

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu kunci utama dalam mewujudkan visi Indonesia Emas 2045. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, pemerintah menghadirkan berbagai kebijakan strategis, salah satunya melalui Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang ditujukan bagi peserta didik mulai dari jenjang PAUD hingga SMA, serta bagi ibu hamil dan menyusui. Program ini mulai dilaksanakan secara nasional pada 6 Januari 2025 dengan sasaran penerima manfaat sekitar 82,9 juta orang. Pelaksanaannya diawali di 26 provinsi dan secara bertahap diperluas hingga mencakup seluruh 38 provinsi di Indonesia. Selain berfokus pada pemenuhan kebutuhan gizi, program ini juga melibatkan pelaku UMKM lokal dalam proses penyediaan dan distribusi makanan, sehingga diharapkan mampu mendorong perputaran ekonomi daerah sekaligus memperkuat ketahanan pangan nasional. Dengan demikian, MBG tidak hanya berorientasi pada aspek kesehatan, tetapi juga diarahkan untuk menekan angka kemiskinan, meningkatkan produktivitas generasi muda, serta membentuk sumber daya manusia yang sehat, unggul, dan mampu bersaing di tingkat global[1].

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadikan media sosial sebagai sarana utama bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, kritik, maupun dukungan terhadap berbagai kebijakan publik. Informasi yang dihasilkan dari media sosial umumnya berjumlah besar, terus bertambah secara cepat, serta berbentuk teks yang tidak terstruktur, sehingga menyulitkan proses analisis apabila dilakukan secara manual. Kondisi tersebut mendorong perlunya pendekatan yang mampu mengolah data secara sistematis, salah satunya melalui analisis sentimen. Analisis sentimen merupakan teknik yang digunakan untuk mengklasifikasikan teks ke dalam kategori positif, negatif, atau netral, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai kecenderungan sikap dan persepsi masyarakat terhadap suatu program, kebijakan, maupun layanan tertentu[2].

Dalam bidang pengolahan bahasa alami, *algoritma Naive Bayes* merupakan salah satu metode machine learning yang banyak digunakan karena kemampuannya.

dalam mengklasifikasikan data teks secara efektif. Algoritma ini dikenal memiliki struktur yang sederhana, efisiensi komputasi yang tinggi, serta performa yang stabil dalam menangani data teks berukuran besar. Selain itu, *Naive Bayes* terbukti mampu bekerja dengan baik pada teks berbahasa lokal, termasuk Bahasa Indonesia, sehingga sering diterapkan dalam penelitian analisis sentimen[3]. Berbagai studi menunjukkan bahwa *Naive Bayes* memberikan hasil klasifikasi yang kompetitif dalam mengidentifikasi sentimen opini publik. Pemanfaatan teknik text mining yang dikombinasikan dengan klasifikasi sentimen berbasis *Naive Bayes* juga mampu menghasilkan gambaran objektif mengenai respons masyarakat terhadap suatu isu, yang selanjutnya dapat dijadikan dasar dalam perumusan maupun evaluasi kebijakan[4].

Pada penelitian terdahulu banyak dilakukan analisis sentiment dengan menggunakan data Twitter, salah satunya yaitu penelitian yang menganalisis sentimen masyarakat terhadap kebijakan kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) menggunakan data dari platform Twitter. Penelitian tersebut menerapkan metode *Naive Bayes* untuk mengklasifikasikan sentimen opini publik, dengan pembagian data 80% sebagai data latih dan 20% sebagai data uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *algoritma Naive Bayes* mampu memberikan performa klasifikasi yang baik dengan tingkat akurasi sebesar 85%, sehingga dinilai efektif dalam menganalisis sentimen kebijakan public[5]. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Putri Gea Aryanti dan Imam Santoso menganalisis sentimen masyarakat terhadap mobil listrik pada media sosial Twitter menggunakan *algoritma Naive Bayes*. Penelitian ini menggunakan 700 data tweet, di mana hasil klasifikasi menunjukkan sebanyak 650 tweet memiliki sentimen positif dan 50 tweet termasuk sentimen negatif. Pengujian model menghasilkan tingkat akurasi sebesar 87,43% dengan nilai AUC sebesar 0,518, sehingga *metode Naive Bayes* dinilai cukup efektif dalam mengklasifikasikan sentimen opini Masyarakat[6]. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Muhammad Umair dan Erliyan Redy Sutanto menganalisis sentimen ulasan pengguna aplikasi BRImo BRI menggunakan algoritma *Naive Bayes* dengan total 199 data. Tahapan penelitian meliputi proses crawling, labeling, preprocessing, serta pembagian data latih dan data uji. Hasil klasifikasi menunjukkan sentimen positif sebanyak 47 data, sentimen negatif 125

data, dan sentimen netral 27 data, dengan nilai akurasi sebesar 65%, presisi 67%, recall 92%, dan F1-score 77%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sentimen pengguna cenderung negatif, sehingga hasil analisis dapat dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan layanan aplikasi di masa mendatang[7].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memanfaatkan data opini publik yang bersumber dari media sosial Twitter sebagai objek kajian analisis sentimen terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Twitter dipilih karena merupakan salah satu platform media sosial yang aktif digunakan masyarakat untuk menyampaikan pandangan, kritik, dan respons terhadap kebijakan publik secara terbuka dan real-time. Data yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 3.406 tweet yang dikumpulkan menggunakan teknik *crawling* berdasarkan kata kunci yang berkaitan dengan Program Makan Bergizi Gratis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan data opini publik yang diperoleh dari media sosial Twitter. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan sentimen masyarakat ke dalam kategori positif, negatif, dan netral serta mengevaluasi performa model klasifikasi yang dihasilkan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode klasifikasi naïve bayes dalam proses analisis sentimen. Pemilihan metode *Naïve Bayes* didasarkan pada kemampuannya dalam menghasilkan tingkat akurasi yang baik, kemudahan dalam mengolah berbagai jenis data masukan, serta efisiensi komputasi yang memungkinkan pemrosesan data dalam jumlah besar secara cepat. Dengan penerapan algoritma tersebut, penelitian ini dapat menyajikan hasil analisis yang objektif dan terukur mengenai kecenderungan opini masyarakat terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis sebagai salah satu kebijakan strategis pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

1.2 Perumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah yang dikaji pada penelitian ini adalah Apakah *algoritma Naive Bayes* efektif digunakan untuk menganalisis sentimen opini publik terhadap kebijakan pemerintah, khususnya Program Makan Bergizi Gratis (MBG).

1.2.2 Metode Usulan

Metode yang diusulkan dalam penelitian ini adalah analisis sentimen berbasis *machine learning* menggunakan *algoritma Naive Bayes* terhadap data opini publik yang bersumber dari media sosial Twitter mengenai Program Makan Bergizi Gratis (MBG). Metode ini dipilih karena memiliki tingkat akurasi yang cukup baik, efisiensi komputasi tinggi, serta kemampuan dalam mengolah data teks berbahasa Indonesia.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa baik performa *algoritma Naive Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen terhadap Program Makan program makan bergizi gratis.
2. Apakah tahapan *Knowledge Discovery in Data (KDD)* efektif digunakan dalam analisis sentimen terhadap kebijakan publik, khususnya Program Makan Bergizi Gratis (MBG)?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka dapat diperoleh manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan data opini publik yang diperoleh dari media sosial Twitter.
2. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan sentimen masyarakat ke dalam kategori positif, dan negatif serta mengevaluasi performa model klasifikasi yang dihasilkan.

1.3.2 Manfaat

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi ilmiah dalam bidang analisis sentimen dan pengolahan bahasa alami, khususnya terkait penerapan *algoritma Naive Bayes* pada data media sosial berbahasa Indonesia.

2. Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan studi analisis sentimen berbasis media sosial, khususnya dengan menggunakan algoritma Naive Bayes pada data berbahasa Indonesia.

1.4 Batasan-batasan

Adapun batasan masalah yang diperlukan pada penelitian ini agar sesuai dengan apa yang di rencanakan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan data opini publik yang bersumber dari media sosial Twitter (X) terkait Program Makan Bergizi Gratis (MBG)
2. Penelitian hanya membahas analisis sentimen terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG)

1.5 Sistematika Proposal

Berikut ini adalah sistematika penulisan yang penulis gunakan dalam menyusun proposal skripsi pada penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penerapan solusi yang diusulkan, keterbatasannya, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan secara rinci teori yang berkaitan dengan penelitian, meliputi penjelasan dasar mengenai e-commerce, analisis sentimen, data mining serta penelitian terkait.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai tahapan penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, data yang digunakan, perancangan alur metode, dan proses evaluasi yang akan digunakan untuk mendukung metode penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis yang di peroleh dari penelitian serta pembahasan terhadap hasil tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya