

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar pada masyarakat Indonesia dengan berinteraksi dan menyampaikan opini, terutama melalui media sosial. *Platform* seperti Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, tetapi juga menjadi sarana publik untuk membagi pandangan, kritik, maupun dukungan terhadap berbagai isu, termasuk bidang olahraga [1]. Dalam konteks sepak bola, media sosial telah menjadi ruang terbuka bagi para penggemar untuk mengekspresikan opini mereka terkait performa tim nasional, termasuk pemain dan pelatih.

Tim Nasional Sepak Bola Indonesia merupakan salah satu topik yang sering menjadi isu yang cukup tinggi di media sosial. Antusiasme publik terhadap sepak bola nasional sangat tinggi, terlebih ketika terjadi perubahan signifikan seperti pergantian pelatih. Salah satu peristiwa yang menimbulkan banyak perbincangan adalah pergantian pelatih dari Shin Tae-yong (STY) ke pelatih baru, Patrick Kluivert. Momentum ini menjadi perhatian luas publik, terlebih dalam dua pertandingan terakhir Indonesia melawan Australia dan Bahrain dalam ajang Kualifikasi Piala Dunia 2026. Komentar yang muncul di Instagram, baik pada akun resmi federasi maupun media olahraga, mencerminkan sentimen masyarakat terhadap pelatih baru tersebut.

Momentum dua pertandingan tersebut dipilih karena merupakan laga perdana yang dijalani oleh Tim Nasional Indonesia setelah resmi menunjuk Patrick Kluivert sebagai pelatih kepala menggantikan Shin Tae-yong. Perubahan ini menimbulkan gelombang opini publik yang signifikan, terlihat dari banyaknya komentar yang muncul di media sosial. Selain itu, pertandingan tersebut memiliki konteks strategis karena merupakan bagian dari ajang Kualifikasi Piala Dunia 2026, sehingga menarik perhatian publik luas dan relevan untuk dianalisis guna mengukur respon masyarakat terhadap perubahan kepelatihan timnas secara aktual dan kontekstual.

Namun, opini yang berkembang di media sosial sering kali bersifat subjektif dan sulit diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analisis untuk mengetahui bagaimana sentimen masyarakat terhadap pelatih baru

timnas secara lebih sistematis. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis sentimen dalam teks adalah algoritma *Naïve Bayes*, yang tergolong dalam metode klasifikasi pada *machine learning*. *Naïve Bayes* dikenal cukup efektif untuk klasifikasi teks, termasuk dalam konteks analisis sentimen terhadap komentar media sosial [2].

Penelitian ini akan menganalisis sentimen masyarakat terhadap pelatih baru Timnas Indonesia berdasarkan komentar Instagram pada dua pertandingan terakhir Indonesia. Dengan menggunakan metode *Naïve Bayes*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih objektif terkait persepsi publik terhadap perubahan kepelatihan yang terjadi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian di bidang *Natural Language Processing* (NLP) serta penerapannya dalam media sosial dan olahraga.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh Novianti dan Wardani (2023) yang menganalisis sentimen masyarakat terhadap data tweet Traveloka selama masa rapid test antigen menggunakan algoritma *Naïve Bayes*. Penelitian tersebut membagi data menjadi data training dan data testing dengan rasio 80:20, dan menghasilkan nilai recall sebesar 6%, precision sebesar 86%, serta f1-score sebesar 76%. Akurasi keseluruhan yang diperoleh dari model tersebut adalah 75% [3]. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wardani, Sari, dan Indriati (2021) membahas penerapan metode *Naïve Bayes Classifier* dalam analisis sentimen terhadap review produk perawatan kulit wajah dengan pendekatan seleksi fitur N-gram dan Document Frequency Thresholding. Metode tersebut dipilih karena memiliki kemampuan pelatihan yang cepat, mudah dalam implementasi, dan cukup efektif dalam performa klasifikasi [4].

Meskipun telah banyak dilakukan penelitian analisis sentimen terhadap isu-isu publik, studi yang secara khusus menganalisis opini masyarakat terhadap transisi pelatih baru Tim Nasional Indonesia dalam konteks pertandingan resmi masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis komentar dari media sosial Instagram menggunakan pendekatan *Naïve Bayes*, sehingga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang analisis sentimen, khususnya dalam ranah olahraga dan media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menganalisis sentimen terhadap pelatih baru Timnas Indonesia di Instagram menggunakan algoritma *Naïve Bayes*?
2. Seberapa akurat algoritma *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen dari komentar Instagram?

1.3 Batasan Permasalahan

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, batasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada analisis sentimen terhadap pelatih baru Timnas Indonesia berdasarkan komentar di dua postingan Instagram setelah melawan Australia dan Bahrain.
2. Komentar yang dianalisis hanya yang secara langsung menyatakan opini terhadap pelatih baru Timnas Indonesia.
3. Sentimen diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu positif, negatif, dan netral. Kategori sentimen lain yang lebih spesifik tidak dianalisis dalam penelitian ini.
4. Proses pelabelan data dilakukan menggunakan *TextBlob*, dan hasilnya dijadikan acuan sebagai label yang dianggap benar.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis sentimen terhadap pelatih baru Timnas Indonesia di Instagram menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.
2. Mengukur akurasi algoritma *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan sentimen dari komentar Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Menambah kajian ilmiah terkait penerapan algoritma *Naïve Bayes* dalam analisis sentimen di media sosial, khususnya pada platform Instagram.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu di bidang *text mining* dan NLP dalam konteks analisis opini publik.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran kepada masyarakat dan pihak terkait mengenai opini publik terhadap pelatih baru Tim Nasional Indonesia.
2. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji analisis sentimen di media sosial menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. BAB 1 PENDAHULUAN
Bagian ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.
2. BAB 2 LANDASAN TEORI
Bagian ini membahas teori-teori dasar yang mendukung penelitian ini, meliputi analisis sentimen, Instagram, *preprocessing*, algoritma *Naïve Bayes*, TF-IDF, dan evaluasi model menggunakan *confusion matrix*.
3. BAB 3 METODE PENELITIAN
Bagian ini menjelaskan langkah-langkah penelitian, mulai dari pengumpulan data, spesifikasi sistem, perancangan sistem, hingga metode pembentukan dan evaluasi model.

4. BAB 4 ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN

Bagian ini menyajikan hasil implementasi program, analisis hasil pengujian model, serta interpretasi hasil berdasarkan data yang diperoleh.

5. BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

