

## 1. Pendahuluan

Saat ini kita hidup di era teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi telah menyediakan informasi dan sarana komunikasi jauh melampaui apa yang telah dimiliki manusia. Meskipun dalam beberapa dekade terakhir peran informasi kurang diperhatikan, namun kebutuhan akan informasi dan komunikasi tidak penting kebutuhan masyarakat akan sandang dan pangan.[1].

Twitter merupakan salah satu layanan *micro-blogging* yang menyatukan jutaan dari pengguna. Memungkinkan penggunanya untuk mempublikasikan dan bertukar pesan singkat, juga dikenal sebagai *tweet*, melalui berbagai macam klien. Pengguna dapat memposting *tweet* mereka dengan mengirim email, pesan teks SMS, langsung dari smartphone mereka dan beragam layanan berbasis Web [2].

Masyarakat sering membahas bidang politik pada media sosial Twitter sehingga menarik untuk dikaji. Bidang politik dalam hal ini mengenai pemilihan presiden Indonesia tahun 2024 yang berfokus pada salah satu kandidat calon presiden yaitu Anies Baswedan. Salah satu tagar atau hashtag yang populer diperbincangkan pada media sosial Twitter yaitu “#AniesPresiden2024” karena Anies Baswedan merupakan Gubernur DKI Jakarta yang memiliki banyak dinamika isu yang sering muncul di permukaan publik serta namanya yang kerap masuk dalam lembaga survei untuk bisa memenangkan Pilpres 2024 [3].

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan untuk pembuatan tugas akhir ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh [4]. Penelitian tersebut membahas data olahan dari *tweet* Twitter yang menciptakan sebuah trend yang dapat digunakan untuk informasi khususnya di bidang politik terkait Pilkada Pekanbaru 2017. Dengan menggunakan metode DBSCAN (*Density-Based Spatial Clustering of Application with Noise*) penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pola prediksi media sosial Twitter mirip dengan pola masyarakat di Pekanbaru dengan tahap pembersihan, tahap pre-processing pada text mining, dan penentuan parameter Eps dan MinPts sehingga hasil yang diperoleh optimal. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh [5] membahas mengenai pengaruh dari konten dan keterlibatan pelanggan dalam konteks media sosial. Penelitian tersebut menggunakan analisis konten kuantitatif dari konten media social untuk mengumpulkan informasi dan analisis regresi linier multivariat digunakan untuk menyelidiki hubungan antara jenis konten sehingga menghasilkan bahwa efektivitas berbagai jenis konten media sosial memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap perilaku keterlibatan media sosial. Acuan lainnya pada [6] mengungkap dimensi struktural motif konsumen untuk menggunakan Instagram dan untuk mengeksplorasi hubungan antara motivasi yang teridentifikasi dan variabel niat sikap dan perilaku utama dengan menggunakan survei komprehensif pada total 212 pengguna Instagram. Penelitian tersebut menyimpulkan terdapat lima motif sosial dan psikologis utama pada pengguna Instagram yaitu *social interaction*, *archiving*, *self-expression*, *escapism*, dan *peeking*.

Berdasarkan uraian di atas dan didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, maka dalam tugas akhir ini diusulkan pengelompokan *user* berdasarkan jenis konten dan motivasinya, dimana jenis konten ini yaitu negatif atau positif dengan motivasi *user* yaitu ingin mendukung atau menjatuhkan Anies Baswedan sebagai calon presiden 2024 pada platform twitter menggunakan DBSCAN (*Density-Based Spatial Clustering of Application with Noise*). Dengan algoritma ini dapat mengenali bentuk *cluster* yang tidak beraturan yang sulit dikenali oleh beberapa algoritma *clustering* populer lainnya. Selain itu algoritma ini juga mampu mendeteksi *outlier/noise*. Hal tersebut dikarenakan konsep *Density-Based* yang digunakan, yaitu obyek yang tidak memiliki kedekatan jarak dengan obyek yang lainnya akan dikenali sebagai *outlier*[7]. Penggunaan metode DBSCAN (*Density-Based Spatial Clustering of Application with Noise*) diharapkan data teks yang dihasilkan dari Twitter dapat diolah untuk menjelaskan bagaimana jenis konten dan motivasi *user* terkait tagar atau hashtag “#AniesPresiden2024” menghasilkan perilaku keterlibatan *user* yang diamati dalam Twitter.