

Ringkasan Artikel 4.

1. Sitasi Artikel (APA):

Nardilasari, A. P., Hananto, A. L., Hilabi, S. S., Tukino, & Priyatna, B. (2023). Analisis Sentimen Calon Presiden 2024 Menggunakan Algoritma SVM pada Media Sosial Twitter. JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science), 8(1), 11–18. <http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jointecs>

2. Latar dan Tujuan:

Media sosial, khususnya Twitter, menjadi arena penting untuk mengukur opini publik. Analisis sentimen membantu melihat popularitas calon presiden. Penelitian ini bertujuan meningkatkan akurasi analisis sentimen dibanding metode sebelumnya dengan menerapkan algoritma SVM.

3. Metode:

Data dikumpulkan dari Twitter (8.959 tweet, 17–25 Oktober 2022) dengan kata kunci Ganjar, Anies, Prabowo. Tahapan preprocessing meliputi cleansing, case folding, tokenizing, stopword removal. Model diklasifikasi menggunakan SVM di RapidMiner dengan 10-fold cross-validation.

4. Hasil/Temuan Kunci:

- Akurasi SVM: 98,61% (vs. Naïve Bayes sebelumnya 73,86%).
- Precision: 98,81%, Recall: 99,79%.
- Sentimen positif: Ganjar 55%, Prabowo 30%, Anies 15%.
- Sentimen negatif: Anies 89%, Ganjar 8%, Prabowo 3%.

5. Kontribusi dan Keterbatasan:

Kontribusi penelitian ini adalah peningkatan akurasi signifikan analisis sentimen politik menggunakan SVM. Keterbatasannya: data terbatas pada periode tertentu dan hanya Twitter, sehingga kurang mewakili opini publik luas.

6. Take Away:

SVM terbukti unggul untuk analisis sentimen politik di media sosial. Untuk proyek praktis, kombinasi SVM dengan dataset lebih besar dan multichannel bisa meningkatkan prediksi opini publik.