkan metode *Naive Bayes* untuk mengetahui opini dari masyarakat terkait MSIB pada aplikasi *X (Twitter)* dengan analisis sentimen menggunakan algoritma ini. Dari penelitian ini memperoleh hasil 84.6% ulasan

mengandung sentimen positif, sementara 16.4% ulasan mengandung sentimen negatif. "msib", "magang", "ada", "tidak", "daftar", dan "bisa" adalah yang sering muncul. Evaluasi menggunakan model Pengklasifikasi *Naïve Bayes* menunjukkan bahwa penerapan *Naive Bayes* dalam penelitian ini berhasil mengklasifikasikan 85% dari keseluruhan data dengan benar, yang menunjukkan bahwa kinerjanya cukup baik dalam mengklasifikasikan sentimen dari ulasan-ulasan tersebut.

Pada penelitian selanjutnya yang juga menerapkan algoritma *Naive Bayes* yang berjudul [10] Salah satu penelitian terdahulu membahas analisis sentimen terhadap kandidat calon presiden dengan memanfaatkan data *tweet* di media sosial serta menerapkan metode *Naive Bayes* sebagai algoritma klasifikasi. menggunakan *tweet* dari pengguna *Twitter* di Indonesia yang membahas figur-figur potensial dalam Pilpres 2024. Hasil pengolahan sentimen menunjukkan bahwa Anies memperoleh persentase sentimen positif tertinggi sebesar 74% dan negatif 26%, disusul Sandi dengan nilainya 57% positif dan 43% negatif, Ganjar nilainya 53% positif serta 47% negatif, sedangkan Prabowo didominasi sentimen negatif sebesar 68% dan sentimen positif 32%.. Pada penelitian ini kinerja algoritma *Naive Bayes* bekerja cukup baik dalam menganalisis sentimen masyarakat dalam kasus ini.

Selanjutnya pada penelitian [11] mengkaji sentimen masyarakat terhadap program Kartu Indonesia Pintar Kuliah melalui unggahan di media sosial X dengan menerapkan algoritma *Naive Bayes* sebagai metode klasifikasi. penelitian yang juga menerapkan algoritma *Naive Bayes* dan mengambil

sentimen publik melalui media sosial X ini dengan maksud mengetahui gambaran masyarakat tentang bagaimana tanggapan publik terhadap program KIP-K. Berdasarkan abstrak yang dipaparkan pada penelitian ini, data yang dikumpulkan sebanyak 1.516 *tweet* yang mengandung kata kunci "KIP-K" melalui teknik *crawling* data menggunakan APIX. Penelitian ini menemukan hasil dimana algoritma *Naive Bayes* efektif dengan akurasi 84.99%, presisi sentimen positif 83.54%, dan presisi sentimen negatif 87.25%. Penelitian ini diharapkan memberi gambaran sentimen publik di media sosial X mengenai Program Kartu Indonesia Pintar Kuliah dan menguji kinerja dari algoritma *Naive Bayes*.

Selanjutnya penelitian yang juga mengambil sentimen publik melalui media sosial X dan menerapkan *Naive Bayes* yang berjudul [12] berfokus pada pengkajian sentimen masyarakat terhadap Gerakan Muhammadiyah dengan memanfaatkan data dari media sosial X serta menerapkan algoritma *Naive Bayes* sebagai pendekatan klasifikasi pada platform X. Sebanyak 617 unggahan diklasifikasikan ke tiga kategori, yaitu positif, negatif, dan netral. Proses meliputi tahap prapemrosesan teks, representasi data dengan TF-IDF, serta penerapan algoritma *Naive Bayes*, yang menghasilkan tingkat akurasi sebesar 87,5%, dengan performa terbaik pada sentimen positif dan negatif, sementara sentimen netral cenderung bersifat ambigu.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh [13] Penelitian tersebut membahas analisis sentimen pengguna media sosial X terhadap kebijakan PPN 12% dengan memanfaatkan *Naive Bayes* sebagai metode klasifikasi. Penelitian

ini berfokus pada pengkajian sentimen pengguna Media Sosial X terhadap kebijakan PPN 12% dengan menerapkan metode ini yang diolah menggunakan bahasa pemrograman R. Data didapat dari komentar di X, kemudian diproses melalui tahap prapemrosesan serta proses labelan manual. Hasilnya sentimen negatif memiliki proporsi tertinggi sebesar 39%, sentimen netral 32% dan positif 29%. Evaluasi terhadap kinerja model *Naive Bayes* menunjukkan akurasi bernilai 50%, dengan hasil klasifikasi paling akurat terdapat pada kategori sentimen di negatif. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sentimen publik mengenai isu sosial pola asuh *VOC Parenting* dan memberikan edukasi dari berbagai sisi serta diharapkan menjadi penelitian yang bermanfaat.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah meninjau latar belakang penelitian, terdapat beberapa persoalan utama yang menjadi perhatian dan akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana mengetahui sentimen masyarakat Indonesia pada aplikasi X mengenai isu sosial tentang *VOC Parenting*?
2. Bagaimana akurasi dari hasil penerapan metode *Naive Bayes* dalam menganalisis opini masyarakat mengenai *VOC Parenting*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, penelitian ini disusun dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi sentimen masyarakat Indonesia pada sosial media X terhadap isu sosial *VOC Parenting*
2. Untuk mengetahui akurasi dari penerapan metode *Naive Bayes* dalam menganalisis isu sosial *VOC Parenting*.

1.4 Batasan Masalah

Sejalan dengan rumusan masalah yang dibuat, berikut batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini :

1. Penelitian ini khusus berfokus pada analisis sentimen masyarakat pada isu *VOC Parenting* yang terdapat pada *platform* media sosial X (*Twitter*).
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa komentar atau *tweet* publik yang mengandung kata terkait dengan “*VOC Parenting*”.
3. Proses analisis sentimen dilakukan dengan metode *Naive Bayes* dan tidak membandingkan dengan algoritma klasifikasi lainnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dipetik dari penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Memberi gambaran sentimen publik mengenai isu sosial *VOC parenting* pada sosial media X
2. Memberikan edukasi mengenai pola asuh *VOC Parenting*

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan bagian awal yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang konteks penelitian, isu sosial apa yang dianalisis, sasaran penelitian, dan dampak positif yang diharapkan dari penelitian ini.

BAB II KAJIAN TEORI

Disini membahas kajian teori dan penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penyusunan penelitian ini. Pembahasan meliputi hasil penelitian yang dianggap relevan serta landasan teori yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti algoritma *Naive Bayes*, analisis sentimen, serta *platform* media sosial X sebagai sumber data. Kajian pustaka memperkuat dasar konseptual penelitian dan menunjukkan posisi penelitian ini yang dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi proses pelaksanaan penelitian, mulai dari pendekatan serta desain yang digunakan, hingga metode pengumpulan, analisis, serta pengujian data yang dilakukan dengan bantuan *Google Colab*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil pengolahan dan analisis data dari *Google Colab*, disertai pembahasan atas temuan yang diperoleh. Bagian ini

berfungsi untuk menghubungkan hasil penelitian dengan teori serta hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan dan saran yang dirumuskan berdasarkan temuan yang ada. Bagian ini bertujuan memberikan gambaran akhir penelitian.