

ABSTRAK

Perkembangan topik *childfree* kini menjadi pembahasan yang ramai diperbincangkan oleh publik. Mencuatnya kembali topik *childfree* di media sosial dikarenakan salah satu pegiat sosial media yang memutuskan untuk memilih *childfree* dan mengemukakannya ke media sosial. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat bagaimana kecenderungan opini publik terhadap isu *Childfree* yang dituangkan pada media sosial Twitter. Data diambil dengan menggunakan teknik crawling yang diambil dari sosial media Twitter. Kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah *childfree*, kemudian didapatkan 500 data *tweet* berbahasa Indonesia. Data yang diperoleh akan di klasifikasi ke dalam sentimen positif, negatif, dan netral untuk selanjutnya dianalisa menggunakan Support Vector Machine. Hasil dari penggunaan metode Support Vector Machine dengan perhitungan manual menggunakan delapan data sampel diperoleh hasil nilai *recall* 50%, *precision* 66,67%, *F1-Score* 55,56%, dan *accuracy* sebesar 66,67%. Sedangkan dengan sistem yang dirancang menggunakan 461 data menghasilkan nilai *recall* 45,60%, *precision* 51,56%, *F1-Score* 46%, dan *accuracy* sebesar 69,69%. Melalui penelitian ini didapatkan hasil klasifikasi menggunakan metode Support Vector Machine dalam melakukan analisis sentimen terhadap opini *childfree* baik dengan perhitungan manual maupun menggunakan sistem memiliki performa yang tidak baik atau cukup. Dari hasil klasifikasi 461 data *tweet*, *tweet* dengan sentimen positif mendominasi sebesar 265 data *tweets*, disusul dengan sentimen negatif sebesar 129 *tweets*, dan terakhir adalah sentimen netral sebesar 67 *tweets*. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat cenderung beropini positif pada topik *childfree* serta perkembangan topik *childfree* sudah mulai diterima di tengah masyarakat terutama pada media sosial Twitter.

Kata Kunci : *Childfree*, Analisis Sentimen, Opini Publik, Media Sosial, Support Vector Machine

ABSTRACT

The development of childfree issue is now becoming the main topic discussed by the public. The emerge of this topic on social media is due to one of the social media influencers who decide to choose childfree and announce it on social media. This research is conducted with the aim of seeing the tendency of public opinion the childfree issue expressed on Twitter, a social media platform. The data is taken using a crawling technique coming from Twitter. Then 500 Indonesian language tweet datas are obtained. The data will be classified into positive, negative and neutral sentiments for further analysis using Support Vector Machine. The result of using this method with manual calculations using eight sample data obtains a recall value 50%, precision 66,67%, F1-Score 55,56%, and accuracy 66,67%. Meanwhile, with an analysis sentiment system using 461 data obtains a recall value 45,60%, precision 51,56%, F1-Score 46%, and accuracy 69,69%. Through this research, it is gained that the classification result using the Support Vector Machine method in conducting sentiment analysis in childfree opinion, both using manual calculation ang using system that had low or adequate performance. From the classification results of 461 tweets data, tweets with positive sentiment dominate with 265 tweets, followed by negative sentiment with 129 tweets, and the last one is neutral sentiment with 67 tweets. This explains that people tend to have a positive opinion on the topic of childfree and the development of the topic of childfree has begun to be accepted in society, especially on social media Twitter.

Keyword : Childfree, Sentiment Analysis, Public Opinion, Social Media, Support Vector Machine