

BAB I

LATAR BELAKANG

Boikot adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk menghentikan pembelian atau penggunaan produk atau jasa tertentu sebagai bentuk protes masyarakat terhadap suatu perusahaan atau kelompok tertentu yang melakukan suatu penyimpangan (Palacios-Florencio et al. 2021). Aksi boikot produk pro-Israel ini dapat terjadi karena adanya konflik antara Israel dengan Palestina, di mana Palestina mengalami pendudukan militer yang dilakukan oleh Israel. Pendudukan militer yang berkepanjangan mengakibatkan krisis kemanusiaan, di mana warga Palestina mengalami luka fisik, trauma psikologis, dan kerusakan sosial (Suryani Sentosa & Sitepu 2024). Konflik antar Israel-Palestina ini sudah berlangsung sejak tahun 1948 dan terus berlanjut hingga sekarang (Farhat et al. 2023). Konflik yang sudah berlangsung selama 76 tahun ini memuncak pada Oktober 2023 dan berlanjut hingga saat ini. Di mana gencatan senjata tersebut mengakibatkan 35.000 lebih korban jiwa warga Palestina (AJLabs 2024).

Memuncaknya konflik antar Israel-Palestina tersebut memunculkan berbagai macam opini publik, terutama di kalangan masyarakat Indonesia. Berbagai macam sentimen masyarakat Indonesia dituangkan melalui platform media sosial, khususnya di Twitter (Tiara Susilawati, Anjeni Lestari & Alpria Nina 2024). Twitter menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, serta menjadi media paling berpengaruh dalam menyampaikan sentimen. Berbagai macam opini dan reaksi ungkapkan, mulai dari sentimen berupa dukungan untuk melakukan boikot produk dan adapun sentimen yang menentang adanya boikot produk (Matalon et al. 2021).

Penelitian terkait yang telah dilakukan oleh Tiara Susilawati et al. (2024) mengenai sentiment aksi boikot produk Israel menggunakan klasifikasi Naïve Bayes. Penelitian ini menggunakan 303 data dari twitter mengenai boikot produk Israel, menghasilkan tingkat akurasi sebesar 95% dengan precision 96%, recall 95%, dan f1-score 95%. Dapat dilihat metode tersebut menunjukkan tingkat keberhasilan yang tinggi dalam menentukan sentimen dari tweet yang telah dianalisis. Namun, karena jumlah data yang dipakai sangat kecil, kemungkinan hasil yang didapat kurang akurat. Oleh karena itu, dibutuhkan pelatihan lebih mendalam dengan data yang lebih banyak untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dengan lebih detail dan efektif (Hamka & Ratna Sari 2022).

Dengan demikian, analisis sentimen publik di media sosial Twitter menjadi penting untuk memahami reaksi dan perspektif masyarakat terhadap aksi boikot produk Pro-Israel. Untuk menganalisis data tersebut dibutuhkan pendekatan yaitu menggunakan Text Mining (Damayanti, Dwi Oktaviana & Bratakusuma 2024). Text Mining merupakan suatu proses ekstraksi pola dengan memanfaatkan informasi dan pengetahuan dari data yang tidak terstruktur. Proses ini berfokus untuk mendapatkan pola data, tren, dan pengetahuan yang tersembunyi dalam text (Hassani et al. 2020). Analisis sentiment disini adalah proses yang digunakan untuk mengklasifikasikan sikap, opini, atau emosi terhadap topik tertentu yang dituangkan dalam bentuk teks (Mubaraq & Maharani 2022). Dengan menggunakan metode Natural Language Processing (NLP) dalam analisis sentimen dapat melatih software computer untuk memahami teks dengan menggunakan bahasa manusia (Katryn 2020). Adapun tahap yang harus dilakukan untuk mencapai hasil data yang siap dianalisis, yaitu tahap pra-pemrosesan, Pada tahap ini, data teks diolah agar siap untuk dianalisis dengan mengidentifikasi kata-kata kunci yang menyoroti inti dari teks. Tahap pengolahan data ini penting dilakukan untuk meringkas teks, pengubahan kalimat bahasa gaul, dan juga untuk klasifikasi (Amazon 2024).

Dengan seiring berkembangnya zaman, metode analisis sentimen telah berkembang cukup cepat, salah satunya adalah metode IndoBERT. IndoBERT merupakan varian dari metode BERT yang dirancang khusus untuk memahami bahasa Indonesia. Dengan menggunakan arsitektur transformer yang dilatih secara menyeluruh, IndoBERT dapat menangkap konteks teks dari dua arah: kiri ke kanan dan kanan ke kiri. BERT dilatih dengan memodelkan Bahasa dan memprediksi kalimat berikutnya untuk membantu model memahami makna bahasa dengan lebih baik (Devlin et al. 2019). Sampai saat ini, telah banyak penelitian yang mengaplikasikan metode IndoBERT untuk analisis sentimen dan klasifikasi teks dalam bahasa Indonesia. Oleh sebab itu, penelitian ini mengkaji kinerja model analisis sentimen menggunakan metode IndoBERT dalam mengklasifikasi sentimen terkait aksi boikot produk Pro-Israel pada data Twitter yang tidak seimbang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model analisis sentimen menggunakan metode IndoBERT untuk menganalisis sentimen terkait aksi boikot produk Pro-Israel pada data Twitter yang tidak seimbang, serta mengevaluasi pengaruh metode undersampling dan metode oversampling terhadap akurasi dan kinerja model dalam balancing data. Serta dapat membantu memahami bagaimana perilaku masyarakat Indonesia dan cara mereka mengevaluasi aksi boikot terhadap produk Pro-Israel. Hal penting lainnya yaitu, belum ada penelitian yang membahas mengenai upaya boikot produk yang mendukung Israel menggunakan metode IndoBERT.