

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak negara berkembang yang memiliki *startup unicorn* salah satunya merupakan Indonesia yang memiliki cukup banyak *startup unicorn* sejak 4 tahun belakangan ini maka dari itu beberapa CEO unicorn tersebut sangatlah melirik R&D[1]. *Research and Development* untuk pengembangan startup mereka tetapi karena biaya yang tidaklah sedikit maka kegiatan R&D cukup menjadi masalah bagi perusahaan *unicorn* di Indonesia [2]. dengan adanya media sosial twitter ini digunakan oleh CEO BukaLapak untuk tweet pendapat tentang budget R&D yang membawa nama Presiden dan menjadikannya sebuah kasus yang cukup trending, menurut penelitian [3] inovasi penting dijamin sekarang, untuk pengembangan inovasi *Research and Development* sangatlah harus dikembangkan untuk kemajuan pemerintahan pusat.

Seiring perkembangan era globalisasi. Media *social* di era industrial 4.0, *microblogging system* seperti *twitter* menjadi tempat favorit untuk menyampaikan perasaan dan juga opini pendapat seseorang, twitter menunjukkan eksistensinya menjadi social media yang patut di perhitungkan keberadaanya sebagai media social berkomunikasi untuk dunia[4]. Maka dari itu pada kasus anggaran yang dibahas oleh CEO BukaLapak tersebut menjadi polemik di masyarakat pengguna jejaring media sosial twitter.

Sentimen analysis dapat di gunakan untuk keperluan mengidentifikasi dan mencari bobot dalam masalah suatu obyek pendapat atau sentimen oleh seseorang, apakah nantinya bersifat negatif, positif atau netral[5] . Berdasarkan kasus diatas dapat dilakukan analisis sentimen yang merupakan cara mendapatkan opini publik. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana komentar masyarakat terhadap kasus yang terjadi pada CEO BukaLapak. Metode yang akan digunakan untuk menganalisis sentimen tersebut adalah metode *Sentistrength*, yang merupakan metode yang cukup efisien dan efektif untuk digunakan dalam

perhitungan *sentiment analysis*, *sentistrength* akan memberikan nilai positif-negatif dan nilai ini akan dimulai dari angka 1-5 nilai 1 tidak menunjukkan positif atau negative, dan nilai 5 dapat sangat positif atau sangat negatif[6] .

Pada penelitian ini perlunya menentukan sebuah *Corporate Reputation* dengan menggunakan metode klasifikasi *Sentistrength*, sebelum diklasifikasi data akan masuk kedalam preprosesing dan *N-Gram* untuk membersihkan data dan pembobotan lalu *N-Gram* untuk mencari kata yang berkaitan dalam isu-isu yang kita butuhkan lalu lanjut kedalam proses klasifikasi menggunakan metode *Sentistrength* untuk analisis sentimennya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang *Corporate Reputation* untuk melihat nilai sebagaimana reputasi BukaLapak sesudah kasus BukaLapak, pentingnya *Corporate Reputation* memiliki 6 dimensi dengan setiap dimensi memiliki 3 sub dimensi berbeda maka untuk memberikan nilai *Corporate Reputation* lebih akurat dan lengkap[7] berdasarkan asosiasi sentimen analisis dari data faktor variable pada *Corporate Reputation*.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah *Sentistrength* dengan cara sebagai berikut pertama saya mengambil data pada twitter menggunakan *java*, lalu data disimpan pada Microsoft Acces Database setelah itu data akan di *preprocessing* dengan 3 tahap, tahap 1 melakukan *tokenisasi*, tahap 2 *stopwords removal* dan tahap 3 *steaming*, lalu data akan di *N-gram* dengan Bahasa *N-gram* *java* *neatbeans* lalu dimasukan di program *Sentistrength* yang sudah di modifikasi untuk mendapatkan hasil dan bobot yang diinginkan. Pada tahap *preprocessing* saya menggunakan *Neatbeans*, *R*, dan *Microsoft Excel* setelah itu data akan memasuki tahap *N-gram* dan *Sentistrength*. Perhitungan dan proses ini menggunakan program *Sentistrength* dan Program *N-gram* dengan *neatbeans* dan *python*. Pada *N-gram* untuk membantu mencari *keyword* dan *corpus python* pelengkap *corpus Corporate Reputation*.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Bagaimana dampak sentimen publik kasus cuitan *tweet* CEO BukaLapak terhadap *Corporate Reputation* BukaLapak dengan menggunakan metode *Sentiment Analysis* ?

1.3. Batasan Masalah

Menurut rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka pembatasan masalah yang diambil sebagai berikut :

1. Analisis sentimen yang dibuat adalah analisis sentimen publik twitter terhadap pernyataan CEO BukaLapak di social media twitter.
2. Pernyataan *tweet* yang diambil merupakan pernyataan *tweet* yang menggunakan bahasa Indonesia.
3. Analisis dibuat dengan data twitter yang di ambil dari data twitter tanggal 14 Februari 2019 – 30 Juni 2019
4. Hasil dari penelitian ini merupakan data yang berupa komentar sentimen positif, komentar sentimen negatif, dan komentar sentimen netral dari analisis tersebut.
5. Corpus yang dibuat diambil dari *N-Gram tweet* total dan dari teori *Corporate Reputation*

1.4. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah yang ada dan, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk dapat mengetahui dampak sentimen publik kasus cuitan *tweet* CEO BukaLapak mengenai anggaran R&D Indonesia terhadap *Corporate Reputation* BukaLapak dengan menggunakan metode *Sentiment Analysis*.

1.5. Metode Penelitian

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh penulis, untuk mendapatkan atau memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan penulis melakukan beberapa metode yang dilakukan antara lain :

1. Studi Literatur

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data atau informasi, penulis melakukan beberapa metode -metode yang dilakukan tersebut antara lain:

Penulis mencari beberapa referensi pendukung dalam proses pembuatan skripsi yaitu mengumpulkan bahan-bahan referensi baik dari buku, jurnal, makalah, artikel, paper, maupun situs internet.

2. Analisis

Hal-hal yang dilakukan dalam tahap ini adalah:

- a. Menganalisis *sentiment* yang ada pada Tweet.
- b. Cara kerja dari algoritma *Sentistrength* dalam mengklasifikasikan Tweet.

3. Penyusunan Laporan

Pada tahap ini, penulis melakukan penulisan tentang hasil analisis sentimen dari dampak cuitan Twitter CEO BukaLapak Mengenai *Budget* R&D yang di asosiasikan dengan *Corporate Reputation* BukaLapak.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini akan berisi konsep-konsep dasar dalam pembuatan dan penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LADASAN TEORI

Pada bab 2 ini akan berisi tentang pembahasan skripsi-skripsi dari orang lain/mahasiswa lain yang akan berkaitan dengan judul dari penulis, teori-teori yang berkaitan dengan judul, dan konsep-konsep dan metode yang ada pada skripsi penulis.

BAB 3 METODOLOGI

Pada bab 3 ini laporan berisi tentang apa saja metode dan langkah-langkah proses pembuatan analisis sentimen, klasifikasi, identifikasi dalam mencari nilai *corporate reputation* untuk melihat dimensi mana saja yang terkena dampak.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 akan berisi tentang hasil grafik dan hasil data pembahasan dari penelitian penulis.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 ini akan berisi tentang kesimpulan dari hasil dan saran untuk penelitian berikutnya untuk penulis.