

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Konflik antara Israel dan Palestina memiliki sejarah panjang yang telah berlangsung selama beberapa dekade. Terutama setelah pendirian negara Zionis Israel pada tahun 1948. Konflik ini pada dasarnya melibatkan dua isu utama. Pertama, masalah hak rakyat Palestina untuk mendirikan negara di tanah air mereka sendiri. Kedua, bangsa Yahudi merasa memiliki hak untuk mendirikan negara Israel sesuai dengan petunjuk Taurat mereka untuk menciptakan kehidupan yang aman dan damai dengan tetangga Arab mereka (Masyrofah, 2023). Baru-baru ini, terjadi eskalasi konflik bersenjata antara Hamas (kelompok militan Palestina) dan Israel. Pada tanggal 7 Oktober 2023, Hamas menembakkan sekitar 5.000 roket ke 22 daerah di luar Jalur Gaza. Sebagai respon, Perdana Menteri Benyamin Netanyahu menyatakan perang terhadap kelompok militan Palestina tersebut (Alberto dkk., 2023). Konflik ini telah membuat puluhan ribu individu menjadi korban dan menimbulkan kerugian yang signifikan, termasuk diantaranya warga sipil, perempuan, dan bahkan anak-anak (Vitry dkk., 2023). Dalam konflik ini, terdapat laporan terkait pelanggaran hak asasi manusia yang dilakukan oleh pasukan Israel terhadap warga sipil, yang merupakan pelanggaran terhadap norma-norma hukum Internasional (Brata dkk., 2023).

Konflik yang terus memanas antara Israel dan Palestina menjadi sumber perdebatan global yang menciptakan reaksi beragam dari masyarakat dunia. Konflik antara Palestina dan Israel tersebut menyebabkan timbulnya aksi boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel. Sejumlah negara telah mengambil

langkah-langkah boikot sebagai bentuk dukungan kepada Palestina. Di Indonesia, melalui Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023, mendorong aksi boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan Israel sebagai tanda dukungan terhadap Palestina (Alfa dkk., 2023). Berdasarkan fatwa yang telah diterbitkan oleh MUI, memberikan rekomendasi untuk umat Muslim semaksimal mungkin menghindari transaksi dan menggunakan produk terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme. Dengan dikeluarkannya fatwa ini telah mendorong umat Muslim untuk melakukan aksi boikot dengan lebih yakin. Akan tetapi, hal ini juga telah menimbulkan perdebatan masyarakat, karena ada yang mendukung aksi boikot dan yang lainnya tidak setuju dengan adanya aksi tersebut.

Beberapa sektor usaha di Indonesia telah terimbas dengan adanya aksi boikot produk Israel. Aksi boikot terhadap produk Israel telah memberikan efek positif nyata terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Artikel berita liputan6.com mengungkapkan salah satu contoh produk lokal yang mengalami dampak positif adalah Waroeng Steak & Shake. Direktur Operasional PT Waroeng Steak Indonesia Agus Wawan menyatakan bahwa ada peningkatan transaksi dalam bulan Oktober dan November 2023 meskipun tidak signifikan. Di sisi lain, adanya aksi boikot telah menyebabkan penurunan penjualan retail (News, 2023). Pada artikel berita detikbali, Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Roy Mandey menyatakan bahwa penurunan transaksi produk mencapai angka 40-45%, angka tersebut merupakan rata-rata untuk produk yang dikategorikan terafiliasi Israel seperti produk pangan dan non pangan. Produk yang paling banyak mendapatkan pengaruh yaitu produk *fast-moving consumer goods* (FMCG) (Gading, 2023). Selain itu, artikel berita bbc.com mengungkapkan bahwa

adanya aksi boikot produk Israel ini juga berdampak pada karyawan kontrak. Jelita sebagai karyawan kontrak yang biasanya masuk kerja 20 hari dalam sebulan. Tetapi, setelah adanya aksi boikot, Jelita mengaku bahwa hanya bisa masuk kerja selama 7-10 hari sesuai jadwal dari manajer. Pembayaran upah diberikan berdasarkan jumlah hari bekerja sehingga upah yang didapat mengalami penurunan yaitu kurang dari setengah selama 2 bulan (BBC, 2023). Perbedaan setelah terjadinya aksi boikot produk Israel ini telah terlihat dengan adanya peningkatan penjualan produk lokal di Indonesia dan penurunan penjualan produk retail dalam kategori produk terafiliasi Israel serta pengurangan hari kerja untuk karyawan.

Kontroversi terkait boikot produk terafiliasi dengan Israel telah menjadi bahan pembicaraan masyarakat dan diungkapkan melalui media sosial. Media sosial mencerminkan pengaruh besar dalam membentuk pandangan masyarakat mengenai aksi boikot produk Israel di Indonesia. Selain dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan kualitas produk, pemilihan produk juga terpengaruh oleh faktor budaya, agama, dan pandangan terhadap isu global (Risqi dkk., 2023). *Twitter* merupakan salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia, dengan presentase pengguna *Twitter* sebesar 60,2% menurut data *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2023. Melalui *Twitter*, individu memiliki kesempatan untuk menyuarakan aksi mereka dalam melakukan boikot dan memberikan opini terkait aksi tersebut. Banyak pengguna *Twitter* yang membagikan perasaan, tindakan, dan pendapat mereka mengenai aksi boikot produk yang terafiliasi dengan Israel. Pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen dari opini masyarakat terkait aksi boikot produk Israel yang diekspresikan melalui platform media sosial *Twitter*. *Tweets*

yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode berbasis *machine learning*.

Pencarian kata kunci yang digunakan untuk mengumpulkan data *Twitter* didapatkan dari pencarian kata kunci di *Google Trends*. *Google Trends* akan menampilkan hasil distribusi pencarian pada tanggal yang diinginkan. Kata kunci dipilih berdasarkan kata-kata pencarian terkait aksi boikot produk Israel yang banyak dilakukan oleh masyarakat dan menunjukkan lonjakan pencarian yang signifikan. Selain dari *Google Trends*, kata kunci pencarian didapatkan dari hasil penelusuran melalui *advanced search twitter* terkait aksi boikot produk Israel. Pencarian dari *Google Trends* dan *Twitter* digabungkan untuk mendapatkan variasi ejaan dan bentuk kata kunci untuk memastikan cakupan yang luas dari percakapan di *Twitter*.

Dalam penelitian ini, analisis sentimen pada data *Twitter* terkait boikot produk Israel menggunakan model BERT (*Bidirectional Encoder Representations from Transformers*) untuk melakukan klasifikasi. Model BERT dikenalkan pada tahun 2018 yang digunakan oleh Google dalam *Search Engine Optimization* agar hasil pencarian sesuai dengan input user. Model BERT telah tersedia untuk berbagai bahasa, termasuk bahasa Indonesia yaitu IndoBERT (Wilie dkk., 2020). BERT telah dilatih menggunakan 4 miliar kata yang mencakup sekitar lebih dari 220 juta kata dalam Bahasa Indonesia. Data pelatihan mencakup kalimat dalam format formal dan non formal, serta bahasa sehari-hari. Pemilihan model BERT juga didasarkan pada penelitian Husin mengenai komparasi Algoritma Random Forest, Naïve Bayes, dan BERT untuk melakukan *Multi-Class Classification* pada artikel *Cable News Network* (CNN). Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa model BERT

memiliki akurasi yang paling baik dalam melakukan klasifikasi dibandingkan algoritma Random Forest dan Naïve Bayes. Nilai akurasi dari model BERT sebesar 92% dan *marco avg* dari *f1 score* sebesar 92%. Sedangkan, nilai akurasi dari algoritma Random Forest sebesar 74% dan *marco avg* dari *f1 score* sebesar 73% dan nilai akurasi dari algoritma Naive Bayes sebesar 78% dan *marco avg* dari *f1 score* sebesar 79% (Husin, 2023). Maka dari itu, peneliti memilih model BERT untuk melakukan analisis sentimen boikot produk Israel pada *Twitter*.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen masyarakat Indonesia terkait aksi boikot produk Israel menggunakan model *Bidirectional Encoder Representations from Transformers* (BERT) berbahasa Indonesia dari data media sosial *Twitter*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui analisis sentimen masyarakat serta mengetahui kinerja dan akurasi model BERT teks bahasa Indonesia dalam menganalisis sentimen terkait aksi boikot produk Israel di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang respon publik terhadap aksi boikot produk Israel di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana melakukan analisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter* menggunakan model BERT?
2. Bagaimana kinerja dan tingkat akurasi model BERT dalam mengklasifikasikan teks berbahasa Indonesia mengenai opini masyarakat terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter*?

3. Bagaimana visualisasi *website* dari hasil analisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter* menggunakan model BERT?

### 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa batasan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Data yang digunakan adalah hasil *scrapping* media sosial *Twitter* dalam teks berbahasa Indonesia dengan kata kunci “boikot produk israel”, “aksi boikot”, dan “boikot produk zionis”.
2. Data *tweet* yang digunakan diambil dari tanggal 8 Oktober 2023 hingga 31 Desember 2023.
3. Klasifikasi sentimen *tweet* yang dilakukan pada 2 kelas yaitu positif dan negatif.
4. Penelitian ini menggunakan model BERT yaitu IndoBERT (Indobenchmark/indobert-base-p1).

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui analisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter* menggunakan model BERT.
2. Mengetahui kinerja dan tingkat akurasi model BERT dalam mengklasifikasikan teks berbahasa Indonesia mengenai opini masyarakat terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter*.

3. Menunjukkan visualisasi *website* dari hasil analisis sentimen masyarakat Indonesia terhadap aksi boikot produk Israel di *Twitter* menggunakan model BERT.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini berguna sebagai acuan penulisan laporan penelitian agar mencapai tujuan penulisan penelitian sesuai dengan yang diharapkan. Tahapan-tahapan dalam proses penulisan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum dari penelitian yang akan dilakukan dan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya yang digunakan sebagai perbandingan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini akan dibahas penelitian yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan seperti boikot, analisis sentimen, *twitter*, *text mining*, CRISP-DM, *preprocessing text*, NLP, Vader, *random oversampling*, BERT, *confusion matrix*, dan streamlit.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang akan dibuat meliputi studi literatur, analisis kebutuhan, persiapan data, klasifikasi sentimen, pengukuran akurasi model, dan visualisasi data.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang penjelasan dan penjabaran detail dari proses pengumpulan data, pembangunan model klasifikasi, dan pengujian model, serta pembahasan hasil pengujian dari implementasi model.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan yang telah didapat dari keseluruhan penelitian yang dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini berisi tentang literatur-literatur yang digunakan untuk membantu dalam penyusunan penelitian ini.

## **LAMPIRAN**

Pada bagian ini berisi tentang data maupun pelengkap yang dapat menunjang penyusunan penelitian ini.