

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap program penurunan angka prevalensi stunting dengan menggunakan data Twitter sebagai sumber informasi. Stunting adalah masalah kesehatan masyarakat yang serius di banyak negara, termasuk Indonesia. Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program untuk mengatasi masalah ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis sentimen *Naive Bayes* untuk memahami persepsi dan pendapat publik terhadap upaya-upaya tersebut. Data Twitter yang dikumpulkan meliputi twit yang berkaitan dengan “stunting dan program pengentasannya”. Dari Hasil *Crawling* data Twitter didapat data twit sebanyak 2.543, yang kemudian masuk pada proses *cleaning* data, sehingga didapat sebanyak 2.307 dataset. Penerapan Metode *Naive Bayes* berhasil memprediksi sentimen masyarakat dengan membagi kelas positif, netral, dan negatif, Hingga dinilai mampu menggali *knowledge* bahwa dari jumlah data data 2.307 data twit yang ada diketahui ada sebanyak 975 twit atau 42% yang memberikan sentimen positif, sebanyak 741 twit atau 32% yang bernilai sentimen netral, dan sebanyak 591 twit atau 25% yang memberikan sentimen negatif. Hasil pemodelan *Naive Bayes* kemudian dievaluasi hingga mendapatkan nilai *accuracy* sebesar 79,10%, rata-rata *class precision* 78,79%, *class recall* 78,5%, dan *F1-Score* 78,27%. Hingga dapat diambil kesimpulan bahwa penerapan *Naive Bayes* untuk klasifikasi kelas sentimen memiliki akurasi yang baik dan stabil.

Kata Kunci: Sentimen Analisis, Publik Sentimen, Stunting, Twitter, *Naive Bayes*

ABSTRACT

This research aims to analyze public sentiment towards the stunting prevalence reduction program using Twitter data as a source of information. Stunting is a serious public health issue in many countries, including Indonesia. The Indonesian government has launched various programs to address this problem. This research employs the Naive Bayes sentiment analysis method to understand the public's perceptions and opinions regarding these efforts. The collected Twitter data includes tweets related to "stunting and its mitigation programs." From the Twitter data crawling results, a total of 2,543 tweets were obtained, which were then subjected to data cleaning processes, resulting in a dataset of 2,307 tweets. The application of the Naïve Bayes method successfully predicted public sentiment by categorizing it into positive, neutral, and negative classes. It was determined that out of the 2,307 tweets, 975 tweets (42%) expressed positive sentiment, 741 tweets (32%) were classified as neutral sentiment, and 591 tweets (25%) conveyed negative sentiment. The Naïve Bayes modeling results were further evaluated, yielding an accuracy rate of 79.10%, an average class precision of 78.79%, a class recall of 78.51%, and an F1-Score of 78.27%. Thus, it can be concluded that the application of Naïve Bayes for sentiment class classification exhibits good and stable accuracy.

Keywords: Sentiment Analysis, Public Sentiment, Stunting, Twitter, Naive Bayes