

1. Pendahuluan

Latar Belakang

Di era digital saat ini, siapa pun dapat dengan mudah mengakses informasi melalui internet, termasuk melalui media sosial, media sosial berfungsi sebagai salah satu alat komunikasi, sejalan dengan perkembangan waktu, media sosial menjadi salah satu komponen utama dalam menyampaikan informasi (Awaliyah et al., 2021). *YouTube*, sebagai salah satu platform media yang populer, menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan pandangan mereka tentang berbagai isu, termasuk pilihan untuk mendukung aksi pemboikotan produk Israel.

Aksi pemboikotan produk Israel adalah tindakan yang bertujuan untuk menolak penggunaan atau konsumsi produk Israel, dilakukan melalui proses kesadaran kolektif, di mana masyarakat berpartisipasi berdasarkan pandangan politik atau kemanusiaan mereka. Sebelum memutuskan untuk mendukung aksi ini, masyarakat biasanya akan mengevaluasi informasi dan alasan yang melatarbelakangi boikot tersebut. Analisis sentimen terhadap data yang berasal dari YouTube dapat memberikan wawasan yang bermanfaat tentang pandangan masyarakat terhadap aksi pemboikotan ini serta memprediksi tren dukungan atau penolakan terhadapnya.

Nama produk atau merek yang sering menjadi target dalam aksi pemboikotan produk Israel dilaporkan mencakup berbagai sektor, seperti teknologi, makanan, dan farmasi. Setiap produk atau merek tersebut memiliki kontroversinya masing-masing. Misalnya, beberapa perusahaan dituduh mendukung kebijakan tertentu yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai kemanusiaan. Kontroversi ini mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan partisipasi dalam aksi boikot berdasarkan informasi yang mereka akses melalui platform seperti YouTube.

Analisis sentimen adalah studi komputasi tentang opini, sikap, dan emosi orang terhadap suatu entitas. Entitas ini bisa berupa individu, peristiwa, atau topik tertentu. Tujuan analisis sentimen adalah untuk menemukan opini, mengidentifikasi emosi yang diungkapkan, dan mengklasifikasikan polaritasnya (Medhat et al., 2014). Analisis sentimen menjadi alat penting untuk menggambarkan kecenderungan masyarakat, terutama pengguna YouTube, dalam mengekspresikan dukungan atau penolakan mereka terhadap aksi pemboikotan produk Israel. Analisis ini memungkinkan identifikasi dan pemahaman lebih mendalam tentang sentimen positif maupun negatif yang tercermin dalam percakapan online, memberikan pandangan yang komprehensif tentang arah dukungan atau reaksi masyarakat terhadap aksi boikot tersebut.

Pada penelitian terdahulu Mengenai analisis sentimen menggunakan algoritma klasifikasi pernah dilakukan oleh Gerry Nugroho dengan menganalisis Pemilihan Presiden Amerika tahun 2020 menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan SVM menghasilkan perbandingan akurasi 82% untuk algoritma SVM dan 69% untuk algoritma *Naïve bayes* dapat dibuktikan penggunaan algoritma SVM lebih baik dibandingkan dengan penggunaan algoritma *Naïve Bayes*. pada penelitian tahun 2021 berfokus pada analisis Sentimen menggunakan SVM, N-Gram, dan PSO untuk mengukur respons publik global terhadap WHO di Twitter. Kesimpulan yang didapat adalah kombinasi SVM, N-gram (bigram), dan PSO menghasilkan kinerja yang cukup baik dalam mengklasifikasikan sentimen pada tweet dengan akurasi sebesar 75.5%, presisi sebesar 71.9%, dan AUC sebesar 84% (Nugroho et al., 2021).

Peneliti melakukan penelitian mengenai analisis sentimen terhadap boikot produk Israel pada tahun 2024 dengan memanfaatkan algoritma Support Vector Machine (SVM), yang dikenal memiliki akurasi yang lebih tinggi dibandingkan algoritma lainnya. Dalam penelitian ini, penulis juga akan membandingkan kerja SVM dengan dua metode ekstraksi fitur, yaitu metode Word2Vec dan INDOBERT. Pengguna ekstraksi fitur ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas algoritma dalam klasifikasi sentiment, dengan harapan dapat menghasilkan model yang lebih akurat dalam mengenai teks dengan konteks yang kompleks. Word2Vec digunakan karena memiliki kemampuan dalam merepresentasikan hubungan semantik antar kata melalui vektor, yang memungkinkan klasifikasi teks dilakukan dengan lebih efisien dan tepat berdasarkan konteks yang ada. Sementara itu, INDOBERT dipilih karena merupakan model berbasis BERT yang telah dilatih secara khusus untuk bahasa Indonesia, sehingga mampu memahami nuansa dan konteks bahasa Indonesia dengan lebih baik. Pemilihan model ini sangat tepat untuk analisis sentimen, terutama dalam konteks isu sosial-politik yang sensitif dan lokal, seperti perdebatan mengenai boikot produk Israel.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan akurasi antara algoritma SVM dengan ekstraksi fitur Word2Vec, dengan fokus pada sentimen masyarakat terkait pemboikotan produk Israel pada tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi perbandingan akurasi yang diperoleh dari algoritma SVM yang menggunakan fitur ekstraksi Word2Vec, serta untuk memahami sentimen publik terhadap isu pemboikotan produk Israel. Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup penggunaan dataset yang berasal dari YouTube, yang hanya mencakup data berbahasa Indonesia sebanyak 12.141 data, yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu sentimen positif dan negatif.

Topik dan Batasannya

Berdasarkan latar belakang, penelitian ini akan membahas dua permasalahan utama. Pertama, bagaimana hasil nilai akurasi algoritma SVM dengan perbandingan fitur model ekstraksi Word2vec dan IndoBERT? Kedua, bagaimana hasil klasifikasi sentimen publik terhadap aksi pemboikotan produk Israel. Ruang lingkup penelitian ini mencakup penggunaan dataset yang diambil dari YouTube, terdiri dari 12.141 data berbahasa Indonesia. Data klasifikasi sentimen dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu sentimen positif dan sentimen negatif.

Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah,tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perbandingan nilai akurasi yang didapatkan menggunakan fitur ekstrasi Word2Vec dan INDObert untuk analisis sentimen pada fenomena aksi pemboikotan produk Israel di tahun 2024. [menambahkan presisi, f1 score, dan recall.
2. Untuk mengetahui sentimen publik pada fenomena aksi pemboikotan produk Israel di tahun 2024.