

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dalam satu dasawarsa terakhir menjadikan internet bukan hanya sebagai alat komunikasi yang diminati banyak orang tetapi sebagai media untuk menyuarakan aspirasi ketika ruang *absolut* tidak lagi bisa memoderasi setiap keluhan masyarakat. Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan perilaku masyarakat dalam berkomunikasi dan berinteraksi dari yang bersifat konvensional menjadi modern. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang terletak di Asia Tenggara. Jumlah pulau yang dimiliki oleh Indonesia adalah sebanyak 17.508 pulau dengan keseluruhan luas wilayahnya adalah sebesar 1,904,569 km², dengan jumlah penduduk sebanyak 258 juta jiwa menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah penduduk terbanyak keempat. Dengan begitu dinamisnya perkembangan teknologi dewasa ini, tentunya sangat membantu Indonesia dari sisi konektivitas arus informasi antar pulau. (Ilmu, 2017).

Data yang dirilis e-Marketer.com kemudian dikutip oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi menunjukkan bahwa Indonesai menempati peringkat keenam 112,6 juta pengguna internet atau sekitar 43 persen dari total jumlah penduduk Indonesia (Emarketer. 2014).

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018 millions						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

Gambar 1.1 20 Negara Pengguna Internet Terbanyak

Besarnya jumlah pengguna internet dan kemudahan akses membawa konsekuensi bagi penyelenggaraan pemerintah. Dimana saat ini informasi begitu cepat beredar dalam bentuk pesan berantai (*viral*) berdampak pada pencitraan diri individu, organisasi ataupun lembaga pemerintah. lembaga Media sosial merupakan salah satu *tools* yang sering digunakan oleh netizen untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri atau kejadian yang terjadi. Media sosial mempunyai banyak bentuk, diantaranya yang paling populer yakni *microblogging* (*Twitter*), *facebook* dan *blog*. *Twitter* adalah suatu situs *web* yang merupakan layanan dari *microblog*, yaitu suatu bentuk *blog* yang membatasi ukuran tiap *post*-nya, yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk dapat menuliskan pesan dalam *Twitter update* hanya berisi 140 karakter. (Sembodo, 2016).

Peran media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, saat ini menjadi sebuah media untuk memberikan kritik terhadap kegiatan politik. *Social media* merupakan sebuah media online dimana para pengguna yang terdaftar dapat berinteraksi satu sama lain. Salah satu *microblogging* populer saat ini adalah *Twitter*. Dari data yang terdapat pada *Twitter*, dapat dimanfaatkan untuk memperoleh informasi tertentu. User bisa mengungkapkan apapun melalui *Twitter*, baik itu apa yang dia rasakan, apa yang sedang dialami ataupun kondisi yang terjadi di sekitarnya (Susilowati, dkk, 2015).

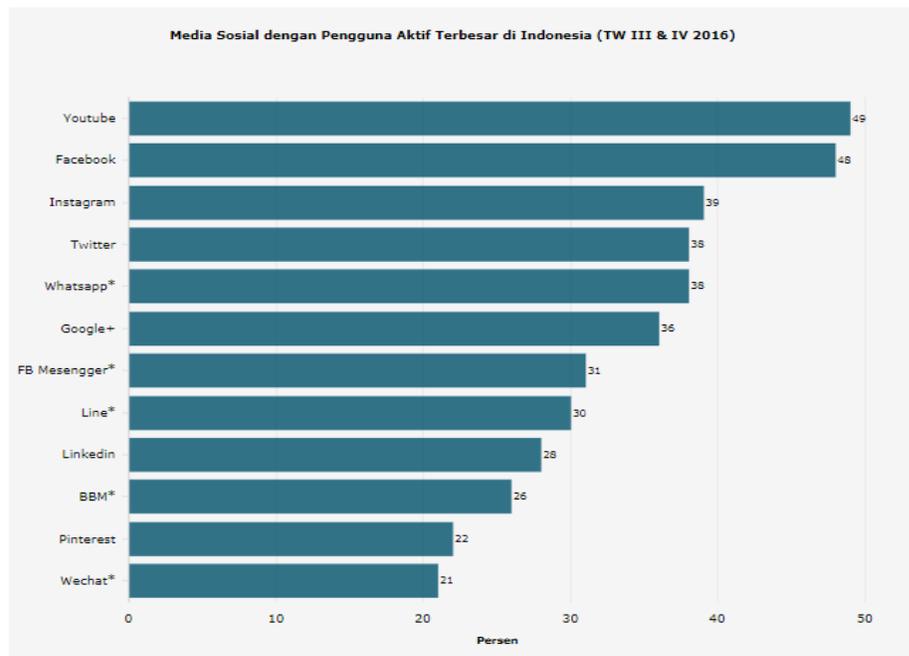
Saat ini apapun yang terjadi di belahan nusantara lainnya begitu cepat beredar dan dikonsumsi oleh masyarakat yang berada di seluruh nusantara tanpa ada proses penyaringan terlebih dahulu. Sejalan dengan itu, kinerja pemerintah memiliki potensi cukup besar untuk menjadi berita *viral* ataupun *trending* topik di dunia maya. Ada fenomena umum yang menunjukkan bahwa kecenderungan untuk menilai kinerja pemerintah maupun meng-*capture* keluhan masyarakat menggunakan survei secara *online* ataupun memanfaatkan *hashtag* atau tanda pagar (#). Hal ini tentunya menarik untuk dianalisis lebih mendalam. Meskipun disisi yang lain survey secara konvensionalpun tetap dilakukan dalam rangka untuk menilai kinerja pemerintah dalam rentang waktu setiap tahun.

Dalam menilai sentiment (persepsi) masyarakat ada beberapa lembaga survey melakukan riset untuk mengukur sentiment tersebut. Riset yang digunakan masih mengandalkan model konvensional. Salah satu Lembaga survey yang mengukur kinerja Jokowi dan JK setelah 1 tahun menjabat adalah Indo Barometer, dengan pertanyaan survey mengenai kepuasannya terhadap Presiden, sebanyak 47,3 persen responden mengaku kurang puas. Responden yang mengaku cukup puas dengan kinerja Presiden hanya 44,8 persen. Sisanya 3,8 persen mengaku tidak puas sama sekali, 1,2 persen mengaku sangat puas dan sisanya tidak tahu atau tidak menjawab. Jika dijumlahkan antara sangat puas dan cukup puas, angka hanya mencapai 46 persen, turun dari survei bulan Maret 2015 sebesar 57,5 persen. Responden menganggap pemerintah gagal menjaga harga bahan pokok (17,3 persen), tak mampu mengatasi masalah ekonomi (13,3 persen), melemahnya nilai tukar rupiah (7,4 persen), dan meningkatkan harga BBM (4,1 persen). (Ihsanuddin, 2015).

Dengan melihat trend penggunaan media sosial saat ini, yang tidak sebatas untuk menunjukkan eksistensi secara personal tetapi mulai diarahkan untuk melakukan kritik-kritik sosial salah satunya yang paling sering disuarakan oleh warganet atau netizen adalah menilai kinerja pemerintah. Dengan demikian survey yang biasa dilakukan oleh Lembaga survey dengan mengandalkan model pengumpulan data konvensional bukan tidak mungkin dapat memilih media sosial sebagai alternatif untuk mengukur kinerja pemerintahan melalui suara warganet mengingat pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat setiap tahun. Tentu saja hal ini menarik untuk diteliti dan dijadikan sebagai indikator permasalahan dalam tulisan ini dengan begitu penelitian mencoba memanfaatkan *Twitter* dengan menganalisis *tweet* berbahasa Indonesia yang membicarakan tentang kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo. Kemudian yang dianalisis merupakan opini masyarakat terkait untuk menilai kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo.

Melalui media sosial Twitter masyarakat ikut berperan penting dalam menilai kinerja yang dilakukan oleh pemerintah melalui survei yang dilakukan secara online. Dengan begitu masyarakat dapat memberikan opini dan pendapat melalui berbagai

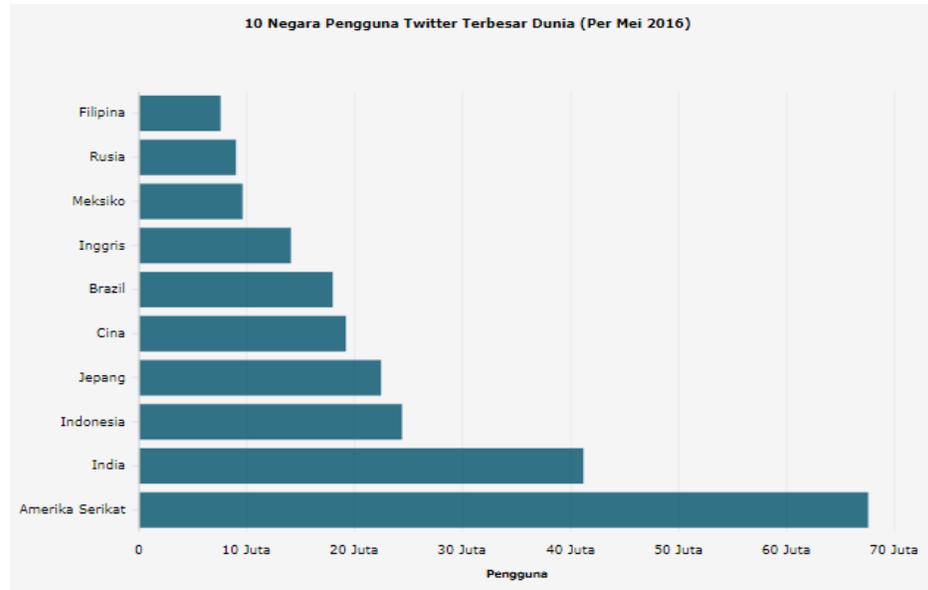
macam media sosial salah satunya media sosial Twitter. Opini yang diberikan masyarakat terhadap kinerja pemerintahan Presiden Jokowi.



Sumber: Katadata Indonesia (2017)

Gambar 1.2 *Media Sosial dengan Pengguna Aktif Terbanyak di Indonesia (TW III & IV 2016)*

Menurut Katadata Indonesia (2016), Indonesia merupakan negara dengan pengguna aktif twitter terbesar ketiga di dunia. Dalam rilis Statista disebutkan pengguna aktif twitter Indonesia per Mei 2016 mencapai 24,34 juta pengguna. Sementara itu, pengguna twitter paling banyak berasal dari Amerika Serikat. Jumlah akun twitter aktif yang bersal dari Negeri Paman Sam itu mencapai 67,54 juta pengguna. Selanjutnya India berada di urutan kedua dengan jumlah 41,19 juta pengguna twitter yang terdaftar.



Sumber: Katadata Indonesia (2016)

Gambar 1.3 Sepuluh Negara Pengguna Twitter Terbanyak di Dunia (Per Mei 2016)

Twitter merupakan media sosial bertipe *micro-blogging* (blok berukuran kecil) yang didirikan oleh Jack Dorsey pada maret 2006 dan diluncurkan pada Juli 2006. Keunikan dari twitter adalah mempunyai *tweet* atau post dengan ukuran maksimal 140 karakter. Twitter menyediakan *Application Program Interface* (API) yang memungkinkan kita mendapatkan data mereka. Salah satu cara untuk mendapatkan data di media sosial (twitter) dengan *crawling*. *Crawling* data di twitter adalah suatu proses untuk mengambil atau mengunduh data dari *server* twitter dengan bantuan *Application Program Interface* (API) twitter baik berupa data user maupun data *tweet*. (Sembodo, 2016). Hal inilah yang menjadikan *tools* untuk pengumpulan data dalam tulisan ini dengan begitu peneliti mencoba memanfaatkan *Twitter* dengan menganalisis *tweet* berbahasa Indonesia yang membicarakan tentang kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo. Pada penelitian ini analisis sentimen dilakukan dengan mengklasifikasikan opini masyarakat berupa *tweet* atau postingan yang di lakukan masyarakat di media sosial *Twitter* terkait dengan kepuasan masyarakat atas kinerja Pemerintahan Prisiden Joko Widodo. Sedangkan opini masyarakat tersebut dapat

dikategorikan menjadi dua bagian yakni opini positif dan negatif. Besarnya sentimen yang ditujukan kepada kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo. Dengan menggunakan analisis sentimen. Namun, analisis sentimen ini mendapatkan tantangan berupa model bahasa tidak formal yang digunakan di *Twitter*. Selain mengekstraksi sentimen, hal ini yang biasa orang ingin tahu adalah, kapan terjadi perubahan sentimen dan apa yang menyebabkan sentimen tersebut berubah.

Mengingat fungsi utama pemerintah adalah melayani masyarakat maka pemerintah perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan menganalisis sentimen masyarakatnya dimaksudkan sebagai acuan bagi unit pelayanan instansi pemerintah untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja pemerintah sebagai gambaran tentang kondisi kinerja penyelenggaraan pelayanan publik yang kemudian dapat dijadikan bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kinerja pelayanannya serta menjadi bahan evaluasi kinerja untuk pengambilan keputusan dalam menetapkan suatu kebijakan selanjutnya yang efisien dan efektif. Aplikasi sentimen analisis menjanjikan cara yang lebih praktis dan ekonomis dibandingkan dengan metode klasik menggunakan pendekatan kuesioner (Soepriadi, dan Permata, 2015).

Peneliti akan mengklasifikasikan *tweet* tersebut apakah termasuk *tweet* positif atau negatif untuk evaluasi. Terdapat berbagai teknik klasifikasi yang terdapat pada sentimen analisis, salah satunya adalah *Support Vector Machine* (SVM). Sedangkan proses klasifikasi dilakukan menggunakan algoritma *Support Vector Machine* (SVM), algoritma SVM memiliki tingkat akurasi paling tinggi dalam hal klasifikasi teks (Naradhipa dan Purwarianti, 2012). Dalam jurnal yang berjudul *sentiment analysis of twitter data: a survey of techniques* hasil metode klasifikasi dengan tingkat akurasi tertinggi adalah menggunakan metode SVM dengan akurasi sebesar 76,68%, *Maximum Entropy* sebesar 74,93% dan *Naïve Bayes Classifier* (NBC) sebesar 74,65% (Kharde dan Sonawane, 2016).

Analisis sentimen dilakukan untuk melihat pendapat atau kecenderungan opini terhadap sebuah masalah, apakah cenderung berpandangan negatif atau positif. Salah satu contoh penggunaan analisis sentimen dalam dunia nyata adalah identifikasi opini publik terhadap kinerja pemerintah daerah. Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparatur pemerintah saat ini belum memenuhi harapan masyarakat. Hal ini dapat diketahui dari berbagai sentimen masyarakat yang disampaikan melalui media masa dan jejaring sosial, sehingga dapat menimbulkan citra yang kurang baik terhadap aparatur pemerintah (Soepriadi, dan Permata, 2015).

Analisis sentimen sangat berguna dalam pemantauan media sosial karena memungkinkan kita untuk memperoleh gambaran tentang opini publik yang lebih luas dari suatu topik-topik tertentu (Ramadhan, dkk, 2017). Dan jenis analisis sentimen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis sentimen pada level kalimat (Yislam dan Budi, 2015). Sedangkan, untuk proses ekstraksi dan eksplorasi penulis menggunakan statistik deskriptif dan asosiasi antar *terms* (kata atau topik yang sering dibicarakan) yang saling berkaitan (Ulwan, 2016).

Hal ini menjadi penting, karena dengan mengetahui apa yang menyebabkan sentimen berubah, pihak yang bersangkutan bisa mengambil keputusan dengan lebih baik. Kebutuhan-kebutuhan tersebut biasanya muncul ketika suatu pihak ingin mendapatkan sentimen publik yang baik atau melakukan pencitraan. Kebutuhan seperti ini biasa dimiliki oleh tokoh-tokoh publik, atau lebih khusus lagi tokoh politik seperti gubernur, Presiden, menteri atau ketua partai tertentu. (Widyantoro dan Ismail, 2012). Dengan judul ***Penerapan Analisis Sentimen Untuk Menilai Kepuasan Masyarakat Terhadap Kinerja Presiden Joko Widodo Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Support Vector Machine.***

Dari serangkaian latar belakang yang telah diuraikan tersebut, peneliti merasa perlu untuk melakukan analisis lebih lanjut mengenai tanggapan masyarakat di media sosial Twitter untuk mengetahui bagaimana opini masyarakat terhadap kinerja pemerintahan Presiden Joko Widodo.

1.2. Perumusan Masalah

Bedasarkan dari latar belakang diatas, permasalahan yang ada akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran umum mengenai data opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo?
2. Bagaimana pengklassifikasian data opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo dengan metode SVM?
3. Bagaimana tingkat akurasi dari metode SVM dalam mengklasifikasikan opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini adalah Kinerja Pemerintahan Presiden Joko Widodo.
2. Pengambilan data melalui Crawling Twitter dengan kata kunci “Jokowi”.
3. Pengambilan data hanya menggunakan Bahasa Indonesia.
4. Data yang digunakan merupakan komentar dari pengguna twitter yang membicarakan Jokowi.
5. Twitter menyediakan *Application Programming Interface* (API) yang memungkinkan mengumpulkan *tweet* oleh pengguna pihak ketiga. API layanan gratis yang terbatas pada sampel 1% dari semua *tweet* (Hawwash, 2014).
6. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari tanggal 1 Maret sampai tanggal 20 Maret 2018.
7. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis sentimen dengan metode *Support Vector Machine* (SVM).
8. Metode SVM tidak mampu menampilkan hasil dari data yang berhasil ataupun gagal terklasifikasi, hanya dapat menampilkan jumlah dari data yang berhasil atau gagal terklasifikasi.
9. Aplikasi yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini adalah *software Microsoft Excel* 2016 dan *R 3.4.2*.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui gambaran umum mengenai data opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo.
2. Untuk mengetahui pengklasifikasian data opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo dengan metode SVM.
3. Untuk mengetahui tingkat akurasi dari metode SVM dalam pengklasifikasian opini masyarakat terhadap kinerja Presiden Joko Widodo.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah memperoleh model sentimen yang dapat melakukan praproses terhadap data *tweet* yang tidak terstruktur sehingga mampu mempresentasikan sebuah sentimen untuk mengetahui respon atau pandangan dari masyarakat, guna untuk mengetahui gambaran umum terkait penilaian masyarakat terhadap kinerja pemerintahan Joko Widodo sebagai Presiden Republik Indonesia saat ini.