

ANALISIS SENTIMEN PROGRAM KAMPANYE PASANGAN CAPRES CAWAPRES PRABOWO GIBRAN DI MEDIA SOSIAL X

Putri Nowo Mustikaningtyas, Aris Wahyu Murdiyanto, Arif Himawan

INTISARI

Latar Belakang: Pemilihan umum kembali diselenggarakan pada tahun 2024. Terdapat tiga calon presiden dan wakil presiden yang sudah melakukan kampanye sebagaimana ketentuan yang berlaku di Indonesia, dimulai dari menjabarkan visi-misi serta program unggulan dari masing-masing calon. Penjabaran visi-misi serta program unggulan dari setiap calon ini tidak luput dari komentar masyarakat yang dituangkan ke media sosial salah satu contoh media sosial X dimana para penggunanya dapat dengan bebas berkomentar terkait program unggulan dari masing-masing calon presiden dan wakil presiden. Beragam komentar terkait program makan siang gratis yang ditawarkan oleh Prabowo Gibran menjadi topik yang hangat diperbincangkan, karena terdapat komentar yang mendukung dan ada pula yang menolak adanya program makan siang gratis untuk anak sekolah ini.

Tujuan: Tujuan dari penelitian ini adalah membuat analisis dengan metode klasifikasi *Naive Bayes* yang digunakan untuk melakukan analisis sentimen terkait program makan siang gratis di media sosial X.

Metode Penelitian: *Naive Bayes Classification* dikenal sebagai pengklasifikasi Bayesian sederhana dan telah berhasil dalam praktiknya. Klasifikasi *Naive Bayes* dapat digunakan untuk mengambil Keputusan dengan cara memprediksi kasus berdasarkan hasil dari klasifikasi yang telah diperoleh.

Hasil: Pengambilan data dengan kata kunci “makan siang gratis” menghasilkan 400 data yang diambil dalam rentang waktu 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024 dan berhasil memperoleh akurasi data *training* dan data *testing* sebesar 0,57%

Kesimpulan: Penelitian dengan metode *Naive Bayes Classification* dalam pengujian akurasi berhasil dilakukan dengan memperoleh nilai 0,57% untuk data *training* dan data *testing*.

Kata-kunci: Analisis Sentimen, *Naive Bayes Classifier*, Makan Siang Gratis

**SENTIMENT ANALYSIS OF THE CAMPAIGN PROGRAM OF THE
PRESIDENTIAL CANDIDATE PAIR PRABOWO GIBRAN ON SOCIAL
MEDIA X**

Putri Nowo Mustikaningtyas, Aris Wahyu Murdiyanto, Arif Himawan

ABSTRACT

Background: General elections will be held again in 2024. There are three presidential and vice-presidential candidates who have conducted campaigns as applicable in Indonesia, starting from describing the vision-mission and superior programs of each candidate. The description of the vision-mission and excellent programs of each candidate did not escape the public comments poured into social media, one example of social media X where users can freely comment on the excellent programs of each presidential and vice presidential candidate. Various comments related to the free lunch program offered by Prabowo Gibran became a hot topic of discussion, because there were comments that supported and some rejected the free lunch program for school children.

Objective: The purpose of this research is to create an analysis with the Naive Bayes classification method used to perform sentiment analysis related to the free lunch program on X social media.

Method: Naïve Bayes Classification is known as a simple Bayesian classifier and has been successful in practice. Naïve Bayes classification can be used to make decisions by predicting cases based on the results of the classification that has been obtained.

Result: Data retrieval with the keyword “free lunch” resulted in 400 data retrieved in the time span of November 28, 2023 to February 10, 2024 and successfully obtained the accuracy of training data and testing data of 0.57%.

Conclusion: Research with the Naïve Bayes Classification method in accuracy testing was successfully carried out by obtaining a value of 0.57% for training data and testing data.

Keywords: Sentiment Analysis, Naïve Bayes Classifier, Free Lunch User