

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah salah satu platform yang digunakan untuk berbagi informasi. Masyarakat menggunakan media sosial untuk membagikan aktifitas sehari-hari mereka baik melalui pesan, gambar, ataupun video. Terdapat 2 level dalam analisis sentimen yang tergabung dalam data textual, yaitu level aspek kalimat dan level dokumen [1]. Pendekatan berbasis leksikon menggunakan sumber linguistic seperti sentimen leksikon, yang terdiri dari beberapa kata dan nilai polaritasnya. Metode ini dapat digunakan tanpa bergantung pada keberadaan data berlabel. Opini digambarkan melalui frase positif maupun negatif [2].

Saat ini sudah sangat lazim universitas mempunyai media sosial resmi, di mana media sosial ini dapat membantu publik dalam menemukan informasi yang dibagikan via media sosial [3]. Banyaknya komentar dan pertanyaan melalui media sosial tersebut mendorong diperlukannya analisis sentimen pada media sosial tersebut. Sentimen analisis atau *opinion mining* merupakan analisa yang dilakukan pada pendapat orang, sentimen, evaluasi, penilaian, sikap dan emosi terhadap entitas seperti produk, pelayanan, organisasi dan individual yang mewakili masalah yang besar [4].

Analisis sentimen berbasis leksikon menggunakan daftar leksikon yang sudah disiapkan sebelumnya untuk menilai dokumen dengan menggabungkan skor sentimen dari semua kata dalam dokumen. Kamus sentimen yang telah disiapkan sebelumnya umumnya berisi kata dan skor sentimen yang sesuai. Aturan sederhana juga dapat digunakan untuk menangani istilah negasi [5].

Terdapat beberapa metode analisis sentimen, diantaranya berbasis aturan menggunakan kata-kata yang sudah diberikan label sentimen tertentu dan *machine learning based* di mana menggunakan *machine learning* untuk melakukan analisis sentimen. Pada penelitian ini akan digunakan metode berbasis leksikon karena tidak membutuhkan data berlabel dan kinerjanya cukup baik, dengan angka akurasi sebesar 83.27% [2]. Penelitian ini akan menggunakan metode berbasis leksikon dengan 3 jenis opini yaitu opini positif, opini negatif dan opini netral dengan skor kepercayaan prediksi [2].

1.2 Topik dan Batasannya

Topik yang dibahas dalam penelitian ini adalah sentimen analisis pada media sosial universitas menggunakan analisis berbasis lexicon. Batasan masalah pada penelitian ini adalah mendefinisikan daftar leksikon untuk melakukan analisis sentimen komentar media sosial Universitas. Studi kasus media sosial yang digunakan adalah instagram universitas Telkom dengan dataset komentar pada rentang Juli hingga Desember 2021.

1.3 Tujuan

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah mengimplementasikan dan mengevaluasi analisis sentimen berbasis leksikon pada media sosial universitas.