

# **Judul: Analisis Sentimen Calon Presiden 2024 Menggunakan Algoritma SVM Pada Media Sosial Twitter**

**1.Sitasi Artikel:** Nardilasari,A. P., Hananto, A. L., Hilabi, S. S., Tukino, T., & Priyatna, B. (2024). *Analisis Sentimen Calon Presiden 2024 Menggunakan Algoritma SVM Pada Media Sosial Twittwer*.

## **2.Latar belakang dan tujuan:**

Artikel ini membahas mengenai Analisis sentimen terhadap calon presiden pada tahun 2024 melalui platform media sosial Twitter. latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya opini publik yang tercermin di media sosial dalam mempengaruhi proses pemilihan umum tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis sentimen masyarakat terhadap calon presiden menggunakan algoritma Support Vector Machine (SVM).

## **3.Metode:**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tahapan sebagai berikut:

**1. Pengumpulan data:** Data berupa cuitan (tweets) yang relevan dengan topik calon presiden 2024 dikumpulkan dari platform Twitter.

**2.Pra-pememproses data:** Data yang dikumpulkan kemudian dibersihkan dan diproses melalui beberapa tahapan, termasuk case folding,togenisasi, penghapusan stop words, dan stemming.

**3.Ekstraksi fitur:** Fitur-fitur diekstrak dari teks menggunakan metode terms frequency-inverse Dokument frequency (TF-IDF).

**4.Klasifikasi sentimen:** Algoritma Support Vector Machine (SVM) digunakan untuk mengklasifikasikan sentimen ke dalam kategori positif, negatif, atau netral.

**5.Evaluasi model:** Model dievaluasi menggunakan matrix seperti akurasi, presisi, recall, dan F1-score.

## **4.Hasil dan Temuan Kunci:**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma SVM mampu memberikan akurasi yang cukup baik dalam pengklasifikasikan seniman terhadap calon presiden temuan kunci dari penelitian ini adalah adanya polarisasi sentimen di media sosial terhadap masing-masing calon presiden,dengan positif, negatif,dan netral yang bervariasi.

### **5.Kontribusi dan keterbatasan:**

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika opini publik di media sosial terkait pemilihan presiden keterbatasan penelitian ini antara lain adalah:

- Fokus hanya pada platform Twitter sehingga tidak mencerminkan opini dari platform media sosial lainnya.
- Penggunaan algoritma SPM yang mungkin Memiliki keterbatasan dalam menangani data teks yang kompleks.
- Potensi bias dalam data yang dikumpulkan, karena opini di media sosial dapat diperbaharui oleh berbagai faktor eksternal.

### **6.Takeaway:**

Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai bagaimana analisis sentimen dapat digunakan untuk memahami opini publik terhadap calon Presiden di media sosial. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para calon presiden dan tim kampanye dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih efektif.