

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN OPINI PUBLIK TERHADAP FENOMENA *CHILDFREE* MENGGUNAKAN ALGORITMA *NAÏVE BAYES* PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER*

Oleh
SALMA HANIYAH
1202184290

Perkembangan media sosial, terutama *Twitter*, sebagai sarana komunikasi dan penyaluran pendapat semakin pesat. Gerakan *childfree*, yakni keputusan individu untuk tidak memiliki anak, telah menjadi topik yang ramai dibicarakan di media sosial. Hal ini mencerminkan perubahan pandangan masyarakat terhadap kehidupan keluarga dan memiliki dampak signifikan pada dinamika sosial dan kebijakan publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen pengguna *Twitter* terhadap gerakan *childfree* menggunakan algoritma *Naïve Bayes*. Penelitian ini akan mengidentifikasi dan memahami pandangan masyarakat mengenai *childfree* berdasarkan cuitan-cuitan di *Twitter*. Penelitian ini menggunakan metode analisis sentimen dengan memanfaatkan media sosial *Twitter*. Data diambil melalui proses *crawling* pada periode 19 Desember 2022 hingga 16 Januari 2023. Data yang diperoleh diolah menggunakan teknik *Term Frequency-Inverse Document Frequency* (TF-IDF) untuk menghasilkan 974 data yang siap untuk dianalisis. Algoritma *Naïve Bayes* digunakan untuk klasifikasi sentimen, dengan variasi data *training* dan data *testing* pada simulasi 60:40, 70:30, 80:20, dan 90:10. Mayoritas sentimen yang muncul adalah positif (mendukung *childfree*) dengan persentase tertinggi pada simulasi 4 (90:10) mencapai 90,72%. Sentimen positif ini mencerminkan dukungan terhadap kebebasan individu, pertimbangan finansial, kesejahteraan mental, serta pengakuan terhadap peran keluarga dalam keputusan *childfree*. Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *childfree*, serta dampaknya dalam berbagai konteks, termasuk hubungan individu, kebijakan publik, dan dinamika sosial.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, *Childfree*, *RapidMiner*, *Naive Bayes*