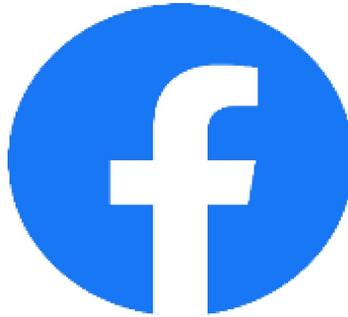


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1. 1 Logo Facebook

Sumber: Facebook (2020).

Facebook merupakan sebuah platform sosial media yang saat ini sangat banyak digunakan. Dioperasikan oleh Facebook Inc dan diluncurkan pada tahun 2004. Mark Zukerberg bersama 3 orang teman sekamarnya yang telah menciptakan Facebook. Selain teman sekamar mereka juga bersama-sama kuliah di jurusan ilmu komputer Harvard. Awalnya untuk penggunaan facebook dibatasi hanya mahasiswa Harvard saja, kemudian disebarkan ke beberapa universitas lain seperti Stanford, Ivy League dan Boston karena semakin banyak orang yang tertarik menggunakan facebook. Facebook adalah sosial media yang populer di seluruh dunia. Pada Bulan Oktober 2012 mencapai 1 miliar pengguna aktif bulanan (1 miliar pengguna mengakses dalam waktu 1 bulan) dan lebih dari 550 juta pengguna aktif harian (Ortigosa et al., 2014). Facebook memiliki data yang beraneka ragam bentuknya, mulai data teks, data gambar/foto, data suara bahkan data dalam bentuk video. Komentar oleh para pengguna facebook adalah jenis data yang perlu dilakukan analisis (Rachmat, A., & Lukito, Y., 2016).

Menurut survei yang dilakukan oleh Candytech pada tahun 2011 ini, Indonesia menjadi negara terbesar kedua setelah Amerika Serikat sebagai pengguna facebook terbanyak, yaitu hampir mencapai 34 juta anggota, atau

tepatnya 33.920,020 anggota (dikutip dari VIVAnews.com, tanggal 17 maret 2012) Facebook kemudian menawarkan tempat iklan kepada para anggota dalam memasarkan atau promosi produk-produk seperti pakaian, sepatu, produk kecantikan dan kesehatan. Peluang bisnis kemudian muncul dengan cara memberikan penawaran bisnis untuk prospek berkumpul dan melakukan kegiatan yang terjadi di facebook, selain itu facebook juga dapat sekaligus menjadi media promosi industri kreatif yang sangat mudah dan murah karena dapat menjangkau pasar hingga seluruh dunia.

1.2 Latar Belakang

Dinamika perkembangan teknologi digital yang berlangsung secara global saat ini, terus bertambah semakin pesat dari hari ke hari, bulan ke bulan hingga tahun ke tahun yang akan datang. Revolusi teknologi digital hadir dengan tujuan untuk membuat perubahan besar terhadap perkembangan dunia. Lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi yang didukung oleh penyempurnaan akses internet semakin mempermudah masyarakat dalam mengakses sebuah informasi dan melakukan aktivitas lainnya (Chataja, 2021).

Memasuki era modern yang serba digital, masyarakat mulai banyak mengadopsi teknologi yang semakin canggih sesuai kebutuhan untuk menunjang aktivitas sehari-hari, salah satunya dalam bidang teknologi komunikasi seperti penggunaan *smartphone* dan internet, hingga sejumlah inovasi yang mampu mempermudah kegiatan sehari-hari. Adanya kemajuan dalam dunia teknologi informasi dan komunikasi seperti ini, tanpa diragukan dapat memberikan begitu banyak kemudahan bagi masyarakat dari berbagai kalangan untuk mendapatkan informasi secara cepat (Ramadhani, 2020)

Keberadaan internet sebagai salah satu bagian dari perkembangan teknologi

informasi dan komunikasi telah menjadikan informasi yang tersebar saat ini bukan lagi didominasi oleh segelintir individu atau kelompok tertentu. Namun, siapa pun yang memiliki akses internet dipastikan dapat mengakses, memproduksi hingga menyebarkan sebuah informasi yang tak terbatas ruang dan waktu secara cepat dan seketika terlepas dari kredibilitas maupun nilai informasi tersebut (Subinarto, 2020).

Saat ini teknologi informasi menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia yang mana saat ini sedang berfokus dalam proses menciptakan masyarakat berorientasi digital. Menurut hasil survei yang diadakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terdapat sebanyak 196,7 juta jiwa dari populasi warga Indonesia yang sudah menjadi pengguna akses internet pada kuartal II/2020. Jumlah ini bertambah sebesar 25,5 juta jiwa jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, tak dipungkiri kenaikan yang terjadi pun didorong oleh kehadiran infrastruktur internet yang cepat dan transformasi digital yang meningkat akibat pandemi Covid-19 sejak Maret 2020. Survei pun menunjukkan terdapat beberapa ibukota provinsi yang memiliki penetrasi internet lebih tinggi dibandingkan rata-rata penetrasi provinsi bahkan nasional. Beberapa ibu kota provinsi yang dimaksud, antara lain DKI Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Serang di Banten (Jatmiko, 2020). Data penggunaan internet pada Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2021

Sumber: Pengguna Internet Indonesia Tembus 202,6 Juta (Haryanto, 2021)

Pada gambar 1.2 menunjukkan hasil riset terbaru dari Hootsuite dan *We Are Social*, ditemukan bahwa dari total penduduk RI yang saat ini menyentuh angka 274,9 juta jiwa, terdapat sebanyak 202,6 juta jiwa yang menjadi pengguna aktif internet. Hal ini menandakan bahwa saat ini sebesar 73,7% warga Indonesia sudah terlihat secara nyata dan aktif berselancar di dunia maya, maka dari itu tak heran penggunaan teknologi di Indonesia selalu meningkat pesat dan drastis setiap tahunnya. Apabila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020, terdapat kenaikan sebesar 15,5% atau lebih dari 27 juta jiwa pengguna aktif internet dalam 12 bulan terakhir. Namun, tak hanya pengguna aktif internet yang mengalami peningkatan, jumlah perangkat *mobile* yang terkoneksi juga ikut melonjak menjadi 345,3 juta dan pengguna aktif media sosial dalam berbagai platform bertambah menjadi 170 juta (Haryanto, 2021)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sesuatu seperti blog. Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial

secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation). Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi.

Dari sekian banyak media sosial yang diketahui oleh masyarakat, Facebook adalah salah satu media sosial yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia. Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan website sejenis, Facebook memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (chat), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan. Setiap tahun, pengguna Facebook selalu mengalami peningkatan dan khusus untuk kuartal pertama tahun 2016 ini, pengguna Facebook sudah mencapai 1,59 miliar orang. Mark Zuckerberg secara langsung menginformasikan hal ini melalui akun resminya bahwa mereka telah memperbarui data jumlah pengguna Facebook di seluruh dunia. (Sumber : <http://www.inddit.com>, April 2016).

Dalam Press Room Facebook, terdapat statistik resmi perkembangan terakhir jumlah pengguna Facebook dari waktu ke waktu. Seperti ditulis dalam situs Facebook, pengguna aktif Facebook saat ini mencapai 300 juta orang. Dan jumlah ini akan terus bertambah tiap harinya. Sebelumnya, pada bulan Juli, California Startup Company mencatat bahwa pengguna Facebook mencapai 250 juta orang. Artinya hanya dalam kurun waktu 2 bulan terakhir Facebook mampu menjangkau 50 juta pengguna baru di seluruh dunia, dan artinya tiap hari ada sekitar 800.000 pengguna baru. Di Indonesia sendiri, pengguna Facebook setiap harinya juga bertambah. Menurut data bulan November Tahun 2015, jumlah pengguna Facebook di Indonesia adalah 79.000.000. Jumlah ini meningkat sebesar 2997.3% dalam kurun 1 tahun terakhir dan 624.3% dalam 6 bulan terakhir. Jumlah ini

adalah jumlah yang fantastis, dan dapat dipastikan bulan September ini jumlahnya akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya pengguna Facebook di seluruh dunia.(Sumber:<https://id.techinasia.com/daftarfakta-facebook-indonesia>, 2016).

Menurut lembaga We Are Social dalam Nasrullah (2015) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media sosial di Indonesia cukup tinggi. Ada sekitar 15 persen penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari jumlah total penduduk, ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar serta memiliki akun di media sosial Facebook. Dari riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial melalui perangkat telepon genggam. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

Jejaring sosial Facebook telah memberikan ruang baru bagi publik untuk menumpahkan pendapatnya secara luas. Pada perjalanannya, Facebook tak lagi hanya sebatas jejaring pertemanan di jagat virtual, melainkan Facebook sendiri dapat dijadikan wadah bagi para penggunanya untuk bebas berpendapat. Kemajuan era digital Facebook juga memungkinkan ide dan gagasan demokratisasi kebebasan berpendapat yang dijelaskan Habermas dalam bukunya *public Space* (Habermas, 2006:286) sebuah kebebasan berpendapat adalah bentuk kebebasan ekspresif yang menjadi sarana bagi ruang ‘publik politis’ dalam kondisi komunikasi yang memungkinkan warga negara membentuk opini dan kehendak bersama secara diskursif Ruang Publik.

Salah satu topik yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat saat ini yaitu mengenai Covid-19. Sejak tanggal 11 Maret 2020 WHO mengumumkan

bahwa *Coronavirus Disease – 19* (Covid-19) menjadi pandemi global (Putri, 2020). Virus Covid-19 (Corona Virus Disease) merupakan hasil mutase dari virus SARS-CoV yang ada pada di tahun 2002 dan virus MERS-CoV pada tahun 2012 (S. Syamaidzar, 2020). Berdasarkan data yang terdapat pada *website* resmi Satgas Penanganan Pandemi Covid-19 di Indonesia, menunjukkan bahwa tercatat jumlah kasus terkonfirmasi positif di Indonesia mencapai angka 4,2 juta kasus per 18 Desember 2021.

Pemerintah melakukan segala upaya dalam menanggulangi pandemi Covid-19, salah satunya adalah dengan memproduksi dan menyebarkan vaksin Covid-19 di Indonesia. Sejauh ini sudah banyak vaksin yang dikeluarkan untuk melawan virus SARS-CoV-2 penyebab Covid-19. Namun, kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait pendistribusian vaksin tersebut menimbulkan kontroversi dari masyarakat Indonesia. Hal tersebut disebabkan oleh kebijakan vaksinasi Covid-19 ini merupakan kebijakan baru yang akan diterapkan oleh pemerintah Indonesia, maka upaya pemerintah untuk meminimalisir pertumbuhan kasus Covid-19 masih menimbulkan pro dan kontra dari kalangan masyarakat itu sendiri.

Pada saat ini, informasi mengenai vaksinasi Covid-19 sudah tersebar luas di berbagai macam media salah satunya yaitu Facebook. Melalui postingan pada Facebook, masyarakat dapat membagikan dan mendapatkan informasi mengenai hal apapun. Masyarakat Indonesia dapat dengan mudah mendapatkan informasi seputar pelaksanaan vaksin Covid-19 maupun update data terbaru melalui postingan yang ada pada akun *fanpage* Kementerian Kesehatan.



Gambar 1. 3 Vaksinasi Covid-19 di Indonesia

Sumber: Kementerian Kesehatan RI (2021)

Update vaksinasi Covid-19 pada gambar 1.3 yang diambil dari akun Kementerian Kesehatan RI di Facebook, dapat dilihat bahwa total sasaran vaksinasi di Indonesiasebanyak 208,2 juta yang dibagi menjadi 5 sasaran yaitu SDM kesehatan sebanyak 1.468.764 orang, petugas publik sebanyak 17.327.167 orang, lansia sebanyak 21.553.118 orang, masyarakat umum sebanyak 141.211.181, dan remaja sebanyak 26.705.490.

Dari *update* vaksinasi Covid-19 pada akun kemenkes, didapatkan data percakapanpada kolom komentar yang dapat dikategorikan menjadi dua bagian yaitu pro terhadap program vaksinasi yang dilaksanakan oleh pemerintah (positif) dan juga bersifat kontra terhadap program vaksinasi (negatifi). Dikutip dari akun Bu Tejo dalam kolom komen *update* vaksinasi Covid-19 oleh kemenkes menyatakan bahwa, “Saya sudah divaksinasi 2 kali semoga dijauhkan dari

pandemic covid-19 Amiin. Terima ksh kami ucapkan kepada Kementrian Kesehatan RI & smoga Rakyat Indonesia smua bs divaksinasi dgn seksama dan tidak mesara takut dng jarum suntik karena semua itu demi kesehatan kita dan kebaikanBersama” (Facebook, 2021). Komentar tersebut dapat dikategorikan kedalam *sentiment* positif karena bersifat memberikan dukungan terhadap program vaksinasi yang diselenggarakan oleh pemerintah

Tidak semua data komentar bersifat positif, ada juga *user* yang memberikan pernyataan negatif terhadap program vaksinasi. Dikutip dari akun Alidamrisiregar menyatakan bahwa, “saya & keluarga beserta nenek moyang terdahulu & para penduduk bumi dr penjuru dunia serta jajarannya & yg ada di alam goib serta penghuninya & tdk luput juga saya mewakili penguasa air, api, angin, dan tanah, dan juga makhluk hidup di bumi sampai yg ada di planet lain mengucapkan terimakasih atas postingan yg tdk bergunaini.” (Facebook, 2021). Hasil komentar tersebut dapat dikategorikan kedalam *sentiment* negative karena bersifat memberikan pernyataan menyangkal.

Dari contoh data komentar yang diambil dari *update* vaksinasi Covid-19 olehkemenkes, bisa dilakukan analisis terhadap komentar yaitu dengan sentimen analisis. Menurut penelitian (Sari & Wibowo, 2019) analisis sentimen merupakan metode yangdigunakan untuk mengekstrak data opini, memahami serta mengolah tekstual data secara otomatis untuk melihat sentimen yang terkandung dalam opini. Analisis sentimen terdiri dari tiga jenis opini, yaitu opini positif, opini negatif dan opini netral, opini tersebut bisa menghasilkan data yang sudah terstruktur (Sipayung *et al.*, 2016). Berdasarkan klasifikasi tersebut, pengguna dapat mengetahui dan menilai tentang suatu topik tertentu serta dapat membuat sebuah keputusan (M. Adriana, *et al*, 2007).

Untuk mengetahui opini positif atau negatif suatu peristiwa atau isu dapat dilakukan analisis sentiment data Facebook dengan kata kunci ‘Vaksinasi

Nasional' menggunakan metode *Naïve Bayes*. Algoritma *Naïve Bayes* dikenal mampu melakukan klasifikasi dengan baik berdasarkan penalaran probabilitas (Fitriana, dkk, 2021). Penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh A.B.P Negara, dkk (2021) mengenai analisis sentiment dengan objek penelitian maskapai penerbangan menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier* dan seleksi fitur yang digunakan yaitu *Information Gain*. Penelitian tersebut dapat diketahui bahwa hasil dari penerbangan memiliki nilai akurasi 81%. Penelitian lainnya mengenai analisis sentimen yang dilakukan oleh Syahriani, dkk (2020) dengan objek penelitian yaitu mengenai komentar terhadap calon presiden di Indonesia dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier*, menghasilkan nilai akurasi algoritma sebelum seleksi fitur sebesar 60%.

Beberapa penelitian lainnya juga telah dilakukan mengenai klasifikasi sentiment pada konten media sosial seperti pada penelitian Watratan (2020) yaitu prediksi penyebaran Covid-19 di Indonesia dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes*, data yang dikumpulkan secara kuantitatif dengan fokus pada penggunaan tabel, angka, dan grafik. Data yang didapat akan diproses untuk menghasilkan nilai probabilitas yang berbeda-beda pada setiap kriteria kelas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat keakuratan klasifikasi sentimen dengan menggunakan *Naïve Bayes* mendapatkan persentase akurasi 48,48% dengan 16 data berhasil diklasifikasi dengan benar dari total 33 data yang digunakan. Hasil dari

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rustiana & Rahayu, 2017) algoritma *naive bayes* merupakan algoritma yang digunakan untuk mencari nilai probabilitas tertinggi untuk mengklasifikasi data uji pada kategori yang paling tepat sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih akurat. *Naïve bayes* merupakan metode yang sangat sederhana dengan hasil analisis yang akurat (Gunawan *et al.*, 2017).

Saat ini media sosial dapat menggambarkan opini publik terkait fenomena yang sedang terjadi. Data diatas menunjukkan *sentiment* publik dalam berkomentar terkait program vaksinasi yang diselenggarakan oleh pemerintah yang kemudiandikategorikan menjadi pernyataan positif dan negatif. Dari latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul: **“IMPLEMENTASI *SENTIMENT ANALYSIS* DALAM PENYEBARAN INFORMASI VAKSINASI COVID-19 MENGGUNAKAN METODE *NAÏVE BAYES* DI FACEBOOK”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang sudah dijelaskan penulis pada latar belakang yang membuat kemunculan berbagai fenomena, Facebook merupakan salah satu sosial media yang memiliberbagai macam fitur seperti berbagi foto, video, status, dan informasi kepada orang lain. Mayoritas dari masyarakat memberikan tanggapan maupun opini melalui media sosial salah satunya di media sosial Facebook, dari setiap opini dapat dikategorikan kedalam *sentiment* yang bersifat positif atau negatif. Dari setiap opini atau *sentiment* dapat diketahui kata apa saja yang sering muncul dari klasifikasi positif dan negatif.

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalahdi atas, maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *sentiment user* terhadap vaksinasi?
2. Bagaimana kata yang paling sering muncul terkait vaksinasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dirancang dan disesuaikan dengan perumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *sentiment* positif dan negatif dari vaksinasi
2. Untuk mengetahui kata yang sering muncul terkait vaksinasi

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini dapat menghasilkan kegunaan dan manfaat yang berupa:

a. Aspek Akademis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat menambah wawasan dan informasi terkait bidang *big data* khususnya dalam pengambilan keputusan dari *sentiment* masyarakat yang terbentuk di dalam suatu jaringan sosial (media sosial Facebook) dan sebagai alternatif sumber data sebagai pengganti survei tradisional. Selain itu diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan dapat menjadi masukan untuk pemerintah dalam memberikan edukasi bagi masyarakat yang menolak vaksinasi

b. Aspek Praktis

Penulis berharap bahwa dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat bahwa suatu persebaran informasi di media sosial memiliki bentuk atau simpul yang dapat memberikan sebuah ilmu pengetahuan baru.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir pada penelitian ini meliputi beberapa tahapan dari Bab I sampai Bab V sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jikadiperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan dan menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saranyang berkaitan dengan manfaat penelitian.