

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan algoritma Multinomial Naïve Bayes untuk meneliti opini publik terkait putusan Mahkamah Konstitusi mengenai undang-undang pemilihan kepala daerah (Pilkada). Melalui Tweet Harvest crawl, data dikumpulkan dari jaringan media sosial X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter. Cleaning, case folding, normalisasi, tokenizing, stopword forward, dan stemming merupakan beberapa teknik preprocessing yang digunakan dalam analisis. Dengan menggunakan metode berbasis leksikon untuk klasifikasi sentimen, sentimen dibagi menjadi tiga kelompok: netral, negatif, dan positif. Dari 3.112 tweet, 20,02% digunakan untuk proses pengujian, sementara 79,98% digunakan untuk pelatihan. Algoritma Multinomial Naïve Bayes memperoleh akurasi sebesar 88,43% pada data training dan 87,32% pada data testing, sesuai dengan hasil penilaian. Meskipun akurasi klasifikasi untuk sentimen netral masih dapat ditingkatkan, model ini melakukan pekerjaan yang baik dalam membedakan perasaan positif dan negatif. Dengan menggabungkan elemen tekstual dan emotikon dalam pemodelan opini publik di media sosial, penelitian ini memajukan analisis sentimen.

Kata kunci: Analisis Sentimen, Naïve Bayes Multinomial, Lexicon-Based, Media Sosial X, Hukum Pilkada, Mahkamah Konstitusi.

ABSTRACT

The purpose of this study is to use the Multinomial Naïve Bayes algorithm to examine public opinion regarding the Constitutional Court's ruling on the regional head election law. Through Tweet Harvester crawl, data was collected from social media network X, previously known as Twitter. Cleaning, case folding, normalization, tokenizing, stopword removal, and stemming were some of the preprocessing techniques used in the analysis. Using a lexicon-based method for sentiment classification, sentiments were divided into three groups: neutral, negative, and positive. Of the 3,112 tweets, 20.02% were used for the testing process, while 79.98% were used for training. The Multinomial Naïve Bayes algorithm obtained an accuracy of 88.43% on the training data and 87.32% on the testing data, in accordance with the assessment results. Although the classification accuracy for neutral sentiments can still be improved, the model does a good job in distinguishing between positive and negative feelings. By combining textual elements and emoticons in modeling public opinion on social media, this research advances sentiment analysis.

Keywords: Sentiment Analysis, Multinomial Naïve Bayes, Lexicon-Based, Social Media X, Pilkada Law, Constitutional Court.