

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Interaksi manusia dan ekspresi diri telah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial, sebagai salah satu produk dari kemajuan teknologi, telah menjadi *platform* utama bagi individu untuk berbagi pemikiran, perasaan, dan pengalaman mereka[1]. Dalam konteks ini, emosi yang diekspresikan melalui teks di media sosial, seperti *twitter* dan *facebook*, menjadi sumber data yang kaya untuk dianalisis. Deteksi emosi dalam teks tidak hanya penting untuk memahami perilaku pengguna, tetapi juga memiliki implikasi yang luas dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran, psikologi, dan analisis sosial[2].

Sebagai komponen penting pengalaman manusia, emosi memiliki dampak pada hubungan sosial, kesehatan mental, dan pengambilan keputusan. Dalam era digital, dimana interaksi sering kali terjadi secara *virtual*, penting untuk dapat mengidentifikasi dan menganalisis emosi yang terkandung dalam komunikasi digital[3]. Penelitian tentang deteksi emosi dalam teks telah berkembang pesat, dengan berbagai metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan emosi, seperti teknik *Machine Learning*, *Support Vector Machines* (SVM), dan algoritma *Naive Bayes*[4].

Salah satu tantangan utama dalam deteksi emosi adalah keragaman ekspresi emosi yang dapat muncul dalam bentuk yang berbeda-beda. Misalnya satu kalimat mengandung lebih dari satu emosi, atau emosi yang sama dapat diekspresikan dengan berbagai cara oleh berbagai orang[5]. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif untuk menganalisis emosi dalam teks, termasuk penggunaan teknik metode pembelajaran mesin dan pemrosesan bahasa alami (NLP).

Penggunaan metode *Naive Bayes* akan menjadi penekanan utama penelitian ini untuk mendeteksi emosi dalam teks yang diambil dari media sosial *twitter*. Metode ini dipilih karena kesederhanaannya dan kemampuannya untuk

memberikan hasil yang akurat dalam klasifikasi teks. Selain itu, penelitian ini akan membahas prosedurnya terdiri dari, prapemrosesan data, termasuk penghapusan *stopwords*, *stemming*, dan pembobotan kata, yang merupakan langkah penting untuk meningkatkan akurasi model deteksi emosi[4].

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi di bidang analisis emosi, khususnya dalam konteks media sosial. Diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana emosi diekspresikan dalam komunikasi digital dan bagaimana algoritma dapat digunakan untuk menganalisis emosi tersebut secara efektif.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana cara mengolah data dari github untuk mengklasifikasi emosi?

## 1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penelitian tetap fokus, berikut adalah beberapa batasan yang ditetapkan:

1. Algoritma yang digunakan untuk menganalisis adalah *Navie Bayes*
2. Data yang diambil berasal dari github, dan media sosial yang digunakan adalah *twitter*
3. Terdapat tiga emosi yang dapat dikenali oleh model yaitu, sedih, bahagia, dan marah.
4. Jenis datanya adalah *text*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model analisis emosi pengguna melalui media sosial dengan menggunakan algoritma *Navie Bayes*, yang bertujuan untuk mendeteksi emosi dari teks yang diambil dari github dan media sosial yang digunakan adalah *twitter* serta dimanfaatkan untuk

mengenali dan memeriksa perasaan yang disampaikan dalam pesan media sosial, khususnya pada jaringan *Twitter*. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data besar dari *Twitter*, guna untuk memahami pola emosi pengguna dalam konteks yang berbeda, serta memberikan umpan balik *real-time* kepada konten kreator berdasarkan emosi yang terdeteksi.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai emosi pengguna di media sosial, yang dapat membantu konten kreator dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan menggunakan algoritma *Navie Bayes* untuk mendeteksi emosi, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan akurasi dalam analisis sentimen, sehingga memungkinkan identifikasi pola emosi yang lebih tepat dan relevan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan teknologi interaksi manusia-komputer yang lebih baik, serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan dan organisasi dalam memahami perilaku, pengguna, dan menciptakan pengalaman pengguna yang lebih memuaskan di platform media sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi akademis, tetapi juga bagi praktisi di bidang pemasaran, komunikasi, dan teknologi informasi.

### 1.6 Sistematika Penulisan

#### BAB I PENDAHULUAN:

bagian ini menjelaskan latar belakang penelitian, menyoroti pentingnya analisis *big data* dalam mendeteksi emosi pengguna melalui media sosial. Ditetapkan pula rumusan masalah, batasan penelitian, serta tujuan utama, yaitu mengembangkan model analisis emosi menggunakan algoritma *Navie Bayes* dan mengukur akurasi serta efektifitas sistem Dalam mengklasifikasikan emosi. Selain itu, manfaat penelitian ini dibahas dari segi akademik dan praktis untuk menunjukkan kontribusinya dalam bidang analisis data dan interaksi pengguna.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA:

tinjauan pustaka berisi berbagai referensi dan teori dasar yang mendukung

penelitian, termasuk penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini. Konsep analisis sentimen, algoritma *navie bayes*, serta metode pengumpulan dan analisis data dari media sosial dipaparkan guna memperdalam pemahaman mengenai teknologi yang digunakan dalam mendeteksi emosi pengguna.

### BAB III METODE PENELITIAN:

bagian ini menjelaskan tahapan penelitian yang dilakukan, mencakup identifikasi objek penelitian, perancangan alur penelitian, analisis kebutuhan sistem, serta pemilihan alat dan bahan yang digunakan. Setiap tahapan disusun secara sistematis untuk memastikan pengembangan model analisis emosi menggunakan algoritma *Navie Bayes* berjalan sesuai dengan tujuan penelitian

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN:

hasil pengembangan dan pengujian model analisis emosi disajikan dalam bab ini, mencakup integrasi algoritma *Navie Bayes* implementasi analisis data dari media sosial. Proses pengujian dilakukan untuk mengukur akurasi klasifikasi emosi dan efektivitas model dalam mendeteksi emosi pengguna. Data yang diperoleh dianalisis untuk menilai efektivitas metode yang digunakan serta mengidentifikasi potensi peningkatan di masa mendatang.

### BAB V PENUTUP:

kesimpulan dari penelitian dirangkum berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, termasuk performa sistem dalam mendeteksi emosi pengguna melalui media sosial. Hasil pengujian mengenai akurasi dan efektivitas model dipaparkan, seperti peningkatan akurasi melalui teknik pemrosesan data yang lebih canggih atau pengembangan fitur tambahan guna meningkatkan interaksi sistem.