

“Sentimen Analisis Kritik Rakyat di Masa Kampanye Setiap Peralihan Periode Menggunakan Python”

PROJECT-BASED LEARNING
MATA KULIAH BIG DATA
KELAS C



1

Pendahuluan

2

Metodologi Penelitian

3

Hasil dan Pembahasan

4

Kesimpulan

PENDAHULUAN

Sentiment analysis atau analisis sentimen adalah proses menganalisis dan mengekstrak informasi tentang sentimen atau sikap emosional dari teks atau data yang diperoleh dari twitter. Twitter menyediakan akses terhadap jutaan tweet yang diposting oleh pengguna di seluruh dunia, termasuk pengguna yang aktif dalam membagikan pandangan mereka tentang politik dan kampanye pemilihan. Oleh karena itu, data dari Twitter dapat memberikan wawasan berharga tentang sentimen dan pendapat publik terkait dengan calon politik, isu-isu kampanye, dan peralihan periode politik

PENDAHULUAN

Permasalahan

- Belum tersedianya suatu sistem yang dapat melakukan analisis sentimen kritik rakyat di masa Kampanye setiap peralihan Periode

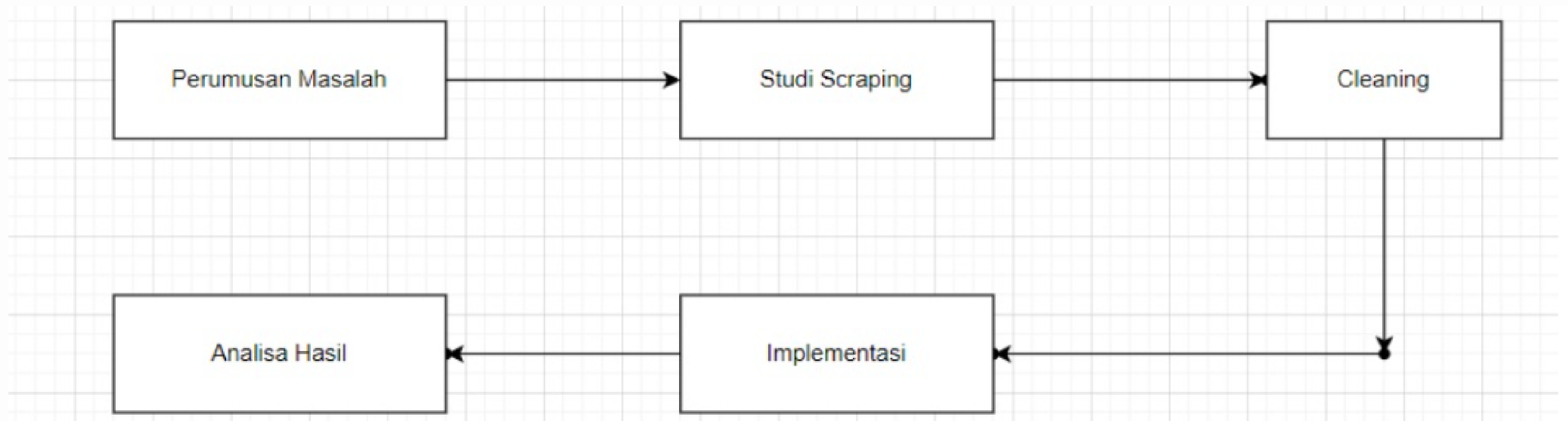
Tujuan

- Mengembangkan sistem analisis sentimen yang efisien dan terukur untuk mengekstrak dan menganalisis kritik rakyat di masa kampanye setiap peralihan periode. menggunakan apache hadoop dan mahout

Manfaat

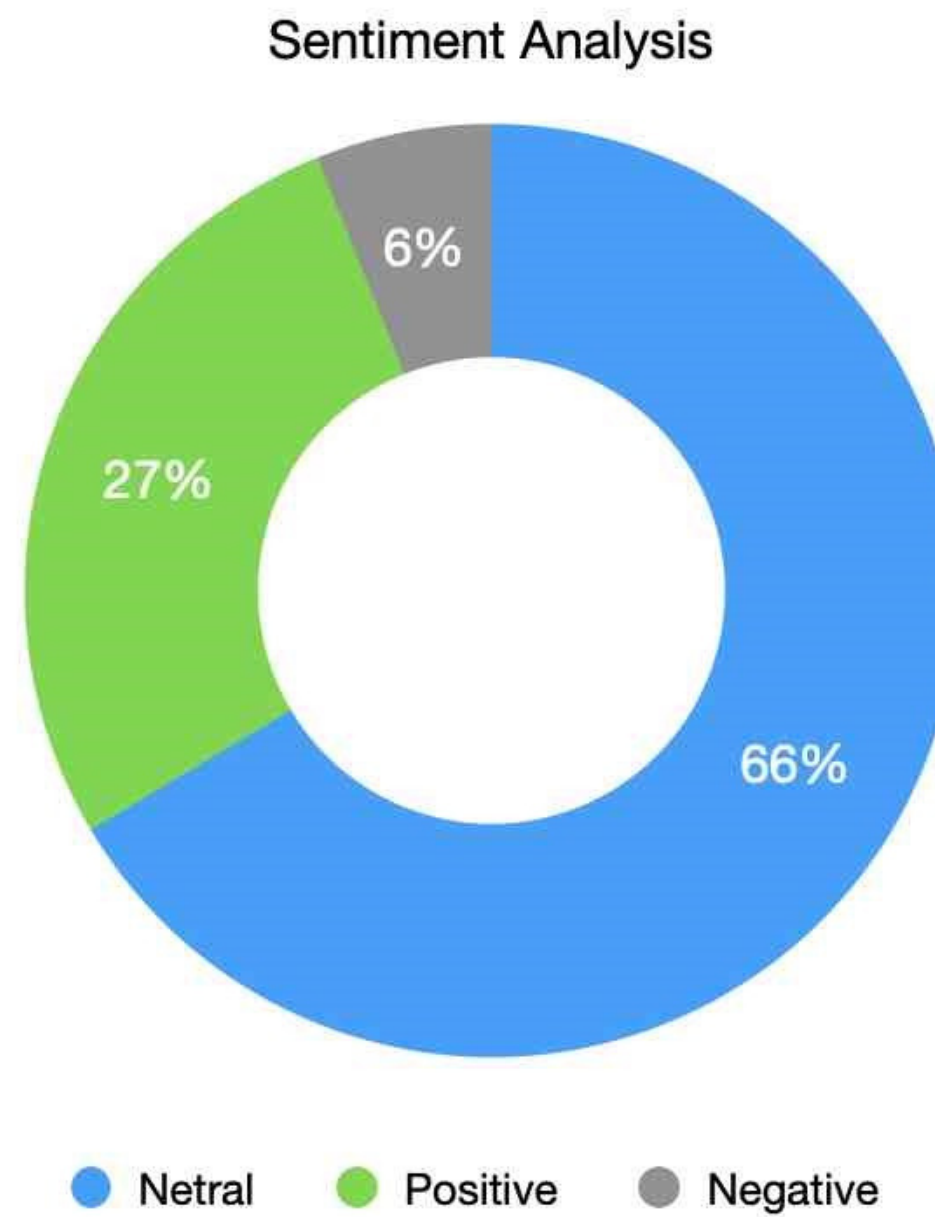
- Meningkatkan efisiensi dalam mengolah data kritik yang masuk dalam jumlah besar.
- Memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap sentimen masyarakat terkait dengan kinerja pemerintah sebelumnya.
- Memberikan informasi yang berharga bagi calon pemimpin baru dalam merencanakan kebijakan dan strategi masa depan.

METODOLOGI PENELITIAN



Hasil & Pembahasan

	Jumlah
Neutral	665
Positif	275
Negatif	61



- **Mayoritas sentimen netral: 66% pengguna Twitter membicarakan "pemilu2024" dengan sikap netral.** Diskusi dan berita mengenai pemilu banyak, tetapi belum ada sikap yang tegas terkait hal tersebut.
- **Sedikit sentimen negatif: Hanya 6% pengguna Twitter yang mengekspresikan ketidakpuasan atau kritik terhadap pemilu 2024.** Hal ini menunjukkan sedikitnya ketegangan politik atau masalah yang dipersepsikan oleh masyarakat terkait pemilihan. Masyarakat bersifat objektif dan tidak mudah percaya hoax.
- **Jumlah sentimen positif yang signifikan: 27% pengguna Twitter menunjukkan dukungan dan kepuasan terhadap pemilu 2024.** Hal ini mengindikasikan antusiasme dan harapan besar masyarakat terhadap pemilihan tersebut.

Hasil & Pembahasan



- Kata "pemilu" merupakan kata dengan frekuensi tertinggi, menunjukkan bahwa topik yang paling sering muncul dalam data adalah terkait pemilu.
- Kata "2024" juga memiliki frekuensi yang tinggi, menunjukkan bahwa tahun 2024 menjadi fokus dalam percakapan terkait sentimen.
- Kata "ganjar", "prabowo" dan "pilih" juga memiliki frekuensi yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa tokoh politik atau pemilihan menjadi perhatian dalam sentimen yang dianalisis.
- Kata-kata seperti "dukung", "prabowo", "presiden", dan "politik" juga muncul dengan frekuensi yang signifikan.

Hasil & Pembahasan

- Kata "prabowo" memiliki frekuensi tertinggi dalam sentimen positif, menunjukkan adanya dukungan terhadap tokoh tersebut.
- Kata-kata seperti "dukung", "pilih", dan "2024" juga muncul dengan frekuensi yang tinggi, menunjukkan adanya dukungan terhadap pemilihan dan tahun yang spesifik



Hasil & Pembahasan

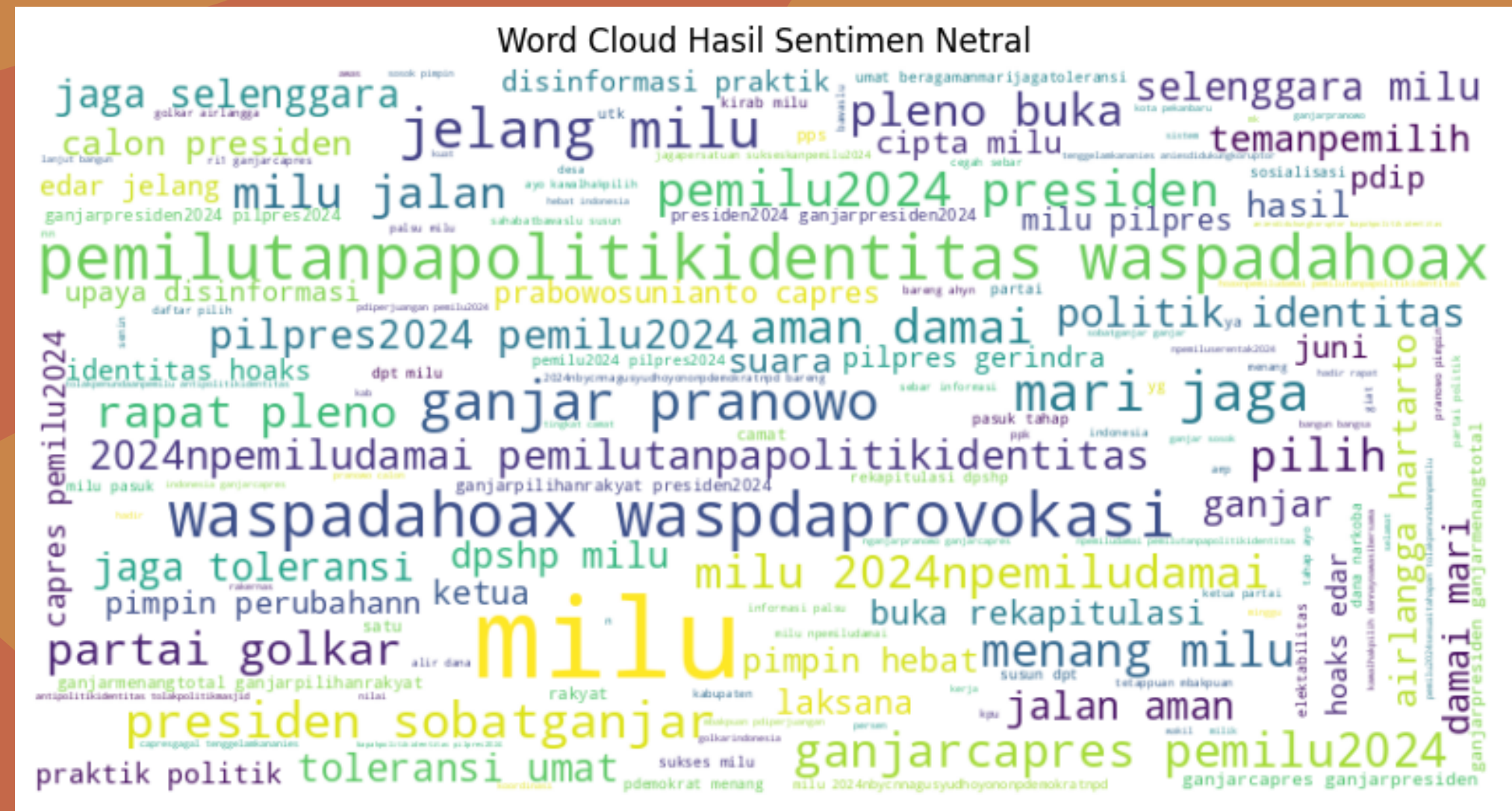
Word Cloud Hasil Sentimen Negatif



- Kata "pemilu" memiliki frekuensi tertinggi dalam sentimen negatif, menunjukkan bahwa ada ketidakpuasan atau kritik terhadap pemilu.
- Kata-kata seperti "edar", "pecah", dan "politik" juga muncul dengan frekuensi yang tinggi, menunjukkan adanya ketegangan atau konflik dalam percakapan negatif.

Hasil & Pembahasan

- Kata "pemilu" tetap menjadi kata dengan frekuensi tertinggi dalam sentimen netral, menunjukkan bahwa topik pemilu masih relevan dalam percakapan netral.
- Kata "2024" juga memiliki frekuensi yang signifikan dalam sentimen netral.
- Kata-kata seperti "ganjar", "presiden", "pilih", dan "politik" juga muncul dengan frekuensi yang cukup tinggi dalam sentimen netral.



Kesimpulan

- **Hasil analisis sentimen menunjukkan adanya dominasi sentimen netral dengan 665 kritik, diikuti oleh sentimen positif dengan 275 kritik, dan sentimen negatif dengan 61 kritik. Namun, perlu diperhatikan bahwa sentimen netral dipengaruhi oleh adanya iklan dalam dataset dan kecenderungan retweet oleh pengguna, sehingga mempengaruhi kesimpulan yang lebih akurat.**
- **Mayoritas tweet terkait Pemilihan Umum tahun 2024 memiliki sentimen positif, menunjukkan adanya dukungan dan ketertarikan lebih besar terhadap topik tersebut. Analisis sentimen ini memberikan wawasan penting dalam memahami pola pikir dan preferensi masyarakat terkait pemilihan umum.**
- **Analisis sentimen pada data Twitter memiliki keterbatasan, termasuk ambiguitas dan kompleksitas dalam bahasa yang digunakan, serta adanya noise atau konten tidak relevan dalam dataset. Oleh karena itu, hasil analisis perlu ditafsirkan dengan cermat dalam memahami sentimen masyarakat.**