

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berlangsung sangat cepat telah mendorong perubahan pola interaksi masyarakat dalam memperoleh dan menyampaikan informasi. Media sosial kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern karena memungkinkan pertukaran informasi secara cepat, terbuka dan *real-time*. Platform seperti X (Twitter), Facebook dan Instagram memberikan ruang bagi pengguna untuk membagikan pandangan, pengalaman, serta opini kepada audiens yang luas. Data menunjukkan bahwa pada awal tahun 2025, terdapat 212 juta pengguna internet di Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai 74.6% dari total populasi. Lebih lanjut, jumlah identitas pengguna media sosial aktif mencapai 143 juta, setara dengan 50.2% dari total populasi. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 2.9% dari tahun sebelumnya, menegaskan relevansi platform ini dalam kehidupan masyarakat dan politik Indonesia (Hidayat & Ramadhan, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi dan opini publik terhadap berbagai persoalan, termasuk kebijakan pemerintah.

Salah satu kebijakan yang menjadi perhatian luas masyarakat adalah Program Makan Bergizi Gratis (MBG) sebagai bentuk intervensi pemerintah dalam mengatasi permasalahan gizi nasional. Berdasarkan data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) tahun 2024, prevalensi stunting berada pada angka 19,8%, menurun dibandingkan tahun sebelumnya, namun masih belum mencapai target RPJMN 2029 sebesar 14,2%. Program MBG yang menjadi prioritas pemerintahan periode 2024–2029 ditujukan untuk meningkatkan kualitas kesehatan serta mendukung kesejahteraan keluarga, terutama bagi ibu hamil dan pelajar (Aji Muhawarman, ST, 2025). Implementasi program ini di berbagai daerah memunculkan respons yang beragam di media sosial, baik berupa dukungan atas

manfaatnya maupun kritik terkait kualitas makanan, distribusi dan mekanisme pelaksanaan di lapangan.

Selama ini, evaluasi terhadap program pemerintah umumnya dilakukan melalui laporan administratif dan survei konvensional. Meskipun metode tersebut penting, keduanya memiliki keterbatasan dalam menangkap opini masyarakat yang secara luas, cepat dan spontan. Sebaliknya, percakapan yang berlangsung di media sosial dapat mencerminkan pengalaman langsung serta persepsi aktual masyarakat terhadap kualitas layanan yang diterima. Oleh karena itu, pemanfaatan analisis sentimen berbasis data dari X (Twitter) menjadi alternatif pendekatan evaluatif yang lebih responsif dan berbasis data digital.

Berdasarkan hal tersebut, Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang ditujukan untuk mendukung peningkatan gizi peserta didik di lingkungan pendidikan, khususnya siswa sekolah, memerlukan evaluasi dari sisi kualitas layanan. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap kualitas layanan Program MBG berdasarkan opini pada media sosial X (Twitter). Analisis difokuskan pada beberapa dimensi utama, yaitu distribusi makanan, kualitas makanan dan pelayanan petugas sebagai aspek yang paling banyak muncul dalam pembahasan publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan program MBG sebagai bahan evaluasi peningkatan layanan di masa mendatang.

Dalam kajian analisis sentimen, berbagai algoritma *machine learning* digunakan untuk mengklasifikasikan opini ke dalam kategori positif, negatif dan netral. Salah satu metode yang banyak digunakan adalah Naïve Bayes karena dinilai efektif dan efisien dalam mengolah data teks dalam jumlah besar. Metode ini memiliki performa klasifikasi yang stabil serta mampu memberikan tingkat akurasi yang baik dalam berbagai penelitian terkait opini publik di media sosial. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan analisis sentimen big data X (Twitter) dengan pendekatan *text mining* menggunakan model Naïve Bayes untuk mengevaluasi kualitas layanan Program MBG masih tergolong terbatas (Prasetyo & Fitriani, 2024).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Sentimen Big Data X (Twitter) Menggunakan Pendekatan *Text Mining* untuk Evaluasi Kualitas Layanan Program Makan Bergizi Gratis (MBG)**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil analisis sentimen terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) tersebut dapat digunakan sebagai indikator evaluasi kualitas layanan program?
2. Bagaimana hasil analisis sentimen terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan klasifikasi menggunakan metode Naïve Bayes pada data tweet di media sosial X (Twitter)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis sentimen terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) tersebut dapat digunakan sebagai indikator evaluasi kualitas layanan program.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis sentimen terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan klasifikasi menggunakan metode Naïve Bayes pada data tweet di media sosial X (Twitter).

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai sentimen masyarakat terhadap kualitas layanan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) berdasarkan data opini pada platform X (Twitter).

2. Menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dalam memahami persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan Program Makan Bergizi Gratis (MBG).
3. Memberikan gambaran mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sumber data digital dalam evaluasi layanan publik secara lebih cepat dan berbasis data.
4. Memberikan penerapan metode text mining dan algoritma naïve bayes dalam mengklasifikasikan sentimen masyarakat ke dalam kategori positif, negatif dan netral.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis yang dilakukan terbatas pada pengelompokan sentimen ke dalam tiga kategori, yaitu positif, negatif dan netral.
2. Tingkat kepuasan pelanggan diukur berdasarkan hasil klasifikasi sentimen, bukan melalui survei langsung atau kuesioner.

1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kategori sentimen yang dihasilkan mencerminkan kecenderungan persepsi masyarakat terhadap Program Makan Bergizi Gratis (MBG).
2. Sentimen positif menunjukkan kepuasan, sedangkan sentimen negatif menunjukkan ketidakpuasan masyarakat.