

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konflik antara Israel dan Palestina telah berlangsung selama bertahun-tahun dan menimbulkan beragam respons dari komunitas internasional. Salah satu bentuk reaksi tersebut adalah tindakan penolakan terhadap barang-barang yang dianggap mendukung Israel. Di Indonesia, upaya ini mendapatkan dukungan luas di media sosial, di mana pengguna aktif menyuarakan pendapat mereka. Upaya boikot ini memperoleh dukungan melalui diterbitkannya Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 mengenai hukum mendukung perjuangan Palestina (Majelis Ulama Indonesia, 2023). Fatwa tersebut menetapkan beberapa ketentuan hukum, di antaranya menyatakan bahwa mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina dalam menghadapi agresi Israel merupakan suatu kewajiban. Fatwa tersebut juga menganjurkan umat Islam untuk sebisa mungkin menghindari melakukan transaksi atau menggunakan produk-produk yang memiliki keterkaitan dengan Israel maupun yang mendukung penjajahan dan gerakan zionisme.

Sejumlah merek internasional seperti *McDonald's*, *KFC (Kentucky Fried Chicken)*, *Burger King*, *Starbucks*, dan *Pizza Hut* adalah beberapa produk yang sering menjadi target boikot di Indonesia. Produk ini dianggap berhubungan dengan Israel atau memberikan dukungan terhadap langkah-langkah yang diambil Israel terhadap Palestina (Fajri & Rosyadi, 2024). Pemboikotan terhadap berbagai produk ini bertujuan untuk mengurangi pendapatan perusahaan yang mendukung Israel dan meningkatkan kesadaran global tentang isu-isu Palestina. Meskipun efektivitas boikot sering diperdebatkan, gerakan ini telah berhasil menyita perhatian dunia internasional dan mendorong perbincangan mengenai hak asasi manusia serta keadilan sosial.

Analisis sentimen merupakan suatu proses untuk mengenali dan mengelompokkan opini yang diekspresikan dalam sebuah teks, terutama untuk menentukan sikap penulis terhadap topik tertentu, apakah positif, negatif, atau

netral. Dalam konteks media sosial, analisis sentimen dapat memberikan wawasan tentang persepsi publik terhadap isu-isu tertentu, seperti boikot produk pro-Israel. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis sentimen pengguna media sosial Indonesia terhadap boikot produk-produk pro-Israel dengan penerapan algoritma *Decision Tree C5.0*.

Penelitian ini menerapkan algoritma *Decision Tree C5.0* untuk menganalisis sentimen pengguna media sosial *X* terkait boikot produk-produk pro-Israel. Algoritma *Decision Tree C5.0* dipilih karena kemampuannya dalam mengelola data yang besar dan rumit serta menghasilkan hasil yang tepat dalam klasifikasi data. Sebelumnya, algoritma klasifikasi lain seperti *Naïve Bayes* juga telah diimplementasikan dalam berbagai konteks, salah satunya oleh Suwanda et al. (2024), dalam sistem klasifikasi spesies ikan berbasis web. Meskipun berbeda konteks, penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan klasifikasi mampu menangani data yang beragam dan kompleks. Berdasarkan hal tersebut, pemilihan algoritma *Decision Tree C5.0* dipertimbangkan sebagai alternatif yang lebih tepat untuk tugas klasifikasi sentimen berbasis teks. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *tweet* yang mengandung kata kunci yang berhubungan dengan boikot terhadap produk-produk pro-Israel. Data tersebut kemudian diolah menggunakan teknik *Text Mining* dan TF-IDF untuk ekstraksi fitur sebelum diterapkan pada model C5.0.

Studi terdahulu yang dilakukan oleh Asih et al. (2022), dalam jurnalnya, performa algoritma *Decision Tree C5.0* dalam menganalisis sentimen mengenai dukungan kuota internet dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) sepanjang masa pandemi COVID-19 menunjukkan hasil yang cukup baik. Dalam penelitian ini, algoritma C5.0 terbukti memiliki tingkat akurasi yang cukup tinggi dengan menghasilkan nilai akurasi sebesar 0,74 atau 74%, yang lebih tinggi daripada nilai studi sebelumnya sebesar 66%. Nilai *recall* dan *f-measure* masing-masing sebesar 45%, sedangkan hasil rata-rata *precision* adalah 56%. Selanjutnya studi yang dilakukan oleh Fantasy et al. (2023) dengan judul “Analisis Komparasi Algoritma C5.0 dan *Naïve Bayes* Penentuan Penerima Beasiswa

Universitas Prima Indonesia” menghasilkan klasifikasi menggunakan algoritma C5.0 menunjukkan tingkat akurasi sebesar 98,62% dibandingkan dengan *Naïve Bayes* sebesar 91,37%. Berdasarkan perbandingan hasil, terlihat bahwa algoritma *Decision Tree* C5.0 lebih akurat dalam menentukan kelayakan siswa untuk mendapatkan beasiswa dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa algoritma *Decision Tree* C5.0 memberikan tingkat akurasi yang lebih tinggi dalam menentukan kelayakan siswa untuk mendapatkan beasiswa.

Berdasarkan permasalahan di atas dan referensi yang diperoleh, penulis mengangkat judul penelitian sebagai berikut: “Analisis Sentimen Pengguna Sosial Media *X* Terhadap Boikot Produk Pro-Israel dengan Menggunakan Algoritma *Decision Tree* C5.0”. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam memahami persepsi publik terhadap boikot produk pro-Israel di Indonesia serta memberikan wawasan bagi pengambil kebijakan dan pelaku bisnis dalam merespons isu-isu sosial yang sensitif. Melalui penerapan algoritma *Decision Tree* C5.0, riset ini diharapkan mampu menawarkan pendekatan yang efektif dalam melakukan analisis sentimen pada platform media sosial.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana distribusi sentimen (positif, negatif, atau netral) pengguna media sosial *X* terhadap kampanye boikot produk pro-Israel?
2. Bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi klasifikasi sentimen pengguna terkait kampanye boikot produk pro-Israel?
3. Bagaimana algoritma *Decision Tree* C5.0 dapat bekerja secara efektif dalam mengklasifikasikan sentimen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi sentimen pengguna media sosial *X* terhadap boikot produk pro-Israel.
2. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi sentimen tersebut menggunakan algoritma *Decision Tree* C5.0.

3. Mengukur kinerja algoritma *Decision Tree* C5.0 dalam klasifikasi sentimen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat. Adapun manfaat dari penelitian ini meliputi:

1. Secara Akademis
 - a. Dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari baik dari perkuliahan maupun dari kegiatan di luar kampus.
 - b. Penelitian ini berkontribusi terhadap perluasan wawasan keilmuan di bidang Teknik Informatika, terutama dalam hal penerapan algoritma *machine learning* seperti algoritma *Decision Tree* C5.0 untuk analisis sentimen berbasis teks di media sosial.
 - c. Memenuhi beberapa persyaratan guna menyelesaikan program studi Sarjana Teknik Informatika di Universitas Malikussaleh.
2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat praktis bagi beberapa pihak:

- a. Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan atau merek yang terlibat atau terdampak oleh kampanye boikot produk, khususnya yang berhubungan dengan isu politik seperti boikot terhadap produk pro-Israel. Dengan memahami sentimen publik di media sosial, perusahaan dapat membuat strategi komunikasi yang lebih efektif, merespons secara tepat isu yang berkembang, serta mengelola krisis reputasi dengan lebih baik.
- b. Bagi aktivis dan organisasi yang terlibat dalam kampanye boikot atau advokasi sosial, penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana pesan kampanye mereka diterima oleh masyarakat luas. Informasi ini dapat membantu mereka merumuskan strategi kampanye yang lebih efisien, memperbaiki pesan

komunikasi, serta memperluas jangkauan target audiens yang mendukung gerakan tersebut.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan

Penelitian ini akan difokuskan pada beberapa batasan berikut untuk menjaga fokus dan ruang lingkup yang jelas:

1. Penelitian ini hanya akan menggunakan data dari satu platform sosial media, yaitu sosial media *X*. Hasil analisis tidak akan mencakup platform media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Facebook*, atau *YouTube*.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini akan dibatasi pada jangka waktu tertentu, yaitu selama tiga bulan saat penelitian dimulai. Hal ini dilakukan untuk menghindari bias dari data yang terlalu lama atau tidak relevan dengan situasi saat ini.
3. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan kata kunci yang relevan dengan kampanye boikot produk pro-Israel. Penelitian ini hanya akan fokus pada sentimen yang muncul terkait kampanye boikot produk tersebut, tidak mencakup opini yang bersifat umum tentang konflik di Timur Tengah atau Israel.
4. Penelitian ini hanya akan menganalisis postingan yang ditulis dalam bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Postingan dalam bahasa lain tidak akan disertakan dalam analisis. Contoh kata-kata yang termasuk dalam analisis antara lain: "boikot produk pro-Israel", "dukung Palestina, hentikan konsumsi produk zionis", "*free Palestine, boycott Israel*", "*stop funding genocide*", serta tagar seperti *#BoycottIsrael* dan *#FreePalestine*."
5. Penelitian ini menggunakan algoritma *Decision Tree C5.0* untuk analisis sentimen.

6. Hanya postingan yang memiliki panjang teks tertentu (misalnya lebih dari 10 kata) yang akan dianalisis. Postingan dengan teks yang sangat pendek atau tidak relevan akan dibuang melalui proses *preprocessing*.