

## Abstrak

Riset ini bertujuan untuk menganalisis dinamika sentimen publik terhadap tiga pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam Pemilihan Umum (Pemilu) Indonesia 2024. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data *Twitter* sebagai sumber informasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola sentimen publik selama enam fase krusial dalam konteks pemilihan tersebut. Metode pengumpulan data dilakukan melalui teknik *Tweet-Harvest* dengan mengambil sampel *tweet* yang berkaitan dengan para paslon, data tersebut dianalisis secara berkala selama masa pemilu. Analisis sentimen dilakukan menggunakan pendekatan klasifikasi *Naïve Bayes-Support Vector Machine* guna memahami pola sentimen yang muncul pada setiap fase tersebut. Model dengan klasifikasi *NB-SVM* menghasilkan akurasi yang lebih baik dibandingkan model dengan klasifikasi *NB* dan *SVM*, dengan rata-rata akurasi senilai 76%. Pada Paslon 01 terbentuk pola dinamis yaitu menurunnya tingkat sentimen positif pada saat debat dan meningkat lagi di kemudian hari. Sedangkan pada Paslon 02 dan Paslon 03 tidak terbentuk pola karena berbagai alasan, yaitu sentimen yang terlalu stabil pada Paslon 02, dan sentimen yang tidak stabil pada Paslon 03. Sedangkan Paslon 01 memperoleh sentimen positif paling banyak, Paslon 02 menerima yang paling negatif, dengan rata-rata 65,19% selama proses pemilu. Penelitian ini membuktikan bahwa hasil analisis sentimen di *Twitter/X* bertentangan dengan hasil resmi KPU pemilu di Indonesia.

**Kata Kunci:** Analisis Sentimen, *Naïve Bayes*, Pemilihan Umum, Sentimen Publik, *Support Vector Machine*, *Twitter*.