

# Analisis sentimen masyarakat terhadap kampanye politik calon gubernur dan wakil gubernur menggunakan data Twitter: studi kasus PILKADA DKI Jakarta 2017 = Analysis of community sentiment on political campaign candidate governor and vice governor using Twitter data: case study PILKADA DKI Jakarta 2017

Mardeni Mihardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468401&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Kampanye merupakan salah satu momen dalam pemilu yang paling ditunggu. Masa kampanye adalah saat dimana calon kepala daerah memperkenalkan diri kepada masyarakat luas, terutama visi dan misinya. Untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap suatu kampanye politik digunakan analisis sentimen menggunakan data Twitter. Penelitian ini melakukan analisis sentimen terhadap kampanye politik pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Program yang digunakan untuk klasifikasi yaitu sentiStrength dengan menggunakan pendekatan berbasis leksikon. Dataset yang digunakan untuk klasifikasi yaitu kicauan tweet pengguna yang ditujukan untuk to membalas kicauan akun resmi calon gubernur dan wakil gubernur, dan kicauan yang menyebut mention akun resmi calon gubernur dan wakil gubernur pada saat masa kampanye putaran 1 dari tanggal 28 Oktober 2016 sampai 11 Februari 2017 dengan total kicauan yang terkumpul sebanyak 158.517 kicauan dan putaran 2 dari tanggal 7 Maret sampai 15 April 2017 dengan total kicauan yang terkumpul sebanyak 117.074 kicauan. Pengklasifikasian terbagi menjadi 3 kelas yaitu positif, negatif, dan netral. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum sentimen positif mendominasi sentimen negatif untuk tiap-tiap calon gubernur dan wakil gubernur, dan hasil perolehan sentimen positif di media sosial Twitter dengan hasil perolehan suara yang didapat oleh pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta 2017 baik pada putaran 1 maupun 2 memiliki urutan yang sama.

.....

The campaign is one of the most awaited moments in elections. The campaign period is the time when the candidate head of the region introduces himself to the public, especially his vision and mission. To find out the public view of a political campaign used sentiment analysis using Twitter data. This study analyzes the sentiment toward the political campaign of candidate pair of governor and vice governor of DKI Jakarta in 2017. The program used for classification is sentiStrength by using lexicon based approach. The dataset used for classification is the tweets of users intended to respond to the tweets of the official accounts of candidates for governors and vice governors, and tweets that mention the official accounts of candidates for governor and vice governor during the campaign period round 1 from October 28, 2016 to February 11, 2017 with a total of tweets gathered as many as 158,517 tweets, and round 2 from March 7 to April 15, 2017 with a total tweet gathered 117,074 tweets. Classification is divided into 3 classes of positive, negative, and neutral. The results showed that in general the positive sentiment dominates the negative sentiment for each candidate of governor and vice governor, and the result of positive sentiments in social media Twitter with the result of vote earned by the couple of candidates for governor and vice governor of DKI Jakarta 2017 both on round 1 and 2 have the same order.