

ABSTRAK

Aksi boikot terhadap produk-produk yang dianggap mendukung Israel merupakan wujud dukungan masyarakat internasional terhadap perjuangan rakyat Palestina. Di Indonesia, dukungan terhadap gerakan ini semakin meningkat, terutama melalui media sosial X. Sejalan dengan dikeluarkannya Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 yang merekomendasikan umat Islam untuk menjauhi produk-produk yang terhubung dengan Israel. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pandangan pengguna media sosial X mengenai boikot produk yang mendukung Israel dengan menggunakan algoritma *Decision Tree* C5.0. Data penelitian diperoleh melalui teknik *scraping* terhadap *tweet* yang mengandung kata kunci terkait boikot, kemudian diproses melalui tahapan *text preprocessing* dan pembobotan fitur dengan metode *Term Frequency-Inverse Document Frequency* (TF-IDF). Data dibagi menjadi 80% untuk data pelatihan dan 20% untuk data pengujian guna mengembangkan dan mengevaluasi kinerja model klasifikasi. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa dari total 1.840 *tweet*, sebanyak 1.257 tergolong sentimen positif, 318 negatif, dan 265 netral. Distribusi ini memperlihatkan bahwa 68,32% pengguna menunjukkan dukungan terhadap gerakan boikot. Evaluasi performa model menghasilkan nilai akurasi sebesar 83,26%, *precision* 86,51%, *recall* 83,26%, dan *f1-score* 84,29%, yang menandakan bahwa algoritma *Decision Tree* C5.0 mampu melakukan klasifikasi sentimen secara efektif dan akurat. Temuan ini menunjukkan bahwa algoritma *Decision Tree* C5.0 dapat menjadi alternatif yang andal dalam analisis sentimen berbasis teks, serta memberikan gambaran umum mengenai opini publik terhadap isu sosial yang sensitif seperti konflik Israel-Palestina. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan sistem analisis opini publik serta memberikan masukan bagi pengambil keputusan dan pelaku industri dalam menanggapi perubahan sosial yang terjadi di media digital.

Kata kunci: Boikot, Analisis Sentimen, Media Sosial X, Algoritma *Decision Tree* C5.0, Palestina.

ABSTRACT

The movement to boycott products believed to support Israel signifies a type of worldwide unity with the Palestinian fight. In Indonesia, support for this movement continues to grow, especially through social media platform X (formerly Twitter). After the release of MUI Fatwa Number 83 of 2023, which advises Muslims to refrain from using products linked to Israel. The objective of this study is to analyze the sentiment of users on social media X regarding the boycott of products that support Israel, using the Decision Tree C5.0 algorithm. The data were collected through a scraping technique targeting tweets containing relevant boycott-related keywords, then processed using text preprocessing and analyzed using Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF) for the extraction of features. The dataset was divided into 80% for training and 20% for testing in order to train and assess the classification model. The classification results revealed that out of 1,840 tweets, 1,257 were positive, 318 negative, and 265 neutral, indicating that 68.32% of users expressed support for the boycott movement. The evaluation of the model resulted in an accuracy of 83.26%, a precision of 86.51%, a recall of 83.26%, and an f1-score of 84.29%, demonstrating that the C5.0 algorithm effectively and accurately classifies sentiment. This research is anticipated to act as a guide for creating systems that analyze public opinion and provide insights for policymakers and industry players in responding to social issues emerging on digital platforms.

Keywords: *Boycott, Sentiment Analysis, Social Media X, Decision Tree C5.0 Algorithm, Palestine.*