

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Cable News Network (CNN) adalah sebuah saluran berita kabel asal AS yang didirikan tahun 1980 oleh konglomerat media asal Amerika Serikat Ted Turner. Ketika diluncurkan, CNN adalah saluran televisi pertama yang menyiarkan liputan berita 24 jam, dan saluran televisi berita pertama di Amerika Serikat. Meski memiliki banyak cabang, CNN justru lebih sering mengudara dari kantor pusatnya di *CNN Center* di Atlanta, *Time Warner Center* di New York City, dan studio di Washington, D.C. dan Los Angeles. CNN dimiliki oleh perusahaan induknya, Warner Media, serta merupakan divisi *Warner Media News and Sports* (CNN, 2021).



Gambar 1.1 Logo CNN

Sumber: png download.id

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, peneliti mengambil CNN sebagai *platform website online* untuk mengambil informasi berita terkait objek penelitian. Penelitian ini mengambil 22 objek perusahaan yang termasuk dalam indeks saham SNP500 atau yang sering disebut sebagai 500 perusahaan terbesar Amerika. 22 perusahaan ini merupakan perusahaan-perusahaan pokok teratas dalam indeks saham tersebut. Dalam penelitian ini mengambil data berita selama periode 2016 – 2022 serta mengambil harga saham pada *Yahoo Finance* selama periode yang sama. Tabel 1.2 merupakan daftar objek perusahaan yang akan diteliti sekaligus daftar saham yang ada pada *yahoo finance*.

Tabel 1.2 Daftar Objek Perusahaan dan Saham

No.	Kode	Nama Saham	No.	Kode	Nama Saham
1	AAPL	Apple Inc.	12	KO	The Coca-Cola Company
2	AMZN	Amazon.com, Inc.	13	MSFT	Microsoft Corporation
3	AXP	American Express Company	14	NOK	Nokia Oyj
4	BAC	Bank of America Corporation	15	NISSAN	Nissan Motor Co.
5	BMWG	BMW	16	PEP	PepsiCo, Inc.
6	CSCO	Cisco System, Inc.	17	SBUX	Starbucks Corporation
7	EBAY	eBay Inc.	18	SNE	Sony Group Corporation
8	GOOG	Alphabet Inc.	19	SSNLF	Samsung Electronics Co.,
9	GM	General Motors Company	20	TM	Toyota Motor Corporation
10	HMC	Honda Motor Co.	21	WMT	Walmart Inc.
11	JPM	JPMorgan Chase & Co.	22	YHOO	Yahoo Japan Corp.

Sumber: Data Nama Saham Yahoo Finance, 2022

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa objek penelitian ini mengambil 22 objek perusahaan yang termasuk perusahaan pokok dalam sektornya masing-masing yang terdaftar dalam indeks SNP500, juga dalam *platform* saham *yahoo finance*. Sedangkan *platform* berita digunakan sebagai analisa untuk melihat sentimen *headline* berita terkait 22 perusahaan tersebut.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era digital perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi berkembang sangat pesat, sehingga mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan termasuk teknologi finansial (Adhitya,

2017:134). Di era globalisasi ini perkembangan komunikasi dan informasi berjalan cepat sejalan dengan laju pembangunan di segala bidang seperti bidang ekonomi, sosial dan budaya yang berkembang dengan sangat baik karena cepatnya jaringan informasi yang ada saat ini.

Media sebagai salah satu sarana dalam penyampaian informasi mempunyai berbagai jenis seperti media televisi, surat kabar, radio dan internet. Di berbagai negara maju maupun berkembang, hadir teknologi-teknologi baru yang dapat membantu kita dalam pekerjaan salah satunya yaitu teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses segala informasi secara cepat dan mudah yaitu melalui media internet.

Internet sebagai media publikasi menghasilkan artikel dan berita yang terbagi menjadi beberapa kategori, diantaranya adalah politik, ekonomi, olahraga, dan kesehatan. Setiap media publikasi memiliki kecenderungan untuk mempublikasikan berita dengan sentimen positif atau negatif. Sentimen yang terkandung dalam berita dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu hal atau kebijakan pemerintah (Zamahsyari, 2016).

Perkembangan waktu dan informasi yang semakin cepat diiringi dengan pertumbuhan informasi di pasar modal yang juga semakin besar dalam berbagai jenis bentuk data (Kompas, 2017). Kecepatan persebaran opini yang muncul di pasar modal menyebabkan nilai harga saham tidak dapat ditentukan secara pasti apakah nilai tersebut akan meningkat pada waktu berikutnya atau malah sebaliknya. Ditambah lagi dengan semakin bertumbuhnya jumlah investor yang akan semakin mempengaruhi peningkatan jumlah informasi yang ada pada pasar.

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada akhir tahun 2020 jumlah investor pasar modal sebanyak 3,88 juta. Sedangkan, pada tahun 2021 mengalami kenaikan yaitu mencapai 6,65 juta, hal itu terlihat dari jumlah *Single Investor Identification* (SID) (Kontan.co.id, 2021).

Menurut Nguyen *et al* (2015) investasi erat kaitannya dengan *Efficient Market Hypothesis*. Informasi yang tersedia di dalam pasar saham mencerminkan harga pasar

saham sesungguhnya. Harga saham historis juga dapat digunakan untuk memprediksi harga saham atau pergerakan pasar di masa yang akan datang. Dalam pasar saham cenderung memiliki nilai yang fluktuatif sehingga dalam memprediksi model yang akurat memiliki tantangan yang cukup sulit. Berita adalah salah satu hal yang dapat membentuk sentimen yang mempengaruhi pasar saham. Curme *et al* (2017), menyatakan bahwa hubungan antara pergerakan harga saham dan ketersediaan informasi dari suatu berita memiliki hubungan yang kuat. Namun, hal ini sulit untuk dipahami, karena berita tidak dapat dihitung secara kuantitatif.

Big data di era globalisasi ini memberikan suatu kontribusi penting salah satunya adalah dapat membantu investor dalam mengambil keputusan seperti melihat opini publik terkait saham pada pasar modal. *Sentiment analysis* merupakan suatu metode yang mencoba menerapkan berbagai sumber informasi untuk memperbaiki model prediksi saham (Nassirtoussi *et al*, 2014). Hal tersebut berkaitan dengan mengidentifikasi sentimen dari suatu berita yang diklasifikasikan menjadi 3 yaitu, positif, netral, dan negatif. Sentimen tersebut dapat mempengaruhi terhadap kenaikan atau penurunan harga saham (Joshi *et al*, 2016). Model analisis sentimen menghasilkan korelasi yang kuat antara berita dengan harga saham (Chowdhury *et al*, 2014). Ketersediaan volume data yang sangat besar sulit dilakukan dengan cara yang konvensional. Dengan adanya kontribusi penting big data, data yang ada dapat diolah dengan cepat dan mampu mengolah data dalam jumlah besar (Arasyi, 2018).

Data yang terkandung di portal berita maupun sosial media berukuran besar dan tidak terstruktur. Oleh karena itu, *text mining* digunakan agar dapat menganalisis data teks yang berfungsi untuk mengetahui informasi dan pola dari data berita dan media sosial tersebut. Analisis sentimen adalah contoh model yang digunakan pada *text mining*. Analisis sentimen digunakan untuk mengekstraksi informasi agar dapat menganalisis informasi dalam data teks yang merujuk pada masalah tertentu (Gupta & Patel, 2021). Serta, teknologi *social network* seperti *stockbit* juga dapat menjadikan akses informasi pada pasar modal menjadi merata dan terbuka untuk siapa saja.

Investor memiliki kesempatan untuk memperoleh informasi lengkap seperti berita, data keuangan dan keterbukaan informasi yang disediakan oleh perusahaan.

Penelitian Xingchen *et al* (2021) mengemukakan bahwa sentimen media yang kuat terhadap satu perusahaan dapat mengindikasikan perubahan signifikan dalam sentimen media terhadap perusahaan terkait, yang dibangun dari jaringan *co-occurrence* berita. Pasar keuangan adalah sistem dengan saling ketergantungan yang kompleks antar perusahaan. *Co-occurrence* perusahaan dalam berita dapat mengungkapkan hubungan yang mendasari antar perusahaan, sehingga memberikan perspektif yang unik untuk mempelajari saling ketergantungan tersebut (Xingchen *et al*, 2021).

Dengan adanya kesenjangan tersebut, peneliti menerapkan dan menggunakan jaringan *co-occurrence* berita untuk dapat memberikan wawasan tambahan mengenai hubungan antara perusahaan yang tidak tercermin dalam segmentasi sektoral. Salah satu faktor lain yang mendorong dibuatnya penelitian ini yaitu karena adanya bukti-bukti bahwa sentimen memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap saham yaitu berupa data perubahan harga saham yang dapat disebabkan oleh sentimen positif maupun negatif mengenai emiten perusahaan tersebut. Utomo (2018) menyatakan bahwa berita-berita yang tersebar di masyarakat mengenai suatu perusahaan tertentu akan memberikan dorongan kepada para investor untuk melakukan aksi jual maupun beli saham. Hal itu dikarenakan berita-berita tersebut akan membentuk sentimen pada masyarakat yang pada akhirnya akan mempengaruhi pengambilan keputusan investasi bagi para investor.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “***Analisis Korelasi Sentimen Berita dan Harga Saham Berdasarkan Jaringan Co-occurrence***”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasar pada pemaparan diatas, sentimen pada *public* ternilai sangat penting. *Sentiment analysis* digunakan untuk melakukan analisa opini investor untuk membuat keputusan investasi. Pemetaan terhadap opini ini penting, guna untuk melihat keadaan

dan kejadian yang ada pada pasar. Korelasi Penyebaran opini dan pergerakan pada pasar membutuhkan waktu yang cepat dalam jumlah yang banyak. Opini yang tercatat pada media berita maupun media sosial ini menjadi suatu tantangan bagi analisa konvensional sebab membutuhkan waktu yang lama, tidak dapat memproses secara efisien dan tidak dapat memproses data dalam jumlah besar.

Dengan adanya kontribusi penting *big data*, yaitu dengan memanfaatkan *text mining* di bidang *data analytics*, pencarian informasi dapat dimaksimalkan untuk kepentingan penelitian. Data yang ada dapat diolah dengan cepat dan mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan data yang didapat tersebut adalah data keseluruhan yang ada di internet, bukan hanya sekedar hasil survei atau sampel dari beberapa kalangan saja.

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan et al., (2019) membuktikan bahwa *text mining* menggunakan analisis sentimen dapat digunakan untuk mengungkap pola tersembunyi. Pola tersembunyi diperoleh dari melimpahnya data konten yang tersedia pada situs media berita maupun media sosial. Hasil penelitian tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas keputusan investor maupun *stakeholder*.

Berdasar dari fenomena yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen masing-masing perusahaan berdasarkan berita?
2. Bagaimana pengelompokkan suatu perusahaan pada jaringan *co-occurrence* berita?
3. Bagaimanakah korelasi antara sentimen berita dan harga saham?
4. Bagaimana komparasi korelasi antara sentimen dan harga saham berdasarkan *co-occurrence network* sektoral dengan *co-occurrence network detected groups*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan semua pertanyaan yang ada pada perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang dirancang dan disesuaikan dengan rumusn masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melihat sentimen pada masing-masing perusahaan berdasarkan berita.
2. Melihat pengelompokkan suatu perusahaan berdasarkan pada jaringan *co-occurrence* berita.
3. Mengetahui korelasi antara sentimen berita dan harga saham berdasarkan jaringan *co-occurrence* berita.
4. Mengetahui komparasi korelasi antara sentimen dan harga saham berdasarkan *co-occurrence network* sektoral dengan *co-occurrence network detected groups*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini dari segi teoritis diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan informasi pembaca mengenai sentimen pada berita keuangan dan pergerakan pasar, melalui pendekatan serta metode yang digunakan terutama dalam pendekatan yang berkaitan dengan *big data*. Selain itu, diharapkan penelitian ini mampu menjadi acuan yang nantinya dapat dikembangkan oleh peneliti lain dalam melakukan penelitian pada ruang lingkup yang sama.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat secara praktis terutama bagi peneliti adalah untuk melihat bagaimana sentimen korelasi berita keuangan dan pergerakan pasar, bagi investor adalah dengan penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi dan bagi pihak lain adalah sebagai bahan referensi dan acuan peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan lebih luas lagi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut ini merupakan sistematika penulisan tugas akhir yang dibuat untuk menggambarkan secara umum mengenai penulisan hasil penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, penulis menjelaskan tentang gambaran umum penelitian, latar belakang, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian,

manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir yang berjudul “Analisis Korelasi Sentimen Berita dan Harga Saham Berdasarkan Jaringan *Co-occurrence*”.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua menggambarkan kajian pustaka mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang berisi teori dari teori umum sampai ke khusus disertai penelitian terdahulu dan menggambarkan kerangka pemikiran peneliti.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga penulis menjelaskan metode, pendekatan, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengolah data. Bab ini meliputi uraian mengenai: Karakteristik Penelitian, Variabel Operasional, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data dan Sumber Data, serta Teknik Analisis Data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab empat, penulis mengkaji hasil dari metode penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir menegaskan hasil kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian dan menafsirkan yang terdapat pada hasil pembahasan dan kemudian memaparkan saran yang penulis berikan.