

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dunia digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Salah satu dampak yang paling terasa ada munculnya media sosial sebagai wadah utama dalam menyampaikan opini dan perasaan hingga keluh kesah sehari-hari. Platform seperti Twitter dan TikTok, yang awalnya digunakan hanya untuk hiburan, kini telah berkembang menjadi tempat curhat dan berbagai pengalaman, baik yang bersifat personal maupun umum. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tapi juga cerminan dinamika sosial dan psikologis masyarakat saat ini.

Diantara berbagai topik yang sering dibicarakan di media sosial, *trust issue* atau masalah kepercayaan menjadi salah satu tema yang cukup sering muncul, terutama dalam bentuk komentar dan postingan pengguna. *Trust issue* sendiri merujuk pada kondisi psikologis dimana seseorang mengalami kesulitan untuk mempercayai orang lain, biasanya disebabkan oleh pengalaman buruk di masa lalu seperti dikhianati, disakiti atau trauma dalam hubungan sosial. Meskipun terdengar personal, *trust issue* ternyata menjadi pengalaman yang relate bagi pengguna media sosial, terlihat dari banyaknya postingan yang mengangkat tema tersebut.

Trust issue tidak hanya menjadi persoalan pribadi, tetapi juga menjadi topik yang sering diangkat di media sosial. Banyak postingan media sosial seperti di TikTok, Twitter, dan Instagram yang mengangkat isu ini baik secara eksplisit

maupun tersirat. Misalnya, di TikTok, terdapat banyak video yang menampilkan narasi atau curhatan dengan nuansa emosional terkait kepercayaan yang dikhianati. Di Twitter, banyak thread dan tweet viral yang berisi keluhan atau pengalaman tentang sulitnya mempercayai orang lain. Bahkan, di kolom komentar, sering kali muncul berbagai respon yang menunjukkan bahwa *trust issue* adalah pengalaman yang relate dan dialami secara luas. Komentar-komentar tersebut bisa mengandung ekspresi dukungan, simpati, atau bahkan rasa frustrasi.

Menariknya, komentar-komentar tersebut bisa dianalisis untuk mengetahui bagaimana pola sentimen yang berkembang di kalangan pengguna media sosial. Untuk itulah, pendekatan analisis sentimen dari *Natural Language Processing* (NLP) dapat digunakan. Salah satu metode yang cukup populer adalah pendekatan *Lexicon Based*. Metode ini menggunakan kamus kata yang telah diklasifikasikan berdasarkan polaritas sentimennya, yaitu positif, negatif atau netral. Dengan cara ini, kita bisa mengidentifikasi nada emosional dari komentar yang diunggah pengguna. Keunggulan dari metode ini adalah prosesnya yang relatif sederhana dan tidak memerlukan pelatihan model seperti pendekatan *machine learning*. Hal ini menjadikan *lexicon-based* cocok untuk penelitian skala kecil atau tugas akhir mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komentar netizen di media sosial terhadap *trust Issue* dari sisi sentimen. Dengan menganalisis data secara sistematis, kita bisa mendapatkan gambaran apakah sentimen yang mendominasi adalah negatif karena pengalaman buruk, atau justru muncul juga sentimen positif dari orang-orang yang berhasil bangkit dan menyemangati yang

lain. Hasil penelitian ini bisa menjadi landasan untuk memahami kondisi emosional netizen dalam dunia digital. Selain itu, penelitian ini juga bisa memberi masukan bagi pengembang aplikasi media sosial, konselor, psikolog dan pendidik untuk merancang strategi atau pendekatan yang lebih empatik dalam menghadapi masalah di kalangan pengguna media sosial dengan memahami data dari dunia maya, kita bisa mengambil langkah nyata di dunia nyata.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana sentimen komentar netizen terhadap *trust issue* di media sosial berdasarkan pendekatan *lexicon based*?

1.3 Tujuan penelitian

Menganalisis sentimen komentar di netizen terkait dengan *trust issue* di media sosial menggunakan metode *lexicon based*.

1.4 Batasan Masalah

- a. Penelitian hanya mengambil data dari media sosial seperti Tiktok.
- b. Data komentar yang dikumpulkan difokuskan pada postingan yang membahas tentang *trust Issue*
- c. Analisis sentimen dilakukan dengan metode *lexicon based* dan *naive bayes*

menggunakan kamus kata Bahasa Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmungetahuan dibidang lingistik komputer, khususnya dalam penerapan NLP

untuk analisis media sosial. Selain itu, penelitian ini juga menambah literatur tentang pemetaan ekspresi emosional di ruang digital.

1.5.2 Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh psikolog, konselor, pengembang platform media sosial, serta pihak-pihak yang berkaitan dalam memahami isu trust issue secara lebih mendalam melalui ekspresi digital masyarakat.