

**SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA *YOUTUBE* TERHADAP
PENCALONAN PRESIDEN GANJAR PRANOWO DAN PRABOWO
SUBIANTO PADA PEMILU 2024**

(Skripsi)

Oleh

Faried Duta Pratama
2016021031



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA *YOUTUBE* TERHADAP PENCALONAN PRESIDEN GANJAR PRANOWO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PEMILU 2024

Oleh:

Faried Duta Pratama

Youtube menjadi salah satu sosial media yang banyak digunakan di Indonesia dengan total 139 juta pengguna. *Youtube* memberikan fitur kebebasan pengguna untuk berkomentar pada video yang ada dan komentar tersebut antara lain berisi sentimen yang sangat beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan sentimen pengguna sosial media *Youtube* dalam pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024. Penelitian ini menggunakan metode penelitian *mix* (campuran) dengan mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif. Pengambilan dan pengolahan data menggunakan aplikasi Mozdeh untuk memperoleh data tentang sentimen yang ada di *Youtube*. Penelitian ini menggunakan teori analisis sentimen dari Natasuwarna (2020) yaitu *crawling data, pre-processing, feature selection, classification, dan evaluation*. Hasil dari penelitian ini adalah sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap Ganjar Pranowo cenderung positif dengan skor 2 (lemah) dengan nilai presentase 11,26% dan sentimen negatif dengan skor 2 (lemah) dengan nilai presentase 1,35% dan Prabowo Subianto cenderung positif dengan skor 2 (lemah) dengan nilai persentase 10,18% dan sentimen negatif dengan skor 2 (lemah) dengan nilai persentase 1,44%. Sentimen pengguna sosial Media *Youtube* berdasarkan gender dari kedua calon presiden tersebut berbeda. Sentimen positif dari Ganjar Pranowo dari gender laki-laki cenderung lebih besar rata-ratanya dibandingkan perempuan dan berbanding terbalik dengan Prabowo Subianto. Tren dari Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto di *Youtube* cenderung fluktuatif. Selain itu, para pendukung kedua calon presiden, yaitu Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto tetap dengan dukungannya walaupun kedua calon tersebut diterpa oleh berbagai isu.

Kata kunci: Sentimen, *Youtube*, Calon Presiden

ABSTRACT

SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA *YOUTUBE* TERHADAP PENCALONAN PRESIDEN GANJAR PRANOWO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PEMILU 2024

By:

Faried Duta Pratama

Youtube is one of the most widely used social media sites in Indonesia, with a total of 139 million users. Youtube provides users with the freedom to comment on existing videos, and these comments include very diverse sentiments. This research aims to determine and describe the sentiments of Youtube users regarding the presidential candidacy of Ganjar Pranowo and Prabowo Subianto in the 2024 general election. This research uses mixed research methods by combining quantitative and qualitative methods. This research uses the Mozdeh application to collect data and analyze sentiment on Youtube social media. This research uses sentiment analysis theory from Natasuwarna (2020), namely data crawling, pre-processing, feature selection, classification, and evaluation. The results of this research show that the sentiment of Youtube social media users towards Ganjar Pranowo tends to be positive with a score of 2 (weak) with a percentage value of 11.26% and negative sentiment with a score of 2 (weak) with a percentage value of 1.35%, and Prabowo Subianto tends to be positive with a score of 2 (weak) with a percentage value of 10.40% and negative sentiment with a score of 2 (weak) with a percentage value of 1.44%. The sentiment of Youtube social media users based on the gender of the two presidential candidates is different. Ganjar Pranowo's positive sentiment from the male gender tends to be greater on average than females and is inversely proportional to Prabowo Subianto. Trends from Ganjar Pranowo and Prabowo Subianto on Youtube tend to fluctuate. Apart from that, In addition, supporters of the two presidential candidates, namely Ganjar Pranowo and Prabowo Subianto remained with their support even though both candidates were buffeted by various issues.

Keywords: Sentiment, Youtube, Presidential Candidates

**SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA *YOUTUBE* TERHADAP
PENCALONAN PRESIDEN GANJAR PRANOWO DAN PRABOWO
SUBIANTO PADA PEMILU 2024**

Oleh

Faried Duta Pratama

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU PEMERINTAHAN

Pada

Jurusan Ilmu Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA YOUTUBE
TERHADAP PENCALONAN PRESIDEN GANJAR
PRANOWO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA
PEMILU 2024**

Nama Mahasiswa : **Faried Duta Pratama**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2016021031**

Program Studi : **S-1 Ilmu Pemerintahan**

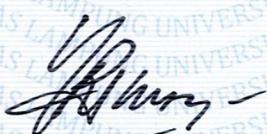
Jurusan : **Ilmu Pemerintahan**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Arizka Warganegara, Ph.D.
NIP. 19810620 200604 1 003

2. Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

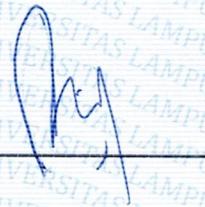

Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP.
NIP. 19611218 198902 1 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

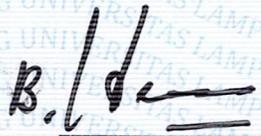
Ketua

: Arizka Warganegara, Ph.D.



Penguji Utama

: Budi Harjo, S.Sos., M.I.P.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 19610807 198703 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Maret 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun diperguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 13 Maret 2024
Yang Membuat Pernyataan



Faried Duta Pratama
NPM. 2016021031

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Faried Duta Pratama lahir di Bandar Lampung, 20 Januari 2001, sebagai anak pertama dari dua bersaudara. Peneliti merupakan putra dari pasangan Bapak Filmanto dan Ibu Sri Wahyuningsih. Peneliti memiliki satu adik perempuan bernama Chelshe Kayla Azzahra.

Peneliti memulai jenjang pendidikan formal dimulai dari bangku sekolah dasar dan bersekolah di SDN. 5 Penengahan, Bandar Lampung mulai dari 2007 dan lulus pada tahun 2013, kemudian dilanjutkan dengan bersekolah di SMPN. 19 Bandar Lampung dari 2013 hingga 2016 pada bangku pendidikan menengah pertama, dan kemudian dilanjutkan dengan bersekolah di SMAN. 9 Bandar Lampung pada bangku pendidikan menengah atas dari tahun 2016 hingga 2019.

Pasca lulus pada bangku menengah atas ditahun 2019, peneliti melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi pada tahun 2020 dengan tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu atau S-1 Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung lewat jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Peneliti menyadari bahwa ilmu serta pengetahuan tidak hanya didapatkan melalui proses perkuliahan saja. Maka, peneliti mengikuti beberapa kegiatan dengan aktif di beberapa organisasi baik di dalam kampus maupun luar kampus seperti aktif di organisasi FSPI pada tahun 2020 sebagai laskar muda FSPI bidang Kajian Strategis, kemudian peneliti juga aktif di DPM-U Universitas Lampung pada tahun 2020 hingga 2021 sebagai staf komisi V DPM-U Universitas Lampung. Peneliti juga

turut bergabung pada UKM English Society (Eso) Universitas Lampung pada tahun 2022. Peneliti juga turut bergabung dengan Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Pemerintahan sebagai anggota bidang kajian dan keilmuan pada tahun 2022. Peneliti juga aktif di organisasi luar kampus yaitu Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Komisariat Universitas Lampung.

Peneliti melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 1 tahun 2023 selama kurang lebih 40 hari yang bertempat di Pekon Sukamarga, Kecamatan Bengkunt, Kabupaten Pesisir Barat. Selain itu, peneliti juga mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) di Kantor Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Provinsi Lampung.

MOTTO

"If you don't believe you can do it then you have no chance at all"

(Arsene Wenger)

“Orang yang tidak sanggup mengorbankan sesuatu,
tidak akan bisa mengubah apapun”

(Armin Arlert)

”Aku mungkin tak mempunyai bakat,
namun aku mempunyai tekad yang lebih kuat dari siapapun”

(Eren Yeager)

”Jika hidupmu terasa berat, ingatlah kau sperma terkuat”

(Faried Duta Pratama)

PERSEMBAHAN



Alhamduillahirabbil'alamiin telah Engkau Ridhai Ya Allah langkah hambaMu,
Sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Teriring shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW semoga kelak skripsi
ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

dan

Dengan kerendahan hati dan ketulusan persembahkan karya sederhana ini kepada
orang tua ku Bapak dan Ibu

Filmanto dan Sri Wahyuningsih

Serta adik satu-satunya

Chelshe Kayla Azzahra

Terima kasih untuk segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini,
semoga amal kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan dari Allah SWT

Almamaterku Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Assaamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Puji Syukur peneliti haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"SENTIMEN PENGGUNA SOSIAL MEDIA YOUTUBE DALAM PENCALONAN PRESIDEN GANJAR PRANOWO DAN PRABOWO SUBIANTO PADA PEMILU 2024"**. Tak lupa Shalawat serta salam tercurah limpahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik dan pemimpin bagi kaumnya.

Suatu pencapaian yang luar biasa bagi peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Pemerintahan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM., selaku Rektor Universitas Lampung;
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;

4. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
5. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.I.P., M.A., selaku wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
6. Bapak Drs. R. Sigit Krisbintoro, M.IP., selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Lampung;
7. Bapak Arizka Warganegara, S.I.P., M.A., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya serta motivasi-motivasi yang telah diberikan serta kemudahan-kemudahan yang telah diberikan selama proses bimbingan dan pengerjaan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu, saya ucapkan terima kasih banyak atas kebaikan dan kedermawanan bapak selama ini yang sudah banyak memberikan banyak hal dalam bentuk apa pun dan telah mempercayakan saya sebagai asisten dosen;
8. Bapak Budi Harjo, S.Sos., M.I.P., selaku Dosen Penguji, terima kasih atas kritik, saran, masukan, serta arahnya dan juga kemudahan yang telah diberikan dalam proses pengerjaan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;
9. Bapak Dr. Maulana Mukhlis, S.Sos., M.I.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas segala perhatian, motivasi serta bimbingan yang diberikan kepada penulis selama menjalani pendidikan di kampus.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung yang telah memberikan bekal ilmu, pengetahuan, serta pandangan hidup yang baik kepada peneliti dalam menempuh perkuliahan;
11. Bapak dan Ibu Staf Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan berbagai hal terkait administrasi, tempat seminar, dan lain-lain;
12. Kedua Orang Tuaku Tersayang, Bapak Filmanto dan Ibu Sri Wahyuningsih yang senantiasa mendoakan dan memotivasi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan skripsi dengan baik. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, kasih sayang,

dan perjuangan. Semoga seluruh kebaikan yang telah dilakukan mendapat berkah dari Allah SWT dan selalu dilimpahi kesehatan serta kebahagiaan;

13. Terima kasih kepada adik peneliti satu-satunya, Chelshe Kayla Azzahra yang kerap menghibur peneliti dikala penat dalam menjalani perkuliahan dan pengerjaan skripsi;
14. Terima kasih kepada Mbah Putri (Mbah Darti) yang sudah mengasihi penulis dan memberikan kasih sayang terhadap peneliti layaknya seorang nenek dengan cucunya;
15. Terima kasih kepada Diah Fauziah yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi serta setia menemani peneliti dan tak bosan mendengar keluhan peneliti selama dalam proses pengerjaan skripsi;
16. Terima kasih kepada sahabat Akasah Kurniawan yang setia berteman sedari kecil dengan penulis dan menghibur peneliti;
17. Terima kasih kepada informan penelitian, berkat pendapat dan jawaban kalian skripsi ini dapat diselesaikan;
18. Teman-teman Ilmu Pemerintahan angkatan 2020 kelas Reguler A, B, dan M. Terima kasih karena telah sudi berteman dan memberikan dukungan terhadap peneliti;
19. Teman-teman SMA grup “Pejuang Orang Tua”, Ghibran, Syaiful, Obi, Anja, Ichtiar, Angga, Sandri, Irul, dan Fachri. Terima kasih sudah menemani peneliti semasa SMA hingga sekarang. Tidak lupa pula Faras Salsadila dan Ghufon Lutfi Siham yang sudah membantu dan menyemangati peneliti;
20. Terima kasih kepada teman-teman KKN Pekon Sukamarga, Kecamatan Bengkunt, Kabupaten Pesisir Barat yang sudah bersedia bekerjasama dalam menjalankan program selama melaksanakan program KKN sehingga dapat menyelesaikan program KKN dengan baik dan memuaskan;
21. Terima kasih untuk seluruh staf Bawaslu Provinsi Lampung atas segala bimbingan, ilmu, serta bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan

program magang MBKM dengan baik;

22. Terima kasih kepada klub sepak bola tercinta, Arsenal Football Club yang tak hanya menghibur namun mengajarkan arti kesetiaan, kesabaran, dan ketulusan kepada peneliti dan menjadi *passion* serta penyemangat dari penulis sejak usia 8 tahun sampai sekarang;
23. Terakhir, tentunya saya berterima kasih kepada diri saya sendiri, terima kasih atas segala semangat, kekuatan, ketekunan, dan kedisiplinan dalam berbagai kondisi sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini semaksimal mungkin. Sehat selalu dan jangan pernah menyerah, masih banyak keinginan yang belum terwujud dan banyak tempat yang belum dijelajahi.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna serta bermanfaat bagi kita semua khususnya Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Aamiin ya Rabbal Alamin.

Bandar Lampung, 13 Maret 2024

Peneliti

Faried Duta Pratama

NPM. 2016021031

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR SINGKATAN	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Sentimen.....	14
2.2. Tinjauan Teori Analisis Sentimen.....	16
2.2.1. Pengertian Analisis Sentimen.....	16
2.2.2. Keunggulan Analisis Sentimen	18
2.2.3. Jenis Analisis Sentimen.....	19
2.2.4. Langkah Analisis Sentimen.....	20
2.3. Tinjauan Sosial Media	21
2.3.1. Pengertian Sosial Media.....	21
2.3.2. Fungsi Sosial Media	22
2.3.3. Karakteristik Sosial Media.....	23
2.3.4. Jenis Sosial Media.....	24
2.4. <i>Youtube</i>	25
2.5. Pemilihan Umum.....	27
2.6. Kerangka Pikir.....	28
III. METODE PENELITIAN	31
3.1. Tipe Penelitian.....	31
3.2. Jenis dan Sumber Data	32

3.3.	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.	Informan Penelitian	34
3.5.	Fokus Penelitian	35
3.6.	Lokasi Penelitian	35
3.7.	Analisis Data	36
3.8.	Analisis Data dengan Mozdeh.....	39
IV.	GAMBARAN UMUM	41
4.1.	Gambaran Umum Tentang Ganjar Pranowo	41
4.1.1.	Profil Ganjar Pranowo	41
4.1.2.	Karir Politik Ganjar Pranowo	42
4.1.3.	Keaktifan Ganjar Pranowo di Sosial Media.....	43
4.1.4.	Kontroversi Ganjar Pranowo	43
4.1.5.	Partai Pengusung Ganjar Pranowo Pada Pemilu 2024.....	44
4.1.6.	Calon Wakil Presiden Ganjar Pranowo	50
4.2.	Gambaran Umum Tentang Prabowo Subianto	51
4.2.1.	Profil Prabowo Subianto	51
4.2.2.	Karir Politik Prabowo Subianto	52
4.2.3.	Keaktifan Prabowo Subianto di Sosial Media	53
4.2.4.	Kontroversi Prabowo Subianto	54
4.2.5.	Partai Pengusung Prabowo Subianto	54
4.2.6.	Calon Wakil Presiden Prabowo Subianto.....	58
V.	HASIL DAN PEMBAHASAN	60
5.1.	Sentimen Pengguna <i>Youtube</i> Terhadap Ganjar Pranowo.....	60
5.1.1.	Tren Ganjar Pranowo di Sosial Media <i>Youtube</i>	70
5.1.2.	Sentimen Berdasarkan Gender.....	74
5.1.3.	Sentimen Terhadap Isu Ganjar Pranowo	78
5.2.	Sentimen Pengguna <i>Youtube</i> Terhadap Prabowo Subianto	81
5.2.1.	Tren Prabowo Subianto di Sosial Media <i>Youtube</i>	88
5.2.2.	Sentimen Berdasarkan Gender.....	92
5.2.3.	Sentimen Terhadap Isu Prabowo Subianto.....	96
5.3.	Frekuensi Kata.....	98
5.4.	Perbedaan Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto	99

VI. SIMPULAN DAN SARAN.....	107
6.1. Simpulan.....	107
6.2. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Pengguna Internet Di Indonesia Berdasarkan Usia	2
2. Informan Penelitian	35
3. Sentimen Terhadap Ganjar Pranowo Secara Umum	62
4. Sentimen Positif Ganjar Pranowo Berdasarkan Waktu.....	72
5. Sentimen Negatif Ganjar Pranowo Berdasarkan Waktu	73
6. Sentimen Ganjar Pranowo Gender Laki-laki	75
7. Sentimen Ganjar Pranowo Gender Perempuan	77
8. Sentimen Isu Piala Dunia Terhadap Ganjar Pranowo	79
9. Sentimen Terhadap Prabowo Subianto Secara Umum.....	82
10. Sentimen Positif Prabowo Subianto Berdasarkan Waktu.....	90
11. Sentimen negatif Prabowo Subianto Berdasarkan Waktu.....	91
12. Sentimen Prabowo Subianto Gender Laki-laki.....	93
13. Sentimen Prabowo Subianto Gender Perempuan	94
14. Sentimen Isu Prabowo Subianto	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Jumlah Pengguna Sosial Media di Indonesia	3
2. Kerangka Pikir	30
3. Desain Model <i>Sequential Explanatory</i>	31
4. Grafik Sentimen Ganjar Pranowo	62
5. Ilustrasi Sentimen Ganjar Pranowo	63
6. Grafik Tren Ganjar Pranowo di <i>Youtube</i>	70
7. Grafik Kompleks Tren Ganjar Pranowo di <i>Youtube</i>	71
8. Sentimen Terhadap Ganjar Pranowo Per Bulan.....	74
9. Grafik Gender Penulis Komentar Terhadap Ganjar Pranowo.....	75
10. Ilustrasi Sentimen Gender Laki-laki Terhadap Ganjar Pranowo	76
11. Ilustrasi Sentimen Gender Perempuan Terhadap Ganjar Pranowo	77
12. Ilustrasi Sentimen Isu Terhadap Ganjar Pranowo.....	80
13. Ilustrasi Sentimen Isu Ganjar Pranowo.....	80
14. Grafik Sentimen Prabowo Subianto.....	83
15. Ilustrasi Sentimen Prabowo Subianto	84
16. Grafik Tren Prabowo Subianto di <i>Youtube</i>	89
17. Grafik Kompleks Tren Prabowo Subianto di <i>Youtube</i>	89
18. Sentimen Terhadap Prabowo Subianto Per Bulan	91
19. Grafik Gender Penulis Komentar Terhadap Prabowo Subianto	92
20. Grafik Sentimen Gender Laki-laki Terhadap Prabowo Subianto	93
21. Grafik Sentimen Gender Perempuan Terhadap Prabowo	95
22. Grafik Sentimen Isu Prabowo Subianto.....	97
23. Ilustrasi Sentimen Isu Prabowo Subianto	98
24. Ilustrasi Frekuensi Kata	99

DAFTAR SINGKATAN

NLP	: <i>Natural Language Processing</i>
PDIP	: Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan
Gerindra	: Gerakan Indonesia Raya
HAM	: Hak Asasi Manusia
PRD	: Partai Rakyat Demokratik
FRD	: Forum Rakyat Demokratik
DPR	: Dewan Perwakilan Rakyat
RI	: Republik Indonesia
PPP	: Partai Persatuan Pembangunan
Hanura	: Hati Nurani Rakyat
Perindo	: Persatuan Indonesia
Golkar	: Golongan Karya
PBB	: Partai Bulan Bintang
PAN	: Partai Amanat Nasional
PSI	: Partai Solidaritas Indonesia
Prima	: Partai Rakyat Adil Makmur
Gelora	: Gelombang Rakyat Indonesia

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini semua hal dilakukan serba digital baik itu dalam bersosialisasi, memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti berbelanja, bahkan saat ini sudah sampai dapat melakukan kegiatan yang berkaitan dengan politik dan menyampaikan persepsi politik melalui wadah atau *platform* digital seperti sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. Saat ini pengguna internet di dunia menyentuh angka 5,16 miliar per Januari 2023 dan tercatat sudah menyentuh 64,4% dari populasi manusia di dunia. Lalu, untuk saat ini dalam aspek penggunaan sosial media terdapat 4,76 miliar orang yang menggunakan sosial media yang setara dengan 60% populasi global dan ditahun ini terdapat penambahan pengguna baru sebesar 137 juta dengan pertumbuhan tahunan (*annual growth*) sebesar 3% dari populasi dunia.

Menurut hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII saat ini di Indonesia pengguna internet menyentuh angka 215,63 juta jiwa di periode 2022-2023 dan jumlah tersebut meningkat sebesar 2,67% dibanding periode sebelumnya yaitu 210,03 juta jiwa. Jumlah pengguna internet di Indonesia menyentuh angka sebanyak 78,19% dari total populasi di Indonesia yang menyentuh angka 275,77 juta jiwa dan persentasenya lebih besar ketimbang periode 2021-2022 yang menyentuh angka sebesar 77,02%. Lalu, jika bersumber dari jenis kelamin, tingkat penetrasi internet pada laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan yaitu sebesar 79,32% sedangkan perempuan sebesar 77,36%. Hal demikian menjadikan laki-laki memiliki persentase penggunaan internet lebih besar dibandingkan perempuan.

Penggunaan internet saat ini sudah merambah ke berbagai kalangan usia. Sekarang ini pengguna internet umumnya sudah bukan hanya dari kalangan orang dewasa saja ataupun orang yang sudah mencapai usia diatas 17 tahun saja, namun

penggunaan internet saat ini sudah merambah ke dunia remaja bahkan anak-anak. Hal ini sangat mudah dibuktikan dengan kejadian yang ada di sekitar kita yaitu dengan banyaknya anak-anak yang dengan mudahnya mengakses internet dengan berbagai bentuk seperti bermain permainan daring, bermain sosial media, dan lain sebagainya. Seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia sempat dilanda pandemi Covid-19 yang melanda sempat membuat adanya pembatasan aktivitas manusia secara langsung dan diharuskan untuk berinteraksi jarak jauh melalui perantara internet diberbagai aspek seperti pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Menyikapi dengan beragamnya usia dari pengguna internet yang ada di sekitar kita jika dirincikan dengan angka menurut laporan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) penggunaan internet saat ini paling banyak digunakan pada masyarakat yang berusia 13-18 tahun dengan mencapai angka persentase sebesar 98,2% dengan kontribusi sebesar 12,15% yang kemudian pada rentang usia 19-34 tahun sebanyak 97,17% dengan kontribusi sebesar 32,09%, lalu usia 35-54 tahun tercatat sebanyak 84,04% dengan tingkat kontribusi sebesar 33,67% dan untuk usia diatas 55 tahun atau pengguna yang masuk kedalam kategori lansia sebesar 47,62% dengan kontribusi sebesar 7,19%. Hal tersebut membuktikan bahwasanya di era digital seperti sekarang ini pengguna internet merambah ke berbagai kalangan usia dan masif digunakan dengan berbagai tujuan dari penggunaannya. Berikut tampilan tabel di bawah:

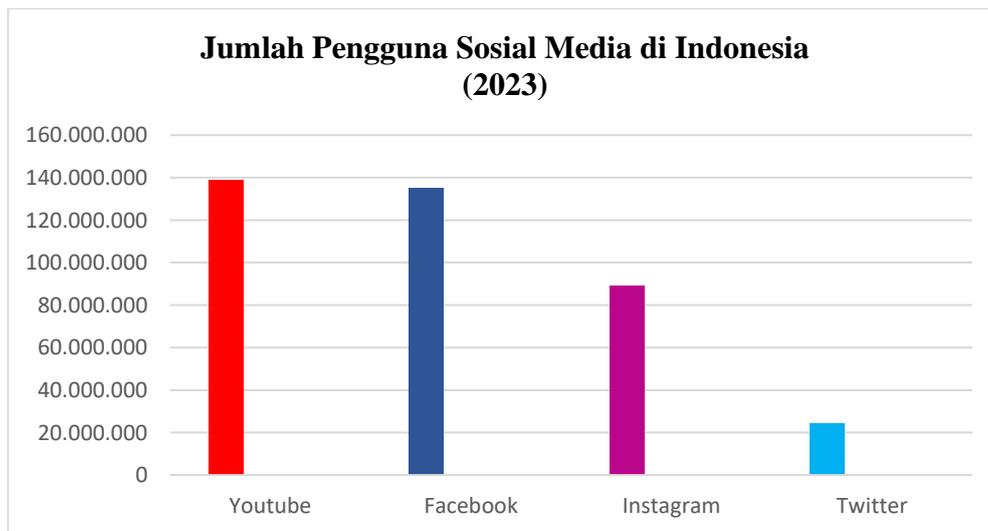
Tabel 1. Data Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Usia

No.	Usia	Persentase (%)	Kontribusi (%)
1.	13-18 Tahun	98,2%	12,5%
2.	19-34 Tahun	97,17%	32,09%
3.	35-54 Tahun	84,04%	33,67%
4.	>55 Tahun	47,62%	7,19%

Sumber: APJII, 2023

Pengguna sosial media di Indonesia terhitung hingga Januari 2023 tercatat terdapat sebanyak 167 juta jiwa pengguna sosial media di Indonesia. Angka tersebut berarti dan mengindikasikan bahwasanya pengguna sosial media di Indonesia sudah diatas mayoritas dari penduduk di Indonesia sendiri dan jika dipersentasekan jumlah tersebut mencapai 78% dari total pengguna internet di Indonesia. Sebagai contoh,

pengguna sosial media *Youtube* di Indonesia menyentuh angka sebesar 139 juta orang pengguna pada awal tahun 2023. Lalu, disusul dengan pengguna *Facebook* sebesar 135,05 juta pengguna pada April 2023, kemudian Instagram dengan pengguna aktif di Indonesia sebesar 89,15 juta pengguna aktif per Januari 2023, lalu *Twitter* dengan jumlah pengguna aktif sebesar 24 juta pengguna aktif per Januari 2023. Jika digambarkan dengan sebuah grafik maka dapat divisualkan sebagai berikut.



Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Sosial Media di Indonesia
 Sumber: *Wearesocial, 2023*

Berdasarkan grafik yang sudah disajikan diatas, maka kita dapat melihat gambaran dari pengguna sosial media di Indonesia. Diantara ke-empat sosial media, *Youtube* menempati peringkat teratas dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia dengan pengguna sebesar 139 juta pengguna aktif per awal tahun 2023. Hal tersebut sudah tidak diherankan dikarenakan dengan *platform Youtube* pengguna dapat mengunggah video, mencari video yang ingin ditonton, berdiskusi terkait video yang dibahas dan berbagi klip video kepada orang lain, serta dapat menyajikan konten video dari berbagai kalangan usia. Hal inilah yang membuat *Youtube* digandrungi banyak orang dan menjadikannya sebagai *platform* media dalam berbagi video terbesar di dunia (Arham, 2020). *Youtube* juga merupakan layanan berbagi video yang dibuat oleh Google yang menyuguhkan video secara gratis kepada penggunanya. Dengan banyaknya fitur dan tidak menggunakan biaya maka

masyarakat menggandrungi *Youtube* sebagai sosial media dalam hal menonton atau berbagi video.

Pada era digital seperti saat ini, masyarakat dalam berpendapat tidak hanya melalui ruang-ruang saja, pada abad sekarang atau abad ke-21 ruang publik sudah menyentuh kedalam ruang digital. Masyarakat saat ini dengan mudah menyampaikan pendapatnya berupa aspirasi, tuntutan, bahkan opininya dapat melalui internet melalui lewat sosial media yang ada seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. Saat ini masyarakat dapat menyuarakan berbagai hal seperti aspirasi, tuntutan, bahkan opini dengan berbagai cara dan wujud seperti dengan menggunakan gambar, video, bahkan meninggalkan komentar di suatu postingan yang ditemui di sosial media. Kecanggihan dari media elektronik yang kian berinovasi serta didukung dengan adanya internet menciptakan banyak sosial media yang dapat digunakan oleh pengguna dengan berbagai kepentingan. Selain sebagai untuk media berkomunikasi jarak jauh dalam dunia maya, sosial media masuk kedalam golongan usaha seseorang khususnya politisi untuk menampilkan citranya. Penilaian yang dilakukan oleh masyarakat pada seorang politisi terkadang menjadi penentu bagaimana kapasitas dari partisipasi politik seorang individu termasuk juga dalam partisipasi dalam politik generasi milenial yang identik dengan pemikiran kritis serta kritis (Munzir dkk., 2019).

Saat ini, proses politik di Indonesia sudah dipengaruhi oleh sosial media. Saat ini sosial media menjalankan peran yang vital dalam politik (Tabroni, 2012). Sesuatu yang diunggah di sosial media dapat mempengaruhi proses politik lewat konten-konten yang diunggah. Relasi antara sosial media dan politik merupakan sesuatu hal yang menarik khususnya yang berkaitan dengan sumber berita yang memberitakan (Cangara, 2009). Saat ini banyak sekali varian dari teknologi digital yang dimanfaatkan guna praktik dari politik seperti website blog, sosial media, aplikasi *mobile*, dan lain sebagainya. Semua varian yang ada dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk membangun citra politisi.

Para kandidat juga khususnya calon presiden dapat memanfaatkan sosial media sebagai media berkampanye dengan cara membuat blog website yang berisikan

profil diri serta hal-hal yang dapat menaikkan citranya yang dapat berupa dalam bentuk kegiatan, prestasi, visi dan misi dari politisi, dan lain sebagainya. Dukungan masyarakat terhadap politisi bisa digalang dengan sosial media yang ada seperti melalui *Facebook*, *Twitter*, *Tik-Tok*, dan lain-lain. Kandidat juga dapat mengampanyekan dirinya melalui sosial media *Youtube* guna berkampanye audio-visual yang membuat efisiensi biaya dalam berkampanye yang tidak perlu banyak mengiklankan dirinya lewat televisi yang biayanya cenderung mahal. Oleh karena itu *Youtube* dapat digunakan sebagai alat berkampanye yang efektif (Andriadi, 2017).

Saat ini juga masyarakat cukup terbantu lewat adanya berbagai varian teknologi digital dikarenakan dapat digunakan sebagai wadah dalam partisipasi politik. Dalam partisipasi terdapat tiga bentuk partisipasi yang dapat dilakukan dengan teknologi digital diantaranya adalah partisipasi kebijakan, partisipasi sosial, dan partisipasi politik (Suharyanto, 2016). Sosial media saat ini dapat digunakan sebagai sarana partisipasi politik masyarakat yang berupa partisipasi elektoral yang dapat dilakukan dengan sosial media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, dan lain-lain. Sebagai contoh masyarakat tidak turut aktif berpolitik secara langsung seperti ikut kampanye di jalan namun dapat melakukannya lewat sosial media dan kegiatan yang dilakukan di sosial media dapat lebih efektif ketimbang yang dilakukan di jalanan atau di stadion (Andriadi, 2017).

Untuk saat ini masyarakat tidak perlu lagi direpotkan harus aktif dalam berpolitik dengan cara turun ke lapangan atau dapat dikatakan turun secara langsung, namun dapat dilakukan secara tidak langsung dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui sosial media dan salah satu contohnya adalah melalui sosial media *Youtube*. Pengguna dapat mengunggah dan berkomentar sesuai kehendak pengguna dalam mendukung salah satu paslon tanpa terkecuali calon presiden yang akan didukung.

Sosial media dalam kehidupan berpolitik di era digital mempunyai peranan yang sangat vital yang dapat dilihat dari pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2008 yang memperlihatkan bahwasanya penggunaan jejaring sosial media dapat menjadi

alat yang vital dalam membangun citra dan mengampanyekan salah calon presiden saat itu. Lalu, saat ini dunia melihat dua gerakan protes besar dunia yang membuktikan pada dunia bahwasanya sosial media merupakan senjata yang kuat dalam dunia politik. Hal tersebut membuktikan bahwasanya dunia ditunjukkan pentingnya sosial media dalam melahirkan kesadaran dalam politik serta memobilisasi serangkaian proses politik (Yunus, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* yang merupakan perusahaan media asal Inggris yang bekerjasama dengan Hootsuite yang merupakan situs layanan manajemen konten yang berasal dari Kanada memberikan gambaran dan data dalam wujud informasi terkait sosial media yang dikenal luas di Indonesia saat ini ialah *Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter*, serta menyusul berbagai fenomena yang menunjukkan pentingnya peran sosial media pada pemilihan presiden di Indonesia. Sosial media menjadi tiket masuk bagi para kandidat calon presiden untuk diterima oleh para pemilih yang berasal dari kalangan pemula. Jika calon presiden menggunakan media konvensional seperti televisi, poster, dan surat kabar maka calon cukup sulit menjangkau kaula muda dan pemilih pemula. Maka dari itu, peran sosial media menjadi vital dalam politik (Andriadi, 2017).

Sosial media seperti *Youtube* pada pemilihan umum menjadi sarana yang dipandang efektif untuk mendukung dan menjatuhkan salah satu pasangan calon presiden. Melalui *platform* sosial media *Youtube* saat ini masyarakat dapat melakukan kampanye, beradu gagasan, termasuk menjatuhkan lawan politiknya. Para pengguna sosial media *Youtube* dapat dengan waktu singkat melakukan akses untuk mengakses sosial media tersebut yang menciptakan adanya fenomena terhadap arus informasi. Cepatnya sosial media *Youtube* dalam menyebarkan berita dan konten politik khususnya yang berkaitan dengan pemilihan presiden saat ini tidak hanya melalui media konvensional seperti media masa, televisi, pamflet, spanduk, dan lain-lain.

Dengan semakin maraknya penggunaan sosial media yang merupakan buntut dari munculnya sosial media di masyarakat khususnya *Youtube* memunculkan banyak

bahasa baru seperti netizen atau warga yang ada di Internet, *Youtube* atau penggiat sosial media *Youtube*, sampai *buzzer*. Sejatinya, *buzzer* digunakan guna memasarkan dan mempromosikan suatu produk tertentu dengan imbalan yang akan diterima *buzzer* tersebut.

Namun, sejak pemilihan umum 2014 *buzzer* mulai merambah ke dunia politik. *Buzzer* mulai banyak digunakan oleh aktor-aktor politik untuk menaikkan pamor mereka salah satunya di sosial media *Youtube*. *Buzzer* terbagi menjadi dua kategori, kategori yang pertama adalah *buzzer* sukarela atau *buzzer* yang bekerja memang secara sukarela untuk mendukung salah satu calon yang didukungnya dikarenakan memang murni mendukung calon tersebut. Lalu, kategori kedua adalah *buzzer* yang dilakukan berdasarkan permintaan atau pesanan dari seseorang. Umumnya *buzzer* yang masuk kedalam kategori *buzzer* pesanan bekerja untuk aktor politik atau politisi yang akan maju dalam kontestasi pemilihan umum. *Buzzer* umumnya bekerja untuk menaikkan citra politisi dengan cara-cara yang berbau mendukung dan memuji salah satu calon. Untuk di sosial media *Youtube* biasanya *buzzer* akan muncul dalam konten video yang berkaitan dengan politisi yang membayarnya dengan komentar yang cenderung menaikkan citra politisi tersebut agar dapat memenangkan kursi yang diperebutkan oleh sang politisi.

Jadi, para politisi memakai jasa *buzzer* politik profesional untuk melakukan pendekatan pada masyarakat lewat pesan-pesan yang dibuatnya di sosial media tanpa terkecuali *Youtube*. Hal demikian dapat berbahaya jika dimanfaatkan guna membangun persepsi serta masyarakat terhadap kandidat politik tertentu sehingga dapat menciptakan dan menyebarkan berita tidak benar serta ujaran kebencian terhadap salah satu calon dalam pemilihan umum salah satunya adalah calon presiden dalam yang akan diteliti di penelitian ini. Hal demikian dapat merusak kedamaian serta kerukunan dan dapat menciptakan perpecahan dalam masyarakat. Oleh karena itu saat ini *buzzer* mempunyai stigma yang negatif dalam masyarakat dikarenakan ulah *buzzer* di sosial media salah satunya di *Youtube*.

Seperti yang kita ketahui bersama, Indonesia merupakan negara yang demokratis yang dipimpin oleh presiden. Dalam proses dan dinamika politik di Indonesia,

pemilihan presiden dilakukan melalui pemilihan umum. Pemilihan umum rutin dilakukan lima tahun sekali dan merupakan pesta demokrasi di Indonesia. Menurut Ramlan Surbakti, pemilihan umum merupakan mekanisme penyeleksian serta pendelegasian ataupun penyerahan kedaulatan pada individu atau kelompok yang dipercaya, lalu menurut Ali Moertopo, pemilihan umum merupakan sarana masyarakat dalam menjalankan kedaulatannya sejalan dengan azas yang bermaktab pada Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Pemilihan umum juga dinilai sebagai upaya guna menemukan sistem pemilihan umum yang demokrasi serta cocok untuk diterapkan di Indonesia (Budiarjo, 2008).

Dalam pemilihan umum mendatang yang akan diselenggarakan pada tanggal 14 Februari 2024. Dalam pemilihan umum 2024 salah satu kursi yang diperebutkan ialah kursi presiden Republik Indonesia. Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto merupakan kandidat yang akan menduduki kursi kepresidenan RI. Ganjar Pranowo merupakan Gubernur Jawa Tengah saat ini. Ganjar Pranowo merupakan calon presiden yang diusung oleh PDIP pada tanggal 21 April 2023. Ganjar Pranowo merupakan salah satu calon presiden yang cukup aktif bersosial media dan cukup akrab dengan kaula muda yang ditunjukkan lewat hobinya yaitu berolahraga dan mendukung klub sepak bola Manchester United.

Ganjar Pranowo mempunyai kanal *Youtube* dengan nama "Ganjar Pranowo". Pada kanal tersebut Ganjar Pranowo saat ini sudah mempunyai 1,9 juta orang *subscribers* atau pelanggan pada kanal *Youtube*. Pada kanal *Youtube* miliknya, Ganjar memuat banyak konten video salah satunya adalah *podcast* dengan beberapa publik figur yang cukup terkenal di Indonesia. Lalu, banyak juga konten video yang dapat ditemui pada sosial media *Youtube* yang memuat konten tentang dirinya yang tentunya pada kolom komentar ditemui berbagai komentar dari masyarakat yang komentar beragam mulai dari komentar yang positif sampai komentar yang negatif. Hal itu lumrah ditemui mengingat Ganjar Pranowo merupakan seseorang politisi kondang yang mempunyai sejumlah pro kontra salah satu yang sempat hangat adalah pembatalan Indonesia sebagai tuan Rumah Piala Dunia U-20 dan isu Wadas, Jawa Tengah yang menimbulkan berbagai komentar masyarakat pada kolom

komentar video di sosial media *Youtube* dan sentimen masyarakat pada sosial media *Youtube*.

Calon presiden selanjutnya adalah Prabowo Subianto, Prabowo saat ini menjabat sebagai menteri pertahanan Republik Indonesia. Prabowo saat ini juga merupakan ketua umum dari Partai Gerindra. Prabowo bukanlah sosok baru dalam bursa pencalonan presiden RI. Prabowo sebelumnya sudah mencalonkan diri sebanyak tiga kali pada bursa pencalonan presiden RI yaitu pada tahun 2009 sebagai calon wakil presiden dari Megawati Soekarnoputri, 2014 sebagai calon presiden berpasangan dengan Hata Rajasa, dan 2019 sebagai calon presiden yang berpasangan dengan Sandiaga Uno. Pada pemilihan umum 2024 Prabowo Subianto kembali maju dalam bursa pencalonan presiden RI dan kembali akan diusung oleh partainya yaitu Partai Gerindra. Pada sosial media *Youtube*, terdapat banyak konten yang memuat hal yang berbau sosok Prabowo Subianto yang tentunya mengundang berbagai komentar dari masyarakat dan terdapat sentimen masyarakat mulai dari yang positif sampai negatif.

Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto saat ini keduanya merupakan bukanlah oposisi dari pemerintah saat ini. Seperti yang telah diketahui bersama, Ganjar Pranowo merupakan kader dari PDIP yang juga merupakan partai dari presiden Indonesia saat ini Joko Widodo yang turut hadir pada agenda pengusungan Ganjar Pranowo sebagai bakal calon presiden RI pada pemilu 2024 oleh PDIP. Sementara itu, Prabowo Subianto saat ini menjabat sebagai menteri pertahanan di Kabinet Indonesia Maju yang merupakan nama dari kabinet pemerintahan yang berjalan saat ini. Maka, kedua tokoh tersebut bukanlah oposisi dari pemerintah saat ini. Selain itu, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto mengusung *tagline* “lanjutkan”. Maksud dari *tagline* tersebut ialah kedua tokoh tersebut berjanji melanjutkan program dari presiden saat ini yaitu Joko Widodo yang akan habis masa jabatannya di 2024 mendatang. Hal ini berbeda dengan bakal calon presiden Anies Baswedan yang merupakan oposisi dari pemerintah saat ini dan mengusung *tagline* ”perubahan”. Hal tersebutlah yang menjadi alasan mengapa penelitian ini meneliti sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto.

Pada sosial media *Youtube* sendiri dengan konten yang begitu banyak konten video dengan berbagai fitur dan komentar masyarakat pada sosial media ini maka *Youtube* tentunya mempunyai *big data* yang sangat besar. *Big data* merupakan istilah guna menggambarkan suatu kumpulan data yang mempunyai ukuran yang sangat besar dan tentunya kompleks yang menjadikannya butuh pemrosesan yang tidak memungkinkan menggunakan perangkat pengelola *database* yang konvensional serta perlu dikelola memakai suatu metode yang sesuai. *Big data* memiliki tiga ciri utama yaitu *volume* (banyaknya data yang harus diproses), *variety* (variasi sumber data), dan *velocity* (pesatnya pertumbuhan jumlah data yang diimbangi dengan cepatnya pemrosesan data) (Rizky & Raja, 2021).

Berdasarkan banyaknya data yang ada di *Youtube* pada sosial media ini membuat analisis sentimen berkembang cukup pesat. Hal ini dikarenakan besarnya pengaruh dan juga manfaatnya. Di Amerika Serikat setidaknya terdapat 20 sampai 30 perusahaan yang berfokus pada pelayanan analisis sentimen. Analisis sentimen secara teknis ialah proses mengetahui, memahami, mengolah, serta mengekstraksi data dengan otomatis guna mendapatkan informasi sentimen yang ada pada kalimat dan juga teks (Rizky & Raja, 2021). Analisis sentimen dapat diartikan dengan studi komputasi tentang emosi, pendapat, sikap, pandangan, serta penilaian dari segerombolan teks yang fokusnya guna mengidentifikasi, menemukan, dan mengekstraksi karakteristik dalam teks dan mengklasifikasikan dokumen tekstual pada kelas sentimen yang terdiri dari sentimen negatif dan positif (Rizky & Raja, 2021).

Guna mendukung penelitian ini, penulis mengumpulkan kajian terkait penelitian terdahulu yang telah diselesaikan dan dianggap penting untuk dijadikan referensi dan juga sumber rujukan peneliti dalam menyelesaikan tugas penelitian ini. Berkaitan dengan topik yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini perlu didukung dengan *review* dari penelitian-penelitian terdahulu yang merupakan penelitian sejenis. Untuk itu, peneliti menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang merupakan penelitian sejenis.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Wildan dkk., (2021) dengan judul Analisis Sentimen Politik Berdasarkan *Big Data* dari Sosial Media *Youtube*: Sebuah Tinjauan Literatur. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwasanya analisis sentimen dapat meneliti berbagai sentimen yang ada di dalam segala bidang kehidupan dan *Youtube* memiliki sumber data yang besar. Oleh karena itu kemungkinan untuk melaksanakan sentimen analisis pada sosial media tersebut sangatlah memungkinkan.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Buntoro (2017) dengan Judul Analisis Sentimen Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 di *Twitter*. Pada penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya analisis sentimen dapat dipakai guna mengetahui dan mendapat informasi sentimen masyarakat terhadap seorang politisi seperti calon Gubernur. Tujuan dari analisis sentimen adalah guna menentukan sentimen yang ada pada opini yang ada di sosial media.

Penelitian ketiga ialah penelitian yang dilakukan oleh Digna dkk., (2019) yang berjudul Analisis Sentimen Calon Presiden 2019 Dengan *Support Vector Machine* Di *Twitter*. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwasanya analisis sentimen adalah bagian dari *text mining* yang kerap dilakukan. Analisis sentimen merupakan kajian ilmu yang mengkaji opini orang-orang, sentimen, emosi, evaluasi, masalah, peristiwa, dan topik tertentu. Sentimen positif dan negatif bergantung pada reputasi seseorang yang akan dicari sentimen masyarakat terhadap dirinya.

Penelitian keempat ialah penelitian yang dilakukan oleh Wirga (2017) yang berjudul Analisis Konten Pada Media Sosial Video *Youtube* Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. Pada penelitian tersebut menyebutkan bahwasanya *Youtube* menyediakan mekanisme interaksi sosial guna memperoleh opini serta tontonan dari pengguna dengan menggunakan komentar, pemilihan, pemeringkatan, penambahan ke daftar favorit, pembagian rujukan, perujukan tayangan dan juga komentar negatif dan sebaliknya yang diberikan oleh pengguna *Youtube*. Informasi ini dinilai vital dan bermanfaat guna mempelajari tingkah laku pengguna serta masyarakat dari video serta tayangan yang ada pada sosial media

Youtube. Mekanisme dari interaksi sosial dapat diklasifikasikan menjadi struktur analisis sentimen pada video *Youtube*.

Penelitian kelima ialah penelitian yang dilakukan oleh Akmal dkk., (2022) yang berjudul Opini Masyarakat *Twitter* Terhadap Kandidat Bakal Calon Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwasanya opini masyarakat terhadap bakal calon presiden 2024 tak hanya diakusisi melalui wawancara secara langsung saja.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian *mix methods* atau metode penelitian campuran dengan tipe penelitian *Sequential Eksplanatory* yang belum pernah digunakan pada penelitian sejenis. Penelitian ini juga tak hanya berfokus pada mencari tahu sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024 melalui analisis data saja, namun diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pendukung dari kedua bakal calon presiden tersebut. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Sentimen Pengguna Sosial Media *Youtube* Terhadap Pencalonan Presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto Pada Pemilu 2024".

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo pada pemilihan umum 2024?
2. Bagaimana Sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti pada penelitian ini adalah mengetahui sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dibuat diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam pengembangan analisis sentimen masyarakat terhadap pencalonan presiden pada pemilihan umum. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian lanjutan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat luas dalam menentukan pilihannya dalam pemilihan presiden pada pemilihan umum 2024 dengan memberikan informasi terkait sentimen masyarakat pada sosial media *Youtube* terhadap calon presiden pada pemilihan umum 2024.

c. Manfaat Akademis

Secara akademis atau dapat dikatakan aspek keilmuan, hasil dari penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep keilmuan khususnya dalam hal analisis sentimen masyarakat pada sosial media *Youtube*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Sentimen

Sentimen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan pendapat yang berdasar pada perasaan yang berlebihan terhadap suatu hal yang bertentangan dengan pertimbangan pikiran. Sebagai contoh yaitu keputusan yang dibuat tidak akan adil jika dibarengi dengan rasa sentimen pribadi. Sentimen juga merujuk pada sesuatu emosi yang cenderung berlebihan. Contoh dari hal ini adalah rasa sentimen sebagai bangsa Indonesia akan tumbuh dengan kuat jika berada jauh dari negeri ini.

Sentimen juga merupakan pandangan ataupun pendapat yang berdasar pada perasaan yang berlebihan terhadap sesuatu hal baik itu negatif, positif, ataupun tidak keduanya atau netral. Hal yang mendasari perbedaan sentimen pada individu didasari atas persepsi dan opini individu tersebut terhadap suatu objek. Sentimen merupakan bidang studi yang berkaitan dengan pendapat, penilaian sikap, serta emosi dari terhadap suatu entitas serta atributnya yang dapat diungkapkan dalam sebuah teks atau tertulis. Entitas dalam hal ini ialah dapat berwujud layanan, produk, organisasi, isu, fenomena, topik, bahkan individu (Liu, 2012).

Sentimen positif merujuk pada anggapan ataupun pendekatan yang optimistis serta suka terhadap suatu hal. Sentimen positif dapat merupakan persepsi yang mempunyai efek positif serta membawa kesan menyenangkan. Sentimen positif dapat didapati pada berbagai konteks seperti analisis di sektor ekonomi, analisis sosial media, serta pengembangan layanan dan produk (Liu,2012).

Sentimen positif saat ini sudah berkembang lebih jauh dan tak hanya pada sektor yang sudah disebutkan. Saat ini sentimen positif sudah didapati pada bidang politik dan pemerintahan dan dapat didapati dengan memanfaatkan kemajuan

teknologi yang sudah berkembang saat ini. Pada sektor pengembangan produk, sentimen positif berguna membantu mengidentifikasi kepuasan dari pada pelanggan serta dapat mengembangkan langkah atau strategi yang efektif guna memasarkan dan mengembangkan sebuah produk.

Sentimen positif pada bidang pelayanan dapat mengukur kepuasan masyarakat atau pengguna jasa layanan terhadap layanan yang diberikan dan dapat menentukan langkah dan strategi pelayanan yang dapat lebih memuaskan pengguna layanan tersebut. Sentimen positif pada sektor pemerintahan dapat digunakan untuk mengetahui suka atau tidaknya masyarakat terhadap kebijakan yang akan dibuat atau sudah diberlakukan. Hal ini dapat menentukan strategi pemerintah dalam merumuskan kebijakan publik. Sentimen positif pada sektor analisis sosial media dapat dimanfaatkan guna mengukur reaksi publik terhadap suatu isu publik, produk, serta fenomena yang terjadi.

Sentimen positif saat ini dibutuhkan pada bidang politik. Hal ini dikarenakan dapat mengukur suka atau tidak suka publik terhadap tokoh politik dan isu politis tertentu yang ada di sosial media termasuk *Youtube* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dan dapat menentukan langkah dan strategi seorang politikus untuk maju dalam kontestasi politik seperti pemilihan umum, pemilihan kepala daerah dan lain sebagainya. Selain sentimen positif, terdapat sentimen negatif dalam sentimen.

Sentimen negatif merujuk pada pandangan seseorang atau perasaan negatif dari seseorang yang terhadap suatu objek tertentu. Pada konteks sentimen, sentimen negatif dapat diidentifikasi lewat kata atau frasa yang menunjukkan stigma dan perasaan negatif seperti kata "buruk", "mengerikan", "memalukan", dan kata atau frasa lain yang mengandung unsur negatif. Sama halnya dengan sentimen positif, sentimen negatif juga diperlukan dalam berbagai sektor guna mendapatkan informasi dan menentukan strategi dalam berbagai sektor seperti sektor ekonomi atau perdagangan, analisis sosial media, sektor pemerintahan, dan politis.

Sentimen negatif digunakan guna mengetahui dan mendapat informasi terkait hal yang tidak disukai oleh masyarakat sehingga dapat menjadi evaluasi agar dapat

memperbaiki hal yang tidak disukai oleh masyarakat seperti produk, kebijakan pemerintah, dan lain sebagainya (Liu, 2012). Maka, sentimen negatif meskipun merupakan hal yang merujuk pada sesuatu yang buruk akan bermanfaat terhadap evaluasi hal tertentu seperti produk, kebijakan, tanpa terkecuali di bidang politik yang kerap digunakan para politikus yang hendak maju dalam kontestasi politik seperti pemilihan umum agar mengetahui apa yang tidak disukai dari dirinya oleh masyarakat agar dapat menentukan strategi agar sentimen negatif terhadapnya dapat menjadi sentimen positif dari masyarakat sehingga dapat mendulang suara dari pemilih. Selain sentimen positif dan negatif terdapat sentimen netral.

Sentimen netral merupakan sentimen yang tidak bermuatan negatif serta positif. Dalam mengidentifikasi sentimen yang diklasifikasikan sebagai sentimen netral dapat dilakukan dengan mengidentifikasi frasa atau kata yang tidak mempunyai kata yang bermuatan emosional positif ataupun negatif dan mencari pola dari penggunaan kalimat.

2.2. Tinjauan Teori Analisis Sentimen

2.2.1. Pengertian Analisis Sentimen

Analisis sentimen atau juga kerap disebut dengan *opinion mining* (penambangan opini) merupakan studi komputasi guna mengenali serta mengekspresikan sentimen, opini, evaluasi, sikap, emosi, subjektivitas, penilaian atau pandangan yang ada pada suatu teks (Liu, 2012). Analisis sentimen juga merupakan alat bantu dari penambangan opini (*opinion mining*) yang merupakan pemrosesan dari sekumpulan hasil pencarian dari item yang diberikan, menghasilkan satu daftar atribut dari suatu produk misalnya kualitas, fitur, dan lain sebagainya (Dave, 2003).

Analisis sentimen adalah salah satu contoh yang berasal dari bidang *NLP*. *NLP* merupakan bidang ilmiah yang membahas tentang bagaimana cara agar komputer dapat berpikir layaknya manusia. *NLP* adalah bagian dari kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence (AI)* yang merupakan salah satu dari empat bidang ilmu yang ada pada *data mining* (penambangan data) yaitu

statistika, *database* dan juga data informasi. Pada implementasinya, kecerdasan buatan membutuhkan *machine learning* yang berperan sebagai algoritma penyelesaian. Dengan adanya *machine learning* yang dipakai guna menggantikan peran manusia dalam mengambil keputusan. *Machine learning* tidak mempunyai perasaan layaknya manusia. Oleh karena itu, keputusan diambil didasari data yang sudah diolah (Irwansyah, 2022).

Analisis sentimen adalah komputasi memakai teknik analisis teks pada wujud data tertulis dan tekstual dengan cara mengelola, memahami, serta mengklasifikasikan emosional baik negatif dan sebaliknya atau positif. Analisis sentimen banyak dipakai dikarenakan pesatnya peningkatan kebutuhan kolektif maupun pribadi dalam mengetahui opini seseorang terhadap sesuatu tanpa terkecuali opini terhadap politisi seperti calon presiden guna menentukan strategi yang akan dipakai dalam mendulang suara. Analisis sentimen juga dipengaruhi oleh data set yang dipakai akan mengalami penanganan yang tidak sama atau dalam kata lain berbeda (Widayat, 2021). Analisis sentimen juga ditujukan kepada organisasi dan bukan hanya pribadi. Analisis sentimen juga disebut penambangan opini yang memproses menentukan emosional dari pengguna dengan cara menganalisis tulisan pengguna. Tidak hanya tokoh, analisis sentimen juga dapat dipergunakan untuk menganalisis masalah yang berkaitan dengan bisnis, program, produk, aplikasi, dan lain sebagainya yang dapat dikomentari oleh masyarakat atau publik (Herlinawati, 2020).

Berdasarkan pendapat yang ada diatas, maka analisis sentimen dapat diartikan sebagai salah satu contoh yang berasal dari bidang NLP atau *Natural Language Processing* yang merupakan bagian dari bidang ilmiah yang membahas bagaimana komputer dapat berpikir layaknya manusia. Analisis sentimen dapat mengelola, memahami, dan mengelompokkan emosional kedalam sentimen negatif dan positif. Analisis sentimen merupakan penambangan opini yang memproses dan menentukan emosional dari pengguna dengan cara menganalisis tulisan dari pengguna baik itu perseorangan maupun kelompok.

2.2.2. Keunggulan Analisis Sentimen

Sentimen analisis tentunya mempunyai keunggulan yang membuatnya terus dipakai oleh banyak orang untuk menambang opini masyarakat dan dapat mengklasifikasikannya ke dalam kelompok sentimen negatif dan sentimen positif. Contoh dari keunggulan analisis sentimen ini adalah dapat mengefektifkan waktu serta tenaga dalam melaksanakan penelitian dengan jumlah data yang besar atau dengan menggunakan *bigdata*. Dalam penerapannya, analisis sentimen tidak hanya dapat diterapkan pada satu bidang saja, namun dapat diterapkan ke beberapa bidang. Berikut adalah contoh contoh penerapan analisis sentimen dalam pemanfaatannya di berbagai bidang:

1. Pada bidang bisnis, analisis sentimen digunakan untuk mengetahui seperti apa reputasi atau citra dari produk-produk yang ada di masyarakat sehingga hasil dari analisis sentimen dapat dipergunakan sebagai penentu strategi dalam peningkatan daya jual dari produk tersebut.
2. Selanjutnya, analisis sentimen juga dapat digunakan untuk mengetahui sentimen masyarakat akan program pemerintah yang sedang berjalan. Misalnya, pada saat pandemi Covid-19 pemerintah dapat menggunakan analisis sentimen untuk mengetahui bagaimana opini dari masyarakat terkait berjalannya program pemerintah untuk menanggulangi pandemi Covid-19. Jadi pemerintah dapat memperbaiki program yang sedang berjalan tersebut.
3. Lalu, dalam bidang politik, contoh dari pemanfaatan analisis sentimen dalam bidang politik adalah analisis sentimen dapat dipakai untuk mengetahui popularitas dari politisi yang akan berkontestasi dalam suatu pemilihan seperti calon presiden yang akan maju dalam pemilihan umum. Dengan analisis sentimen, maka politisi akan mengetahui tentang popularitasnya serta opini terhadap dirinya di masyarakat. Dengan begitu politisi tersebut dapat menentukan strategi untuk meningkatkan popularitas dan reputasinya di masyarakat (Salsabila, 2022).

Selain itu, analisis sentimen juga dapat memprediksi sesuatu yang akan tren dimasa depan sehingga dapat membantu seseorang atau kelompok dapat menentukan sesuatu yang akan dilakukan guna menghadapi masa yang akan datang. Oleh karena itu, analisis sentimen mempunyai manfaat dan kegunaan yang sangat vital dalam berbagai bidang seperti bisnis, politik, bahkan pemerintahan.

Manfaat dari adanya analisis sentimen juga yaitu dapat menganalisis kejadian, komentar yang mengandung kontroversi, dan pernyataan. Hasil dari analisis sentimen dapat menjadi gambaran dari suatu perusahaan, tokoh publik seperti politisi, dan juga pemerintahan guna menentukan strategi dan langkah apa yang akan dilakukan setelahnya (Natasuwarna, 2020).

2.2.3. Jenis Analisis Sentimen

Analisis sentimen mempunyai bermacam-macam jenis. Terdapat tiga jenis analisis sentimen yaitu *aspect based sentiment analysis*, *emotion detection*, dan *fine grand sentiment* (Arviana, 2021). *Aspect based sentiment analysis* merupakan jenis analisis sentimen yang pada penggunaannya untuk mengetahui aspek yang memberi pengaruh serta penilaian dari para pelanggan. Selanjutnya *emotion detection* merupakan analisis sentimen yang pada penggunaannya bertujuan untuk mengetahui emosi dari pesan atau suatu teks seperti sedih, marah, bahagia, positif, negatif dan lain sebagainya. Selanjutnya adalah *fine grand sentiment analysis*, *fine grand sentiment analysis* merupakan jenis analisis sentimen yang mempunyai penilaian yang spesifik dan cenderung biasa digunakan pada bidang *e-commerce* atau bisnis yang dilakukan secara daring melalui internet (Arviana, 2021).

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis analisis sentimen *emotion detection* yang penggunaannya bertujuan guna mengetahui pesan dari teks yang pada penelitian ini adalah komentar pengguna sosial media *Youtube* yang akan dikelompokkan menjadi sentimen positif dan sentimen negatif seperti komentar yang mengandung sentimen ketidaksukaan akan dikelompokkan

menjadi sentimen negatif dan komentar yang mengandung rasa suka dan dukungan akan dikelompokkan ke dalam sentimen positif.

2.2.4. Langkah Analisis Sentimen

Menurut Natasuwarna (2020) analisis sentimen dibagi menjadi lima tahapan. Tahapan-tahapan tersebut diantaranya adalah *crawling data*, *pre-processing*, *feature selection*, *classification*, dan *evaluation*. Berikut ini penjelasan dari kelima tahapan tersebut sebagai berikut:

1. *Crawling data*, *Crawling data* merupakan menghimpun data yang berasal dari teks yang didapat dari *platform* yang diteliti, sebagai contoh menggunakan sosial media *Youtube*, maka *crawling data* didapat melalui komentar yang ada di sosial media *Youtube*.
2. *Pre-processing*, *pre-processing* merupakan tahap membersihkan data dari hal yang tidak terpakai dalam analisis sentimen. Sebagai contoh hal yang tidak diperlukan adalah tanda baca, kata-kata yang tidak sesuai, dan mengubah huruf menjadi *lowercase*.
3. *Feature selection*, pada tahapan ini merupakan tahapan pemilihan fitur yang dipakai guna menyeleksi atribut yang tidak terpakai dan tidak sesuai dengan hal yang diteliti dari dataset dengan memanfaatkan fitur yang tersedia.
4. *Classification*, pada tahapan ini pengklasifikasian antara sentimen negatif, netral, dan positif dilakukan
5. *Evaluation*, tahapan ini dalam analisis sentimen merupakan tahapan setelah tahap klasifikasi dan tahapan evaluasi mencakup semua tahapan yang ada dalam tahapan analisis sentimen.

Pada tahapan *pre-processing* dalam analisis sentimen melibatkan transformasi dari data mentah yang dijadikan ke dalam format yang lebih mudah dipahami. Langkah dari *pre-processing* dibutuhkan guna menyelesaikan beberapa varian masalah termasuk data yang tidak

dibutuhkan, data redudansi, nilai data yang hilang, dan lain sebagainya (Kotsiantis dkk., 2006).

2.3. Tinjauan Sosial Media

2.3.1. Pengertian Sosial Media

Pada era digital saat ini sosial media merupakan hal yang sangat wajar digunakan oleh umat manusia. Sosial media merupakan media yang berbasis daring yang dipakai guna melakukan interaksi secara kolektif maupun individu dengan cara yang efisien serta tak ada batasannya. Sosial media yang notabene adalah tempat untuk mengajak serta dapat merubah pandangan serta tingkah laku dari publik. Sosial media sejatinya tiap tahun terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat khususnya di kalangan generasi Y dan generasi Z (Ahmad, 2020).

Pada hakikatnya, sosial media merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi web baru yang basisnya adalah internet yang memberikan kemudahan terhadap penggunaanya untuk berkomunikasi, berpartisipasi, serta membangun jaringan secara daring yang dapat menyebarkan konten yang ingin dibagikannya dalam bentuk audio maupun visual dan lain-lain. Sosial media merupakan fitur yang basisnya *website* yang dapat menciptakan suatu jaringan yang membuat orang-orang dapat melakukan interaksi dalam suatu komunitas. Melalui sosial media kita dapat melakukan bermacam-macam wujud dari pertukaran, kolaborasi, serta saling mengenali satu sama lain dalam wujud visual serta audiovisual seperti pada sosial media *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. Sosial media dapat juga diartikan sebagai seperangkat alat komunikasi serta kolaborasi baru yang mendukung terlaksananya bervariasi jenis interaksi yang sebelumnya masih belum tersedia untuk orang awam (Liedfray, dkk., 2022).

Sosial media menurut Liedfray dkk (2022) blog, jejaring sosial, dan wiki yang ada di sosial media adalah wujud sosial media yang paling universal yang

dipakai oleh masyarakat di penjuru dunia. Lalu disebutkan juga bahwasanya sosial media merupakan media daring yang mendukung interaksi sosial serta sosial media dengan menggunakan teknologi web yang merubah komunikasi berubah menjadi dialog yang interaktif.

Maka, dapat disimpulkan bahwasanya sosial media merupakan hasil dari perkembangan teknologi web yang basisnya adalah internet. Dengan adanya sosial media dapat memungkinkan sesama manusia dapat melakukan interaksi secara efisien dan efektif dikarenakan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Pada sosial media sendiri para penggunanya dapat melakukan dialog secara interaktif secara daring. Sosial media juga tentunya memberikan kemudahan untuk berkomunikasi, berpartisipasi, serta membangun jaringan secara daring yang dapat menyebarkan konten yang ingin dibagikannya dalam bentuk audio maupun visual dan lain-lain.

2.3.2. Fungsi Sosial Media

Sosial media saat ini sangat digandrungi oleh banyak orang. Hal ini dikarenakan sosial media mempunyai fungsi yang dirasa membantu umat manusia, Berikut adalah beberapa fungsi dari sosial media:

1. Sosial media merupakan media yang dirancang guna meluaskan interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet serta *web*.
2. Sosial media berhasil dalam melakukan perubahan pada implementasi komunikasi yang semula cenderung searah media siaran yang berasal dari satu institusi media ke banyak audiens atau jika dalam istilah adalah "*one to many*" menjadi praktik komunikasi dialog antar banyak *audience* atau jika dalam istilah adalah "*many to many*".
3. Sosial media dapat memberi dukungan terhadap demokratisasi pengetahuan serta informasi. Sosial media dapat juga merubah manusia yang semula pengguna dan penikmat dari isi pesan namun dengan adanya sosial media manusia dapat menjadi pembuat pesan itu sendiri (Wijayanto, 2012 dalam Ita dkk., 2020).

Berbagai konten yang disuguhkan oleh sosial media saat ini yang dapat dalam berbagai wujud seperti audio, visual, bahkan audio dan visual sekaligus dan didukung dengan adanya sosial media seperti *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Tik-Tok*, dan *Twitter* yang menyajikan konten-konten yang disukai banyak masyarakat tentu saja saat ini menjadikan sosial media merupakan sarana hiburan masyarakat. Lalu, dengan kemudahan akses yang diberikan oleh sosial media, arus informasi dapat tersampaikan dengan cepat. Untuk itu, sosial media kerap dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi.

2.3.3. Karakteristik Sosial Media

Sosial media mempunyai karakteristik atau ciri yang melekat pada sosial media. Menurut Sulianta (2015) dalam Farel (2022) karakteristik yang ditemui pada sosial media diantaranya adalah:

a. Transparansi

Transparansi merupakan sifat keterbukaan informasi. Hal ini dikarenakan pada konten sosial media ditunjukkan sebagai bahan konsumsi publik dan siapa saja yang mengaksesnya dapat menikmati konten tersebut.

b. Dialog dan Komunikasi.

Sosial media dapat dijadikan sebagai sarana melakukan komunikasi. Jika terdapat komunikasi maka akan terbentuk relasi dan komunikasi yang interaktif memakai ragam fitur yang ada. Sebagai contoh pada sosial media *Youtube* pengguna dapat saling berkomunikasi melalui fitur komentar yang ada pada konten video di *Youtube*.

c. Jejaring Relasi

Relasi atau hubungan antar pengguna sosial media seperti jaring-jaring yang saling berkorelasi antara satu dan lainnya. Oleh karena itu, komunitas jejaring mempunyai peran vital yang akan memberi pengaruh terhadap audiensinya.

d. Multi Opini

Penggunaan sosial media dengan berbagai fiturnya khususnya dalam fitur meninggalkan komentar dalam suatu konten tentunya memudahkan

pengguna untuk mengutarakan opininya serta argumen dengan mudah. Sebagai contoh dari hal ini, pengguna sosial media *Youtube* dapat memberikan opininya akan sesuatu dan berargumen pada kolom komentar yang ada pada video *Youtube*.

2.3.4. Jenis Sosial Media

Menurut Liedfray, dkk (2022), Sosial media terbagi menjadi beberapa jenis. Beberapa jenis sosial media tersebut diantaranya adalah:

1. Aplikasi sosial media berbagi video (*video sharing*). Aplikasi sosial media yang masuk ke dalam jenis sosial media berbagai video tentunya sangat bermanfaat dalam menyebarkan informasi dalam wujud audiovisual. Hal ini tentu saja memudahkan masyarakat memahami suatu konten yang akan dipelajari. Contoh dari sosial media jenis ini adalah *Youtube*.
2. Aplikasi sosial media *mikroblog*. Aplikasi *mikroblog* merupakan aplikasi yang masuk golongan program-program sosial media lainnya. Perangkat yang digunakan untuk mengaksesnya tidak perlu menggunakan ponsel pintar, namun hanya perlu jaringan internet dan mengunduh aplikasinya. Contoh dari sosial media jenis ini adalah *Facebook*.
3. Layanan Blog. Secara ringkas dapat dipahami bahwasanya layanan ini merupakan jurnal pribadi yang dijumpai di internet yang digunakan untuk berbagai catatan dari penggunanya terkait bermacam-macam hal. Contoh dari jenis ini adalah Blogger, Wordpress.
4. Layanan Forum, Dapat disebutkan bahwasanya jenis sosial media klasik sudah familiar sejak lama. Layanan ini menjadi tempat penggunanya untuk dapat melakukan perbincangan suatu hal atau topik yang menurutnya menarik dengan para pengguna lain dalam suatu ruang diskusi. Contoh dari sosial media jenis ini adalah Quora.
5. Layanan Kolaborasi. Layanan ini memberikan kesempatan untuk penggunanya agar dapat saling berkolaborasi dalam menyunting, memuat,

serta mengoreksi suatu konten. Contoh dari sosial media jenis ini adalah Wikipedia.

Dalam pemanfaatannya, sosial media jika dapat menguasainya tentu ya menjadi hal yang sangat menguntungkan khususnya bagi aktor politik. Bagi aktor politik hal ini dapat menjadi faktor yang strategis dalam proses komunikasi dan kampanye dari gerakan politiknya guna mendapatkan citra baik dari masyarakat. Saat ini, politisi atau aktor politik yang populer di sosial media cenderung mendapatkan dukungan yang banyak dari publik dan masyarakat luas.

2.4. Youtube

Youtube merupakan layanan visual yang berwujud video yang dimotori oleh Google untuk merepresentasikan teknologi internet yang semula "*read only web*" menjadi "*read write web*" (Horstman, 2011). *Youtube* juga merupakan video yang basisnya daring serta alasan yang utama dari situs ini ialah untuk meninjau, mendapatkan, dan berbagi rekaman video ke semua pengguna lewat hal tersebut. *Youtube* juga merupakan suatu laman yang menggunakan web guna menjalankan *highlight*-nya. Dengan memanfaatkan sosial media *Youtube*, pengguna dapat mengunggah video dan dapat dilihat oleh orang banyak dan diapresiasi oleh orang banyak. Dengan banyaknya pengguna di sosial media ini, tentunya akan memunculkan persaingan yang cukup ketat. Maka, dengan hal ini sosial media dapat menimbulkan interaksi kemajuan antar manusia (Lingga, 2019).

Sosial media *Youtube* didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim pada tanggal 14 Februari 2005. Ketiga dari pendiri sosial media ini sebelumnya merupakan orang-orang yang bekerja di Paypal. Pada awalnya *Youtube* membranding dirinya sebagai *dating apps* atau aplikasi kencan yang basisnya video. Sebagai upaya untuk mempopulerkan sosial media ini, para pendiri harus menyewa seorang wanita sebesar 20 USD untuk mengunggah video kencan. Dikarenakan pendiri *Youtube* menemui kesulitan dalam hal ini, maka para pendiri

memperbolehkan pengguna mengunggah video apapun hingga pada akhirnya ditahun 2006 penonton video di sosial media ini melonjak hingga menembus 25 juta penonton dan pada bulan Juli 2006 situs ini memiliki 65.000 video yang telah diunggah dan berhasil dikunjungi sebesar 100 juta kali dalam tempo satu hari.

Kemunculan sosial media *Youtube* memengaruhi Masyarakat terutama pada masyarakat individu yang mempunyai pekerjaan dan kegemaran pada bidang produksi dari rekaman yang dapat berwujud film pendek, narasi, bahkan *website* video namun tidak memiliki ruang untuk aktif berkarya. Dalam penggunaannya, *Youtube* cenderung mudah digunakan dan tidak membutuhkan biaya yang banyak serta bersifat fleksibel atau dapat dipakai dimana saja dan kapan saja selagi perangkat yang mengaksesnya mempunyai jaringan internet yang mumpuni. Lalu, pada sosial media *Youtube* juga mengandung berbagai konten yang dapat disesuaikan dengan selera pengguna. Konten yang ada pada sosial media *Youtube* cenderung mencakup berbagai kalangan usia mulai anak-anak sampai lanjut usia dengan berbagai macam jenis konten video didalamnya. Lalu, pada sosial media *Youtube* juga banyak konten yang mengandung hal-hal berbau politik mulai dari berita tentang politisi, berita terkait pencalonan presiden, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan politik. Lalu, sosial media *Youtube* juga kerap dijadikan tempat untuk menaikkan citra dan reputasi politisi dengan video unggahan yang dapat menaikkan reputasi dan citra dari politisi tersebut.

Pengguna sosial media *Youtube* di Indonesia cenderung sangat banyak digunakan oleh masyarakat dikarenakan fitur-fitur yang ditawarkannya. *Youtube* menempati peringkat teratas dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia dengan pengguna sebesar 139 juta pengguna aktif per awal tahun 2023. Hal tersebut sudah tidak diherankan dikarenakan dengan *platform Youtube* pengguna dapat mengunggah video, mencari video yang ingin ditonton, berdiskusi terkait video yang dibahas dan berbagi klip video kepada orang lain, serta dapat menyajikan konten video dari berbagai kalangan usia.

2.5. Pemilihan Umum

Pemilu merupakan wadah dari kedaulatan rakyat guna menentukan anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, Presiden serta wakilnya, dan juga Dewan Perwakilan Daerah. Pemilihan umum dilaksanakan tiap lima tahun sekali dan berlangsung secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, serta adil dan dilandasi atas Pancasila dan UUD 1945. Pemilihan umum menurut R. Surbakti juga berarti sebagai suatu proses penyeleksian serta pendelegasian atau penyerahan kedaulatan pada orang atau partai yang dipercaya. Lalu, pemilihan umum juga merupakan wadah yang tersedia bagi rakyat guna menjalankan kedaulatannya sesuai dengan azas yang bermaktub pada pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Pemilihan umum atau biasa dikenal dengan pemilu berdasarkan penjabaran diatas merupakan wadah untuk mewujudkan demokrasi yang ditandai dengan rakyat yang memegang kendali penuh untuk memilih pemimpin yang akan terpilih yang berlandaskan peraturan yang ada. Pemilihan umum dalam pelaksanaannya mempunyai tujuan yaitu sebagai wadah untuk menyeleksi pemimpin pemerintahan, sebagai sarana pemindahan konflik kepentingan dari masyarakat pada badan perwakilan rakyat yang lewat wakil yang berhasil terpilih atau partai yang berhasil menduduki kursi sehingga integrasi masyarakat tetap berjalan dengan baik, dan pemilihan umum sebagai wadah guna menggerakkan dan mendapatkan dukungan rakyat terhadap pemerintahan dan negara dengan ikut langsung dalam mekanisme dan dinamika politik (Prihatmoko, 2003). Berdasarkan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945, pemilihan umum mempunyai asas-asas didalamnya yang diantaranya adalah:

a. Langsung

Hal ini berarti masyarakat memilih secara langsung calon yang akan dipilihnya sesuai keinginannya dan kata hatinya tanpa intervensi dan paksaan dari pihak manapun tanpa perantara

b. Umum

Umum dalam pemilihan umum berarti pemilihan umum berlaku bagi

seluruh warga negara Indonesia yang sudah memenuhi kriteria sebagai pemilih tanpa membedakan kasta, suku, ras, agama, pekerjaan, dan perbedaan lainnya.

c. Bebas

Bebas berarti masyarakat memilih secara bebas siapa yang ingin dipilihnya sesuai kata hatinya tanpa campur tangan pihak manapun

d. Rahasia

Dalam menentukan pilihannya pemilih tidak perlu khawatir akan bocornya informasi terkait siapa yang dipilihnya dan tidak diketahui oleh pihak manapun

e. Jujur

Jujur dalam pemilihan umum berarti siapapun harus bersikap jujur dalam pelaksanaan pemilihan umum dan dilarang keras melakukan kecurangan sekecil apapun

f. Adil

Adil dalam pemilihan umum berarti setiap orang yang terlibat dalam pemilihan umum mendapatkan perlakuan yang sama tanpa dibeda-bedakan sama sekali

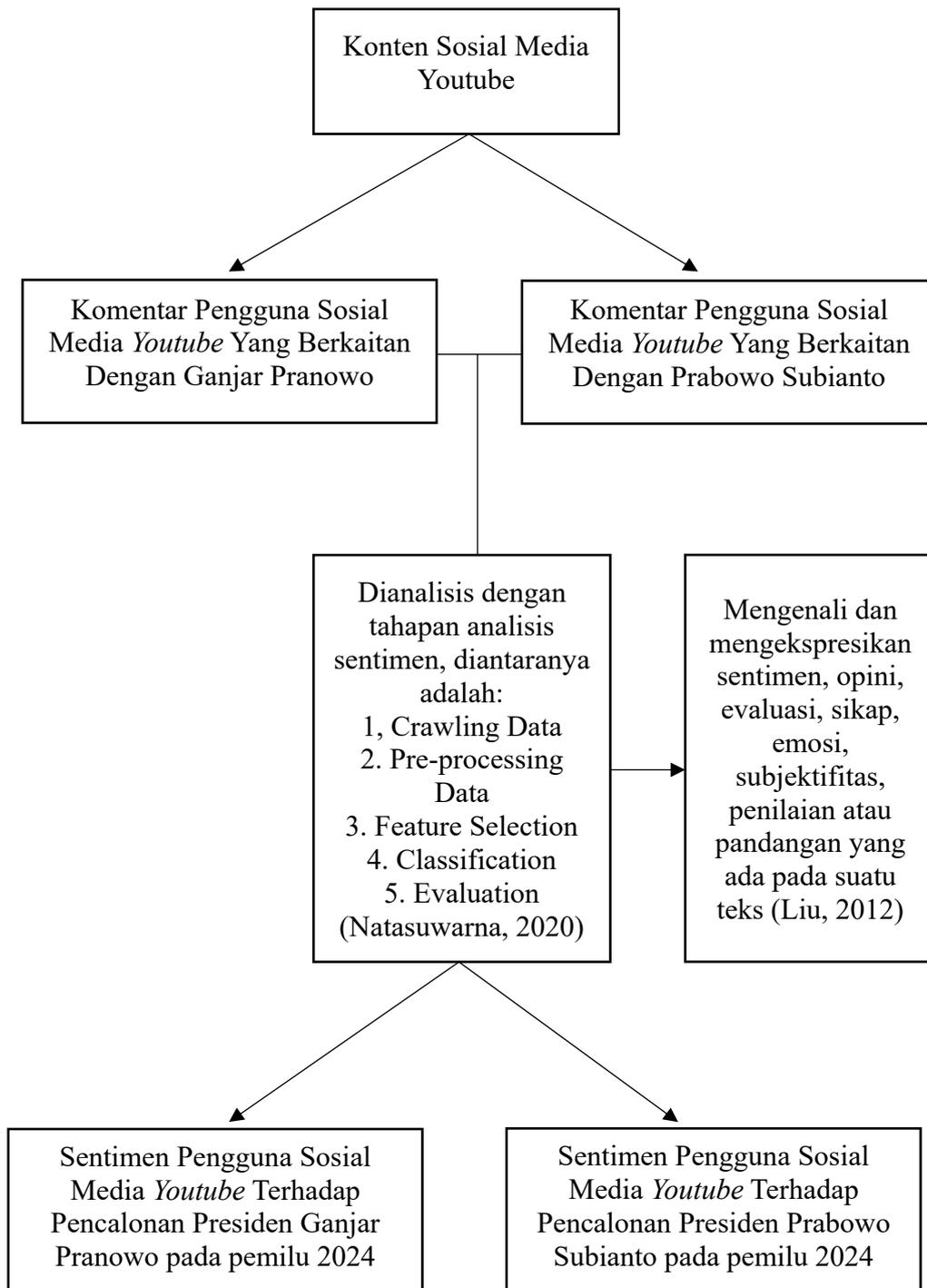
Berdasarkan penjabaran beberapa definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pemilihan umum merupakan sarana atau wadah guna menyeleksi calon pemimpin baru dalam suatu negara. Pemilihan umum juga menandakan jalannya sistem demokrasi di suatu negara dan dengan berjalan baiknya pemilihan umum maka pemerintahan akan berjalan dengan demokratis. Selain itu, dengan mengikuti pemilihan umum masyarakat dapat secara langsung ikut andil dalam dinamika pemilihan pemimpin dalam suatu negara.

2.6. Kerangka Pikir

Konten-konten video yang ada pada sosial media *Youtube* tentunya sangat beragam dan tentunya terdapat konten yang berkaitan dengan pencalonan presiden pada pemilu 2024. Pada konten-konten video tersebut tentunya

masyarakat dapat dengan bebas mengutarakan opininya melalui kolom komentar yang ada di sosial media *Youtube* pada video yang ditonton khususnya video yang berkaitan dengan calon presiden Republik Indonesia khususnya terkait pencalonan Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Tentunya opini tiap orang berbeda antara satu dan lainnya dikarenakan disebabkan banyak faktor. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini kita ingin melihat bagaimana sentimen masyarakat terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024 yang tentunya beragam antara satu dan lainnya dan bermanfaat untuk melihat gambaran dari bagi kedua calon presiden tersebut untuk melakukan langkah yang selanjutnya.

Analisis sentimen yang akan dilakukan tentunya melewati beberapa tahapan menurut Natasuwarna (2020) seperti *crawling data, pre-processing, feature selection, classification, dan evaluation* sampai akhirnya menemukan jawaban berupa hasil sentimen masyarakat terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto dan hasil dari analisis sentimen dapat menjadi gambaran dari suatu perusahaan, tokoh publik seperti politisi, dan juga pemerintahan guna menentukan strategi dan langkah apa yang akan dilakukan setelahnya (Natasuwarna, 2020). Hal tersebut dikarenakan analisis sentimen pada hasilnya dapat digunakan untuk mengenali serta mengekspresikan sentimen, opini, evaluasi, sikap, emosi, subjektifitas, penilaian atau pandangan yang ada pada suatu teks (Liu, 2012).



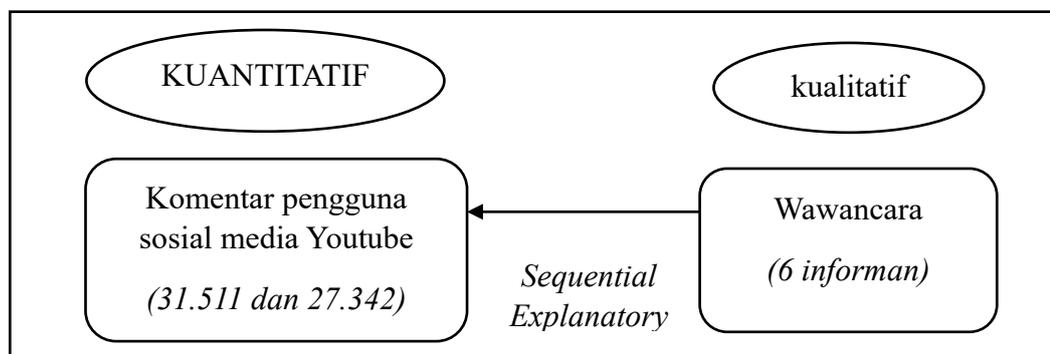
Gambar 2. Kerangka Pikir
(Diolah Peneliti, 2023)

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian merupakan penyelidikan atau upaya yang tersistematis, empiris, terkendali, dan kritis terhadap fenomena-fenomena guna mencari fakta-fakta, teori yang baru, hipotesis dan kebenaran dengan memakai langkah-langkah tertentu guna menemukan jawaban dari suatu permasalahan (Sujarweni, 2019). Penelitian sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilu 2024 menggunakan metode penelitian campuran (*mixed methods*).

Metode penelitian campuran merupakan jenis penelitian yang peneliti menghimpun dan menganalisis data, menggabungkan temuan, serta mengambil kesimpulan dengan memakai pendekatan atau metode kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah studi atau program penelitian tunggal (Creswell, 2018). Sementara itu, desain atau tipe *sequential explanatory* dikarakterisasikan dengan pengumpulan data dan analisis data kuantitatif di tahap pertama dengan bobot yang lebih besar, dan diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif di tahap kedua (Creswell, 2018).



Gambar 3. Desain Model *Sequential Explanatory*

Metode penelitian campuran dipakai dikarenakan metode ini dapat mengumpulkan data dan mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian

sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti oleh peneliti. Metode penelitian campuran merupakan pendekatan masalah penelitian yang berpusat dimana teori-teori serta metode yang digunakan instrumental.

Pendekatan dalam metode penelitian campuran bergantung pada 1) mengombinasikan desain deduktif dan induktif guna menghasilkan data baik itu data kuantitatif maupun data kualitatif, dan 2) mengintegrasikan dataset dalam beberapa cara. Pendekatan ini sesuai apabila tujuan penelitian guna menjelaskan, menggambarkan, atau mengevaluasi, dan berguna guna mempelajari masalah yang kompleks (Leavy, 2017).

Alasan digunakannya tipe penelitian *sequential eksplanatory* dengan metode penelitian campuran atau *mixed methods* adalah guna memperkuat hasil penelitian yang dilakukan dengan menganalisis dan mengeksplorasi hasil dari sentimen masyarakat melalui komentar pada sosial media *Youtube* melalui objek yang dicari yang diperkuat dengan hasil wawancara dengan informan penelitian. Hal ini dilakukan dikarenakan metode ini sangat berguna guna mempelajari masalah yang lebih kompleks sehingga dapat menarik kesimpulan terkait sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilu 2024.

3.2. Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer. Data primer pada penelitian ini berupa hasil analisis sentimen menggunakan aplikasi yang bernama Mozdeh. Mozdeh dapat menghitung rata-rata kekuatan sentimen positif dan juga negatif untuk postingan yang cocok dengan filter atau kueri yang diberikan (Thelwall, 2018). Dalam penelitian ini data yang diolah dengan aplikasi Mozdeh adalah komentar pengguna sosial media *Youtube* yang akan diolah dengan menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan topik yang dibahas dan menghasilkan data berupa sentimen masyarakat terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto. Selain itu, untuk memperkuat hasil penelitian maka akan dilakukan

dengan wawancara dengan pendukung dari Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto.

- b. Data Sekunder. Data sekunder pada penelitian ini adalah berupa dokumentasi pada saat penelitian berlangsung guna memastikan keaslian penelitian sudah dilakukan sesuai rencana atau sebaliknya. Dokumentasi pada saat penelitian berlangsung dapat dalam bentuk gambar pada saat melakukan analisis data dengan menggunakan aplikasi Mozdeh serta wawancara dengan informan.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini sejalan dengan kegiatan yang dilakukan dalam upaya untuk mengumpulkan data yang diantaranya adalah pengetahuan terkait permasalahan serta informasi yang berkenaan dengan latar belakang informasi pada penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya adalah:

- a. Mengambil Data Melalui Aplikasi

Pada penelitian ini terkait penghimpunan data komentar yang ada pada sosial media *Youtube* menggunakan aplikasi yang bernama Mozdeh. Mozdeh dapat mengumpulkan komentar dari sosial media *Youtube* yang cocok dengan kata kunci (kueri) dan filter yang menjadi fitur dalam aplikasi ini. Mozdeh dapat menganalisis sentimen pengguna sosial media *Youtube* dan dapat mengidentifikasi sentimen masyarakat berdasarkan gender sehingga dapat memungkinkan menampilkan perbandingan sentimen antara pria dan wanita terhadap suatu topik. Mozdeh juga dapat menampilkan data sentimen didasari dengan deret waktu (Thelwall, 2018). Penghimpunan data melalui aplikasi Mozdeh yang digunakan untuk menghimpun data sentimen yang ada di sosial media *Youtube* dibatasi dan dimulai dari tanggal 22 April 2023 sampai dengan 19 November 2023. Pembatasan waktu dalam penghimpunan data melalui aplikasi Mozdeh dilakukan agar data yang dihasilkan lebih spesifik dan tidak terlalu luas. Alasan dimulainya penghimpunan data pada waktu tersebut ialah dikarenakan pada waktu tersebutlah satu hari setelah Ganjar Pranowo

dideklarasikan sebagai bakal calon presiden yang maju pada pemilu 2024 oleh PDIP.

b. Wawancara atau *Interview*

Wawancara merupakan salah satu teknik dari pengumpulan data yang dilaksanakan secara langsung dengan objek yang diwawancara namun dapat diberikan daftar pertanyaan terlebih dahulu untuk dijawab oleh informan pada saat wawancara berlangsung (Noor, 2011). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara secara mendalam. Wawancara mendalam merupakan proses wawancara yang bersifat pribadi antara informan dan peneliti yang mengandung unsur struktur dan tidak terstruktur namun terdapat *mapping* yang jelas. Digunakannya wawancara ini ialah guna dapat menggali dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta lengkap terkait sikap, pengetahuan, dan pandangan informan atau responden terhadap permasalahan yang dibahas pada penelitian ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data lewat bahan-bahan yang tertulis yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga yang dijadikan objek pada penelitian baik berbentuk prosedur, peraturan atau regulasi, gambar, laporan dari hasil pekerjaan berbentuk foto. Pada penelitian ini, dokumentasi yang diperlukan adalah foto pada saat melakukan analisis data menggunakan aplikasi Mozdeh, contoh komentar yang mengandung sentimen positif dan negatif, dan dokumentasi pada saat melakukan wawancara.

3.4. Informan Penelitian

Informan merupakan seorang yang dianggap paling mengetahui serta mempunyai ketersediaan untuk menjadi sumber informasi, bersedia untuk melakukan kerjasama, bersedia untuk berdiskusi serta membahas hasil penelitian serta dapat memberikan petunjuk terhadap siapa saja sehingga peneliti dapat mendapatkan informasi secara mendalam dari suatu permasalahan. Pada penelitian ini peneliti melakukan teknis *purposive sampling* yaitu peneliti memilih informan yang sangat mengetahui objek penelitian ini yaitu pendukung Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto dan bagaimana opini mereka terhadap

kedua tokoh tersebut serta bagaimana opini mereka terhadap pencalonan presiden keduanya.

Peneliti memakai wawancara secara mendalam dan mendetail serta dokumentasi sebagai sumber data yang secara bersamaan. Adapun yang akan menjadi informan pada penelitian guna memberikan informasi secara kompleks dan mendalam demi penelitian ini diantaranya adalah:

Tabel 2. Informan Penelitian

No.	Nama	Status	Peran
1.	Akash Kurniawan	Pendukung Ganjar Pranowo	Informan 1
2.	Aderia Ernanda	Pendukung Ganjar Pranowo	Informan 2
3.	Diah Fauziah	Pendukung Ganjar Pranowo	Informan 3
4.	Ghufron Lutfi S.	Pendukung Prabowo Subianto	Informan 4
5.	Faras Salsadila	Pendukung Prabowo Subianto	Informan 5
6.	Rabbi Akraman	Pendukung Prabowo Subianto	Informan 6

(Diolah Peneliti, 2023)

3.5. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan memfokuskan untuk mencari bagaimana sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto yang dilakukan dengan aplikasi mozdeh yang dapat mencari tahu sentimen masyarakat terhadap suatu topik yang akan dicari dan dapat mencari sentimen yang dibedakan oleh gender dan deret waktu. Selain itu, opini dari masing-masing pendukung juga diperlukan guna mendukung hasil dari penelitian ini.

3.6. Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi pada penelitian ini mempunyai tujuan guna membatasi daerah dari hal-hal yang hendak diteliti. Pada penelitian ini terkait lokasi penelitian yang menggunakan aplikasi Mozdeh cenderung fleksibel dan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun mengingat tidak menyangkut orang lain dan tidak bergantung kepada orang lain namun ditentukan oleh peneliti. Data penelitian yang melibatkan informan dalam proses pengumpulan data akan dilakukan di

Kota Bandar Lampung mengingat pendukung dari Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto mudah terdapat di daerah ini.

3.7. Analisis Data

Analisis Data merupakan proses guna mengklasifikasikan pengurutan data ke dalam beberapa ketentuan yang ada guna mendapatkan hasil yang sejalan dengan data yang sudah diperoleh (Sugiyono, 2016). Pola analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah pola analisis data campuran atau *mixed methods*. Dengan menggunakan pola penelitian ini, peneliti mengumpulkan dan menganalisis data, menggabungkan temuan, dan menarik kesimpulan dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah penelitian tunggal.

Pola analisis data campuran digunakan dikarenakan dapat mengumpulkan data serta mengintegrasikan antara data kuantitatif dan data kualitatif dalam suatu penelitian sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terkait fenomena yang diteliti. Pola analisis data campuran dapat dikatakan dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang komprehensif dan akurat dikarenakan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif.

Data kualitatif merupakan data yang berwujud kata-kata dan bukan dalam bentuk angka. Data ini dapat diartikan sebagai data yang tak dapat diukur atau dinilai menggunakan angka secara langsung (Sujarweni, 2019). Data kualitatif pada penelitian ini ialah teori atau konsep yang akan digunakan seperti konsep analisis sentimen, konsep sosial media, konsep sosial media *Youtube*, dan konsep pemilihan umum serta data kualitatif lainnya pada penelitian ini ialah hasil wawancara dengan responden.

Data kuantitatif merupakan data yang disimbolkan dengan angka atau simbol (Sujarweni, 2019). Data kuantitatif dalam penelitian ini ialah hasil dari analisis sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap pencalonan presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto pada pemilu 2024.

Proses analisis data pada metode campuran dapat menggunakan pola pikir induktif yaitu proses yang dimulai dari data kuantitatif ataupun kualitatif yang dianalisis terpisah yang kemudian digabungkan. Analisis data yang digunakan dapat berwujud analisis data statistik atau data komparatif.

Analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif pada penelitian ini ialah pengambilan data dengan menggunakan aplikasi Mozdeh. Aplikasi ini digunakan untuk menganalisis sentimen yang ada di sosial media *Youtube*. Data yang dihasilkan berupa angka. Angka-angka yang dihasilkan oleh aplikasi Mozdeh menggambarkan sentimen masyarakat terhadap objek yang diteliti.

Analisis data dengan menggunakan metode kualitatif pada penelitian ini ialah pengambilan data melalui wawancara dengan informan. Penyajian data dalam penggunaan metode kualitatif pada penelitian ini merupakan tulisan yang sifatnya deskriptif dengan menggunakan informasi yang didapat di lapangan yang dituang dalam bentuk teks dengan sebaik mungkin dan tanpa rekayasa yang tak sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

Pola analisis data campuran atau *mix methods* merupakan penelitian yang pada pelaksanaannya mengumpulkan dan menganalisis data, menggabungkan temuan, dan menarik kesimpulan dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dalam sebuah penelitian tunggal. Setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dilakukan dan mendapatkan hasil dari kedua metode tersebut maka dengan kedua hasil tersebut dilakukan pengembangan serta dikaitkan dengan teori yang digunakan sehingga didapat kesimpulan akhir yang sesuai dengan tujuan tujuan penelitian dan tidak menyimpang dari permasalahan.

Analisis data pada penelitian ini terdapat beberapa langkah, diantaranya adalah:

1. Pertama, data yang berupa teks komentar *Youtube* diunduh melalui aplikasi Mozdeh dengan menggunakan kata kunci "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto" dan ditentukan periode data yang akan dihimpun. Penggunaan kueri kata kunci "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto" dikarenakan kedua calon presiden tersebut merupakan objek yang hendak diteliti. Selain itu,

penggunaan kedua kata kunci tersebut adalah bertujuan agar hasil data komentar *Youtube* yang dihimpun lebih mengerucut dan spesifik sehingga dapat mengefisiensi data yang terhimpun dan tidak menghimpun data yang tidak perlu dalam penelitian ini.

2. Kedua, komentar pengguna sosial media *Youtube* yang sudah dihimpun kemudian dianalisis sesuai kata kunci yang digunakan yaitu kunci "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto".
3. Ketiga, dalam menganalisis komentar terdapat fitur yang digunakan seperti fitur penghilang duplikat teks yang digunakan agar teks tidak terduplikasi agar hasil penelitian lebih akurat.
4. Keempat, teks yang sudah difilter agar tidak ada teks yang terduplikat maka selanjutnya adalah menganalisis data dengan fitur lainnya yang ada pada Mozdeh yaitu mengukur sentimen berdasarkan gender.
5. Kelima, untuk mengukur sentimen berdasarkan waktu langkah selanjutnya adalah dengan menggunakan fitur *graph time series* yang dapat mengambil informasi terkait jumlah komentar yang diunggah berkaitan dengan kata kunci yang hendak diteliti dalam kurun waktu tertentu yang berkaitan dengan objek yang hendak diteliti. Selain jumlah komentar, fitur ini dapat memberikan hasil analisis berupa sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap objek yang diteliti.
6. Keenam, mengambil data frekuensi kata yang paling banyak digunakan dalam komentar pengguna *Youtube* yang terdapat pada komentar yang mengandung unsur "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto" melalui aplikasi Mozdeh untuk mengetahui kata yang paling banyak muncul dalam komentar yang berkaitan dengan "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto".
7. Ketujuh, mengambil data kualitatif dengan melakukan wawancara kepada informan penelitian yang merupakan masing-masing pendukung dari Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto guna mendapatkan informasi berupa pendapat para informan penelitian terhadap Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto terkait topik ditanyakan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan relevan terkait sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto.

3.8. Analisis Data dengan Mozdeh

Pada penelitian ini guna menganalisis sentimen pengguna sosial media *Youtube* menggunakan aplikasi yang bernama Mozdeh. Mozdeh merupakan *software* yang mempunyai kegunaan untuk menganalisis sentimen yang ada di jejaring sosial salah satu contohnya ialah jejaring sosial media *Youtube*. Mozdeh merupakan *software* yang mempunyai kegunaan untuk menganalisis sentimen yang ada di jejaring sosial salah satu contohnya ialah jejaring sosial media *Youtube*. Aplikasi Mozdeh juga dapat memfilter kata yang ada pada kalimat yang akan dijadikan sumber data untuk analisis sentimen. Pemfilteran ini bertujuan untuk menghindari duplikasi kata dan membuang elemen yang dirasa tidak perlu.

Analisis sentimen terdiri dari beberapa tahapan. Menurut Natasuwarna (2020) analisis sentimen terbagi menjadi lima tahapan. Tahapan-tahapan dalam analisis sentimen diantaranya ialah *crawling data*, *pre-processing*, *feature selection*, *classification*, dan *evaluation*.

Pada penelitian ini dalam mengumpulkan data teks dengan Mozdeh menggunakan kata kunci atau kueri "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto" dari platform yang diteliti dan pada penelitian ini yang menjadi *platform* ialah sosial media *Youtube* dan berhasil menghimpun sebanyak 174.456 komentar yang berasal dari 903 konten yang sesuai dengan kata kunci (kueri) "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto". Proses ini masuk ke dalam tahapan *crawling data*.

Data yang sudah dihimpun kemudian di filterisasi untuk menghilangkan teks yang tidak dibutuhkan yang dapat mempengaruhi keakuratan dari hasil analisis sentimen menggunakan Mozdeh. Pada penelitian ini teks yang difilterisasi ialah spam serta simbol dan tanda baca yang tidak relevan. Proses tersebut merupakan tahapan dari *Pre processing* pada analisis sentimen.

Berdasarkan data yang berhasil dihimpun terdapat 174.456 teks dan 32.794 teks mengandung unsur Ganjar Pranowo atau setara dengan 18,8%. Agar sentimen

yang dianalisis lebih akurat maka diterapkan fitur sembunyikan teks yang terduplikat maka didapati 31.511 teks yang cocok dengan kata kunci "Ganjar Pranowo" atau jika dipersentasekan ialah 18,1% dari total teks yang dihimpun, sedangkan Prabowo Subianto terdapat 29.444 (16,9%) dan agar hasilnya lebih akurat maka diterapkan pemfilteran guna menghilangkan teks yang terduplikasi didapatkan 27.324 (15,7%) komentar yang cocok dengan kata kunci atau kueri "Prabowo Subianto" dari total 174.456 komentar yang berasal dari 903 konten video. Penyeleksian teks yang terduplikat pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan fitur yang ada pada Mozdeh. Pemfilteran waktu dan fitur-fitur lainnya yang digunakan pada penelitian ini yang ada pada aplikasi Mozdeh merupakan tahapan *feature selection* yang diperlukan untuk mengurangi atribut yang tidak relevan dan sesuai keinginan pada analisis sentimen.

Teks yang telah difilterisasi dan melewati tahapan analisis sentimen sebelumnya kemudian diklasifikasikan ke dalam dua jenis sentimen yaitu sentimen negatif dan positif pada teks yang telah didapatkan terhadap kata kunci yang digunakan yaitu "Ganjar Pranowo" dan "Prabowo Subianto". Pada penelitian ini juga analisis sentimen diklasifikasikan dengan visual dalam wujud diagram sentimen skala 1 sampai 5 yang berarti sentimen sangat lemah, lemah, sedang, kuat, sangat kuat. Tahap ini merupakan merupakan tahap *classification* pada analisis sentimen yang kemudian dievaluasi dengan dibaca kembali guna memastikan keakuratannya yang merupakan evaluasi dari analisis sentimen

IV. GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum Tentang Ganjar Pranowo

4.1.1. Profil Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo merupakan gubernur Jawa Tengah saat ini. Ganjar Pranowo merupakan Gubernur Provinsi Jawa Tengah dua periode terhitung mulai dari 23 Agustus 2013 lalu kembali menduduki kursi sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah hingga saat ini tepatnya di periode keduanya yang dimulai pada tahun 2018. Salah satu pencapaiannya yang gemilang saat menduduki kursi sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah ialah berhasil membangun total 10.942 KM jalan desa. Hal ini merupakan salah satu usahanya untuk memberikan perhatian kepada jalan yang ada di desa sehingga jalan di desa dapat lebih tertata. Program ini dimulai sejak periode pertama kepemimpinannya sebagai Gubernur Provinsi Jawa Tengah hingga tahun 2022 atau 2013-2022.

Ganjar Pranowo lahir di Karanganyar, Jawa Tengah tanggal 28 Oktober 1968. Ganjar Pranowo merupakan anak dari pasangan Pamuji dan Sri Suparmi. Ganjar Pranowo merupakan alumni Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada (UGM) dan Pascasarjana Ilmu Politik Universitas Indonesia (UI). Ganjar Pranowo memulai karirnya tidak langsung terjun ke dalam kursi kepemimpinan di lembaga eksekutif maupun legislatif. Ganjar Pranowo memulai karir dengan menjadi konsultan HRD di PT. Prakasa pada tahun 1995-1999.

4.1.2. Karir Politik Ganjar Pranowo

Karir politik dari Ganjar Pranowo dimulai pada saat menjadi simpatisan dari PDIP pada era Orde baru dibawah kepemimpinan Megawati Soekarnoputri. Dengan menjadi kader dari PDIP Ganjar memulai karirnya di dunia perpolitikan di Indonesia. Sebelum menjadi Gubernur Provinsi Jawa Tengah, Ganjar lebih dulu duduk menjadi anggota komisi IV DPR RI pada tahun 2004-2009. Ganjar berhasil menduduki jabatan ini dengan disokong oleh PDIP pada pemilu 2004 sehingga berhasil merebut kursi tersebut. Ganjar ditugaskan di DPR RI Komisi IV Bidang Pertanian, Perkebunan, Kehutanan, Kelautan, Perikanan, dan Pangan.

Selanjutnya, Ganjar juga sempat menjadi Pansus RUU tentang Partai Politik di DPR RI pada tahun 2007-2009. Jabatan ini didudukinya ketika masih menjabat sebagai anggota Komisi IV DPR RI. Selanjutnya, Ganjar juga menjabat sebagai ketua pansus tentang MPR, DPR, DPD, dan DPRD di DPR RI ditahun yang sama yaitu 2007-2009. Selanjutnya, Ganjar juga sempat menjadi wakil ketua komisi II DPR RI yaitu pada bidang pemerintahan dalam negeri, otonomi daerah, aparatur negara, reformasi birokrasi, pemilu, pertanahan, dan reformasi agraria pada periode 2009-2013. Selanjutnya, Ganjar juga sempat menjadi anggota pansus angket Bank Century di DPR RI di tahun 2009-2010 yang kemudian dilanjutkan dengan menjadi anggota dari timwas Century di DPR RI yang terpilih melalui rekomendasi DPR atas kasus Century pada tahun 2010-2013.

Lalu, mundur kebelakang, Ganjar juga sempat menjadi anggota badan legislasi DPR RI sejak tahun 2004 sampai tahun 2010. Selanjutnya, Ganjar juga pernah menjabat sebagai sekretaris dari fraksi PDIP di MPR RI, pada jabatan ini Ganjar menjabat sebagai sekretaris I Fraksi PDIP Periode 2007-2009. Selanjutnya Ganjar juga menjabat sebagai wakil sekretaris Fraksi PDIP DPR RI sebelum akhirnya menjadi Gubernur Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2013 yang kala itu berpasangan dengan Heru Sujatmiko dan hingga saat ini Ganjar masih menjadi Gubernur Provinsi Jawa Tengah di periode

keduanya dan saat ini berpasangan dengan Taj Yasin yang merupakan kader dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP).

Ganjar Pranowo saat ini telah resmi diusung oleh partainya yaitu PDI Perjuangan sebagai calon presiden yang akan maju dalam pemilihan presiden dalam pemilihan umum 2024. Hal tersebut secara resmi diumumkan oleh PDI Perjuangan pada tanggal 21 April 2023 yang bertempat di Bogor, Jawa Barat. Dalam kesempatan itu, Ganjar juga diusung oleh Partai Persatuan Pembangunan (PPP).

4.1.3. Keaktifan Ganjar Pranowo di Sosial Media

Ganjar Pranowo merupakan salah satu politisi di Indonesia yang cukup aktif bersosial media. Ganjar mempunyai kanal *Youtube* yang bernama Ganjar Pranowo yang saat ini sudah mempunyai 1,9 juta orang *subscribers* atau pelanggan pada kanal *Youtube*. Kanal *Youtube* tersebut memuat banyak konten seperti konten *podcast* dengan publik figur, video keseharian dari Ganjar Pranowo, dan lain-lain. Ciri khas dari sosok Ganjar Pranowo ialah ia kerap membagikan dan mengunggah kesehariannya ke sosial media (Rahmah, 2020).

Ganjar Pranowo memanfaatkan sosial media untuk mendengar keresahan masyarakatnya dan langsung memberikan balasan terkait aduan masyarakat terhadapnya. Dengan ini, Ganjar sama saja memberikan pembelajaran politik kepada masyarakat dengan bahasa yang mudah dipahami. Ganjar Pranowo memanfaatkan sosial media guna mempermudah komunikasi dua arah dengan masyarakat dengan membawa ciri khas dirinya dan membentuk citra terhadap dirinya yang dapat memudahkan dirinya untuk melakukan komunikasi politik (Rahmah, 2020).

4.1.4. Kontroversi Ganjar Pranowo

Ganjar Pranowo juga bukanlah tokoh tanpa kontroversi. Seperti yang kita ketahui bersama perhelatan piala dunia kelompok umur dibawah 20 tahun

batal digelar di Indonesia. Hal itu dikarenakan penolakan kepala daerah yang menolak kedatangan tim nasional Israel untuk datang bertanding di Indonesia. Salah satu kepala daerah tersebut ialah Ganjar Pranowo. Sontak hal tersebut membuat banyak respon negatif terhadap dirinya dari masyarakat dan Ganjar disalahkan akan hal ini. Buntut dari hal ini warganet atau pengguna internet berbondong-bondong membanjiri kolom komentar unggahan Ganjar Pranowo dengan berbagai ungkapan kekecewaan.

Hal ini berdampak pada elektabilitas Ganjar sebagai calon presiden yang menurut survey *Merdeka Institute For Public Opinion Survey (MIPOS)* elektabilitas Ganjar turun sekitar 3-4 persen usai pembatalan Indonesia menjadi tuan rumah piala dunia kelompok umur dibawah 20 tahun. Tak heran jika kejadian ini dapat menurunkan elektabilitas Ganjar sebagai calon presiden mengingat perhelatan ini sudah dinantikan sejak pertama kali diumumkannya Indonesia sebagai tuan rumah yaitu pada 2019 dan sempat tertunda gelarannya dikarenakan pandemi Covid-19.

4.1.5. Partai Pengusung Ganjar Pranowo Pada Pemilu 2024

Partai pengusung merupakan partai politik yang telah memenuhi syarat guna mengajukan calon presiden atau kepala daerah pada proses pemilihan umum. Partai pengusung mempunyai perwakilan atau kursi di Dewan Perwakilan Rakyat atau DPR yang memenuhi ambang batas guna pencalonan presiden. Jika sebuah partai politik memiliki kursi pada Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dan perolehan suaranya memenuhi ambang batas dari pencalonan presiden atau *presidential threshold*, maka dapat mengusung calon presiden. *Presidential threshold* merupakan ambang batas minimal dukungan terhadap pencalonan presiden dan wakil presiden oleh partai politik pada pemilihan umum. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, pada Pasal 222 ayat (1) menyebutkan bahwasanya pasangan calon presiden hanya dapat diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang meraih suara minimal 25% dari perolehan suara sah nasional dalam pemilihan umum anggota DPR atau 20% dari jumlah kursi yang ada di

DPR. Partai pengusung dapat membentuk koalisi dengan partai lainnya guna mengusung calon presiden dan meminimalisir jumlah calon presiden yang akan maju pada pemilihan umum.

Ganjar Pranowo merupakan calon presiden yang diusung oleh partainya yaitu PDIP. Ganjar Pranowo diumumkan diusung menjadi calon presiden oleh PDIP pada 22 April 2023. PDIP merupakan partai politik yang berdiri pada 10 Januari 1973 yang mulanya bernama Partai Demokrasi Indonesia (PDI). PDIP saat ini diketuai oleh presiden kelima Republik Indonesia, Megawati Soekarnoputri. PDIP merupakan partai pemenang dari dua edisi pemilihan umum terakhir yaitu pada tahun 2014 dan 2019.

PDIP layaknya partai politik lain di Indonesia tentunya mempunyai visi untuk menentukan arah gerak dan tujuannya. Berikut ini adalah visi dari PDIP diantaranya adalah:

1. Membangun gerakan politik yang bersumber dari kekuatan rakyat untuk mewujudkan kesejahteraan berkeadilan sosial;
2. Membangun semangat, mengkonsolidasi kemauan, mengorganisir tindakan dan kekuatan rakyat, mendidik dan membimbing rakyat untuk membangun kesadaran politik dan mengolah semua tenaga rakyat dalam satu gerakan politik untuk mencapai kemerdekaan politik dan ekonomi;
3. Berjuang untuk mendapatkan kekuasaan politik secara konstitusional sebagai instrumen untuk mewujudkan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu mewujudkan pemerintahan yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial;
4. Menciptakan solidaritas dan membangun kerjasama internasional berdasarkan semangat Dasa Sila Bandung dalam upaya mewujudkan cita-cita Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Tahun 1945.

Selain visi, PDIP juga memiliki misi. PDIP memiliki 4 pasal yang menjelaskan tentang misi partai tersebut yang diantaranya adalah:

1. Pasal 7 menjelaskan tujuan umum partai, yaitu:
 - a. Mewujudkan cita-cita Proklamasi Kemerdekaan 17 Agustus 1945 sebagaimana dimaksud pada Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam bentuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia yang bersemboyan Bhinneka Tunggal Ika.
 - b. Berupaya mewujudkan Indonesia sejahtera berkeadilan sosial yang berdaulat pada bidang politik, berdiri di atas kaki sendiri pada bidang ekonomi, dan Indonesia yang berkepribadian dalam kebudayaan.

2. Kemudian pasal 8 menjelaskan tujuan khusus partai, yaitu:
 - a. Menciptakan gerakan politik yang bersumber dari kekuatan rakyat guna mewujudkan kesejahteraan berkeadilan sosial.
 - b. Membangun semangat, mengkonsolidasi keinginan, mengorganisir tindakan dan kekuatan rakyat, mendidik dan menuntun rakyat untuk membangun kesadaran politik dan mengolah semua tenaga rakyat dalam satu gerakan politik untuk mencapai kemerdekaan politik dan ekonomi.
 - c. Memperjuangkan hak rakyat atas politik, ekonomi, sosial dan budaya, terutama demi terpenuhinya kebutuhan mutlak rakyat, yaitu kebutuhan material berupa sandang, pangan, papan dan kebutuhan spiritual berupa kebudayaan, pendidikan dan kesehatan.
 - d. Berupaya mendapatkan kekuasaan politik secara konstitusional sebagai alat untuk mewujudkan amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu mewujudkan pemerintahan yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

- e. Menggalang solidaritas dan membangun kerjasama internasional berdasarkan spirit Dasa Sila Bandung dalam upaya mewujudkan cita-cita Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Tahun 1945.
3. Pasal 9 mengenai fungsi partai, yaitu:
 - a. Mendidik dan mencerdaskan rakyat supaya bertanggung jawab menggunakan hak dan kewajibannya sebagai warga negara.
 - b. Melakukan rekrutmen anggota dan kader Partai guna ditugaskan dalam struktural Partai, Lembaga Lembaga Politik dan Lembaga-Lembaga Publik
 - c. Melakukan rekrutmen anggota dan kader Partai untuk ditugaskan dalam struktural Partai, Lembaga Lembaga Politik dan Lembaga-Lembaga Publik; Membentuk kader Partai yang berjiwa pelopor, dan memiliki pemahaman, kemampuan menjabarkan serta mewujudkan ajaran Bung Karno dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
 - d. Merumuskan, menghimpun, dan memperjuangkan aspirasi rakyat menjadi kebijakan pemerintahan negara.
 - e. Menghimpun, membangun dan menggerakkan kekuatan rakyat guna membangun dan mencapai cita-cita masyarakat Pancasila.
 - f. Membangun komunikasi politik berlandaskan hakikat dasar kehidupan berpolitik, serta membangun partisipasi politik warga negara.
 4. Pasal 10 mengenai tugas partai, yaitu:
 - a. Mempertahankan dan mewujudkan cita-cita negara Proklamasi 17 Agustus 1945 di dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.
 - b. Mempertahankan, menyebarluaskan dan mewujudkan Pancasila sebagai dasar, pandangan hidup, tujuan berbangsa dan bernegara.
 - c. Menjabarkan, menyebarluaskan dan menyebarkan ajaran Bung Karno dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
 - d. Menghimpun dan memperjuangkan aspirasi rakyat berdasarkan ideologi Pancasila 1 Juni 1945 dan Undang-Undang Dasar Negara Republik

Indonesia 1945, Serta jalan TRISAKTI sebagai pedoman strategi dan tujuan kebijakan politik Partai.

- e. Memperjuangkan kebijakan politik Partai menjadi kebijakan politik penyelenggaraan Negara.
- f. Mempersiapkan kader Partai sebagai petugas Partai dalam jabatan politik dan jabatan publik.
- g. Mempengaruhi dan mengawasi jalannya penyelenggaraan negara agar senantiasa berdasarkan pada ideologi Pancasila 1 Juni 1945 dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, serta jalan TRISAKTI sebagai pedoman strategi dan tujuan kebijakan politik Partai demi terwujudnya pemerintahan yang kuat, efektif, bersih dan berwibawa.
- h. Sebagai poros kekuatan politik nasional wajib berperan aktif dalam menghidupkan spirit Dasasila Bandung guna menciptakan konsolidasi dan solidaritas antar bangsa sebagai bentuk perlawanan terhadap individualisme dan liberalisme.

Pada pemilihan umum 2014 PDIP berhasil meraih 23 juta suara atau 18,95% suara pada pemilu 2014 dan 109 kursi di DPR RI. Kemudian pada 2019 PDIP kembali menjadi partai pemenang pada pemilihan umum dengan raihan suara sebanyak 27 juta suara atau 19,33% dan berhasil meraih 128 dari total 575 jumlah kursi di Dewan Perwakilan Rakyat untuk periode 2019-2024. Dengan menjadi pemenang dari dua edisi pemilu terakhir, hal ini membuat PDIP merupakan salah satu partai superior di Indonesia saat ini dan berpotensi meneruskan tren ini pada pemilihan umum 2024.

Pada pemilihan umum 2024, Ganjar Pranowo tidaklah didukung oleh PDIP saja. Melainkan terdapat partai lain yang berkoalisi dalam pencalonannya sebagai calon presiden Indonesia periode 2024-2029. Hingga awal November 2023 tercatat terdapat empat partai yang berkoalisi atau bekerjasama dalam pencalonan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden Republik Indonesia periode 2024-2029 yang diantaranya adalah:

1. PDIP
2. PPP
3. Partai Hanura
4. Partai Perindo

Dari keempat partai tersebut, tercatat hanya PDIP dan PPP yang masuk ke dalam parlemen (*parliamentary parties*), sedangkan Hanura dan Perindo merupakan partai non-parlemen (*non-parliamentary parties*).

PPP selaku salah satu partai pengusung Ganjar Pranowo pada pemilihan umum 2024 pada pemilu tahun 2019 meraih suara sebanyak 6.323.147 suara (4,52%) dan mendapatkan 19 kursi di Senayan. PPP merupakan partai yang berideologikan Islam dan lahirnya partai ini merupakan hasil dari gabungan empat partai yang berbasis Islam yaitu Partai Nahdlatul Ulama, Partai Syarikat Islam Indonesia, Partai Muslimin Indonesia, dan Partai Islam Perti pada 5 Januari 1973.

Partai pengusung lainnya adalah Partai Hanura. Partai Hanura merupakan partai yang berdiri pada 14 November 2006 dan berideologi nasional religius. Partai Hanura pada pemilihan umum 2019 Partai Hanura mendapatkan 2.161.507 suara (1,54%) dan tidak mendapatkan kursi di DPR RI. Hal ini membuat Partai Hanura merupakan partai non-parlemen (*non-parliamentary parties*).

Partai pengusung lainnya adalah Partai Perindo. Partai Perindo adalah partai yang berideologi konservatisme dan populisme Pancasila. Partai Perindo lahir pada tahun 2014 dan dideklarasikan pada tahun 2015. Pada pemilihan umum 2019, Partai Perindo mendapatkan 3.738.320 suara (2,07%) dan tidak mendapatkan kursi di DPR RI. Hal ini membuat Partai Perindo merupakan partai non-parlemen (*non-parliamentary parties*).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, pada Pasal 222 ayat (1) yang menyebutkan pasangan calon presiden hanya dapat diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang

meraih suara minimal 25% dari perolehan suara sah nasional dalam pemilihan umum anggota DPR atau 20% dari jumlah kursi yang ada di DPR. Partai-partai yang mengusung Ganjar Pranowo sebagai calon presiden mempunyai suara sebesar 27,46% dari suara sah nasional pada pemilu 2019 yang membuat koalisi ini dapat mencalonkan Ganjar Pranowo sebagai calon presiden pada pemilihan umum 2019.

4.1.6. Calon Wakil Presiden Ganjar Pranowo

Wakil presiden merupakan jabatan pemerintahan setingkat lebih rendah dari seorang presiden. Wakil presiden secara umum bertugas untuk mendampingi presiden dan membantu menjalankan tugas-tugas kenegaraan atau ketika presiden menyerahkan jabatan kepresidenan baik ketika mengundurkan diri atau terdapat halangan dalam menjalankan tugas misalkan kematian ketika menjabat. Presiden dan wakil presiden di Indonesia dipilih langsung oleh rakyat.

Pada pemilihan umum 2024, Ganjar Pranowo menggaet Mahfud MD sebagai pasangannya atau sebagai calon wakil presiden dalam kontestasi pemilihan umum 2024. Hal ini secara resmi dideklarasikan oleh PDIP pada tanggal 10 Oktober 2023 yang bertempat di kantor Dewan Pimpinan Pusat PDIP.

Mahfud MD merupakan seorang politisi di Indonesia, hakim, dan akademisi. Mahfud MD pernah menjabat sebagai Menteri Pertahanan dan Keamanan pada Kabinet Persatuan Nasional ditahun 2001-2004. Mahfud MD juga pernah menjabat sebagai Ketua Mahkamah Konstitusi RI dan menjabat selama dua periode yaitu pada periode 2008-2013 dan 2013-2018. Mahfud MD juga pernah menjadi anggota dari DPR RI Fraksi PKB atau Partai Kebangkitan Bangsa pada periode 1999-2004. Mahfud MD pernah menjabat sebagai Ketua Dewan Pengawas Partai Gerindra ditahun 2018 dan saat ini Mahfud MD menjabat sebagai Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan atau Menko Polhukam di Kabinet Indonesia Maju.

Saat ini Mahfud MD tidak terafiliasi dengan partai politik manapun, namun Mahfud MD mempunyai pengalaman dalam berpolitik yang cukup mumpuni dan mempunyai potensi untuk menjadi wakil presiden Republik Indonesia periode 2024 mendampingi Ganjar Pranowo.

4.2. Gambaran Umum Tentang Prabowo Subianto

4.2.1. Profil Prabowo Subianto

Prabowo Subianto merupakan anak laki-laki dari pasangan Soemitro Djojohadikusumo yang merupakan seorang begawan ekonomi di Indonesia dan Dora Marie Sigar atau familiar dikenal dengan Dora Soemitro. Prabowo Subianto merupakan cucu dari Raden Mas Margono Djojohadikusumo yang merupakan anggota dari Badan Penyelidikan Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia dan merupakan pendiri dari Bank Nasional Indonesia. Prabowo Subianto dinamai demikian adalah menurut nama dari pamannya yang gugur dalam Pertempuran Lengkong yaitu Soebianto Djojohadikusumo. Prabowo mempunyai dua kakak perempuan yang bernama Biantiningsih Miderawati dan Maryani Ekowati serta Prabowo juga mempunyai seorang adik laki-laki bernama Hashim Djojohadikusumo. Prabowo lahir di Jakarta, 17 Oktober 1951.

Masa kecil Prabowo cenderung dihabiskan di luar negeri. Prabowo menyelesaikan pendidikannya dalam waktu tiga tahun pada jenjang sekolah dasar di Victoria Institution, Kuala Lumpur. Lalu melanjutkan pendidikannya pada jenjang sekolah menengah di Zurich International School, Zurich, Swiss pada tahun 1963-1964. Lalu, Prabowo melanjutkan pendidikannya di London, Inggris dengan bersekolah di American School pada jenjang menengah atas pada tahun 1964-1967. Lalu, pada 1970 ia masuk ke Akademi Militer Nasional di Magelang dan menjadi prajurit.

4.2.2. Karir Politik Prabowo Subianto

Prabowo Subianto memulai karir politiknya dengan bergabung dengan Partai Golkar pada tahun 2003. Lalu, Prabowo Subianto mencalonkan dirinya sebagai calon presiden RI pada konvensi calon presiden Partai Golkar ditahun 2004. Meski Prabowo lolos sampai putaran akhir, impiannya harus kandas ditengah jalan dikarenakan kalah oleh Wiranto. Pada 6 Februari 2008, Prabowo bersama Hashim Djojohadikusumo dan Fadli Zon yang merupakan mantan aktivis mahasiswa, serta Muchdi Purwoprandjono selaku mantan Deputy V Badan Intelijen Negara Bidang Penggalangan dan sederetan nama lainnya mendirikan partai yang bernama Partai Gerakan Indonesia Raya atau Partai Gerindra. Kala itu Prabowo menjabat sebagai Ketua Dewan Pembina Pimpinan Pusat Partai Gerindra. Pada pemilihan legislatif 2009, Partai Gerindra berhasil menempatkan total 26 orang wakilnya di DPR RI dengan perolehan suara sebesar 4,46% atau sebanyak 4.646.406 suara.

Pada Mei 2009 Partai Gerindra menyatakan keinginannya untuk mencalonkan Prabowo menjadi calon presiden pada pemilihan umum 2009. Namun, dengan proses negosiasi yang alot akhirnya Prabowo bersedia untuk menjadi calon wakil presiden dengan Megawati sebagai pasangannya. Kedua calon tersebut pun melengkapi persyaratan untuk maju sebagai calon presiden dan mendeklarasikan untuk maju dalam bursa pemilihan presiden di Bantar Gebang, Bekasi dan menghabiskan dana sebesar Rp. 962.000.000. Deklarasi ini juga sempat mendapat perlawanan dari masa pembela HAM yang akan berunjuk rasa di beberapa tempat. Namun, nasib baik tak berpihak kepada Prabowo, Megawati dan Prabowo harus puas dikalahkan oleh pasangan Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kala dengan perolehan suara 60,80% dan Prabowo-Hata mendapatkan 39,20%

Kemudian, Prabowo tidak menyerah. Prabowo Subianto kembali maju sebagai calon presiden dari Partai Gerindra pada pemilihan umum 2014 dan berpasangan dengan Hata Rajasa namun kalah dengan pasangan Joko Widodo dan Jusuf Kala dengan perolehan suara sebesar 53,15%. Tak sampai disitu, perjuangan Prabowo Subianto untuk menjadi presiden Republik Indonesia

berlanjut ke pemilihan umum 2019 dan diusung oleh Partai Gerindra. Pada kesempatan kali ini Prabowo berpasangan dengan Sandiaga Uno dan kembali melawan Joko Widodo yang berpasangan dengan Ma'ruf Amin. Namun nasib baik kembali tak berpihak padanya. Dirinya harus puas kalah dengan perolehan suara 44,50% sedangkan Jokowi-Ma'ruf meraih suara sebesar 55,50%.

Tak hanya sampai disitu, perjuangan Prabowo Subianto untuk menjadi presiden Republik Indonesia masih berlanjut. Hal ini dibuktikan dengan pencalonannya kembali sebagai calon presiden RI pada periode 2024-2029 dan kembali diusung oleh partai yang diketuai olehnya yaitu Partai Gerindra dan saat ini sudah berkoalisi dengan beberapa partai politik lainnya seperti PAN, Partai Golkar, dan lain-lain. Hal tersebut membuktikan bahwasanya sosok Prabowo Subianto merupakan sosok yang pantang menyerah.

4.2.3. Keaktifan Prabowo Subianto di Sosial Media

Prabowo Subianto merupakan salah satu politisi di Indonesia yang cukup aktif di bersosial media. Salah satu sosial media yang cukup aktif digunakan oleh Prabowo Subianto adalah Instagram. Prabowo Subianto dengan akun Instagram pribadinya mempunyai kurang lebih 6,7 juta pengikut. Keaktifannya laman Instagram meliputi membagikan momen-momen kegiatannya. Selain itu, Prabowo Subianto juga aktif bersosial media melalui *platform* sosial media *Facebook*. Prabowo Subianto mempunyai kurang lebih 10 juta pengikut di laman *Facebook* pribadinya. Unggahan Prabowo di laman *Facebook* nya tidaklah jauh berbeda dengan unggahannya di Instagram yang mengunggah seputarkegiatan sehari-harinya. Berbeda dengan sosok Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto cenderung tidak aktif di sosial media *Youtube* dan tidak mempunyai kanal *Youtub*nya sendiri.

4.2.4. Kontroversi Prabowo Subianto

Prabowo Subianto merupakan sosok politisi pada umumnya yang tidak lepas dari kontroversi dan isu yang menimpanya. Salah satu isu tersebut ialah isu pelanggaran HAM. Isu pelanggaran HAM yang dilakukan oleh Prabowo Subianto sering kali muncul ke publik menjelang pemilihan umum. Isu terkait pelanggaran HAM itu ialah Prabowo dituding terlibat dalam penculikan aktivis dan mahasiswa dalam kerusuhan ditahun 1998. Tudingan tersebut kerap muncul setiap kali Prabowo mengikuti kontestasi politik seperti pemilihan umum sebagai calon presiden . Mantan aktivis dari PRD yang tergabung dalam FRD untuk Keadilan Korban Penghilangan membuat tuntutan yaitu Prabowo Subianto harus bertanggung jawab terhadap kasus pelanggaran HAM dimasa lampau.

Berdasarkan catatan dari Ikatan Keluarga Orang Hilang terdapat 13 orang yang saat ini belum kembali atau ditemukan dan empat diantaranya merupakan aktivis dari PRD yang diantaranya ialah Bima Petrus, Wiji Tukul, Herman Hendrawan, dan Suyat. Dalam Hal ini Ikatan Keluarga Orang Hilang menyatakan bahwasanya sosok Prabowo Subianto yang bertanggungjawab terkait kasus penculikan ini.

Partai Gerindra tidak mengkhawatirkan isu ini yaitu isu pelanggaran HAM ditahun 1998 yang dituduhkan kepada sosok Prabowo Subianto yang merupakan ketua umum dari partai Gerindra. Kasus penghilangan paksa dan penculikan aktivis ditahun 1998 sudah diadili di mahkamah militer serta ara pelakunya sudah mendapatkan dan menjalani hukuman dan Prabowo Subianto terbukti tidak berasalah dalam hal ini dan tidak diharuskan bertanggungjawab. Hal ini berbeda dengan tuduhan yang dilayangkan kepadanya.

4.2.5. Partai Pengusung Prabowo Subianto

Prabowo Subianto pada pencalonannya sebagai calon presiden kembali diusung oleh partai yang diketuai olehnya yaitu Partai Gerindra. Partai Gerindra didirikan pada tanggal 6 Februari 2008 oleh ketua umumnya saat ini,

Prabowo Subianto. Pada masa awal berdirinya partai ini Prof. Suhardi merupakan ketua umum pertama dan Prabowo Subianto sebagai Ketua Dewan Pembina sampai pada akhirnya di tahun 2014 Prof. Suhardi wafat dan posisinya sebagai ketua umum ditempati oleh Prabowo Subianto yang merupakan pendiri Partai Gerindra.

Partai Gerindra mempunyai visi yaitu Terwujudnya tatanan masyarakat Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu, demokratis, adil dan makmur serta beradab dan berketuhanan yang berlandaskan Pancasila sedangkan misi dari Partai Gerindra ialah bertekad memperjuangkan kemakmuran dan keadilan di segala bidang.

Pada pemilihan umum pertamanya yaitu pemilihan umum 2009, Partai Gerindra berhasil mendapatkan suara sebesar 4,64 juta suara atau 4,46% dari total suara sah pada pemilu legislatif tahun 2009 dan berhasil menduduki kursi DPR RI dengan 26 kursi di DPR RI. Kemudian pada pemilihan umum 2014 perolehan suara dari Partai Gerindra mendapatkan peningkatan yang cukup pesat. Pada pemilu 2014 pada pemilihan legislatif Gerindra berhasil meraup suara sebanyak 14,7 juta suara atau jika dipersentasekan sebanyak 11,81% dan mendapatkan kursi sebanyak 73% di parlemen atau DPR RI dan menempati peringkat ketiga perolehan suara terbanyak pada kontestasi pemilihan umum 2014.

Partai Gerindra terus melanjutkan tren positifnya pada pemilihan umum. Pada pemilihan umum 2019, perolehan suara dari Partai Gerindra mendapati peningkatan dari pemilihan umum di edisi sebelumnya. Pada pemilihan umum 2019 Gerindra berhasil memperoleh suara sebanyak 17,5 juta suara atau 12,57% dari total suara sah nasional pemilihan umum 2019 dan meraih 78 kursi di DPR RI serta menempati urutan kedua perolehan suara terbanyak pada pemilihan umum 2019 dibawah PDIP.

Pada pemilihan presiden 2024 Prabowo Subianto kembali diusung oleh partai yang diketuai olehnya yaitu Partai Gerindra. Hal ini sama seperti pemilihan

presiden 2014 dan 2019. Namun, dalam pencalonan Prabowo Subianto sebagai calon presiden di pemilu 2024 terdapat partai politik lain yang mendukung dan berkoalisi untuk memenangkan Prabowo Subianto dalam pemilihan presiden pada pemilu 2024 dan tercatat pada awal November sudah terdapat tujuh partai yang berkoalisi untuk memenangkan Prabowo Subianto di pemilu 2024. Partai-partai tersebut diantaranya adalah;

1. Partai Gerindra
2. PBB
3. Partai Golkar
4. PAN
5. Partai Demokrat
6. Partai Gelora
7. Partai Garuda
8. PSI
9. Partai Prima

Kesembilan partai politik tersebut membentuk koalisi dan saling bekerjasama untuk memenangkan Prabowo Subianto dalam pemilihan presiden di pemilu 2024 dan koalisi dari kesembilan partai politik ini bernama Koalisi Indonesia Maju.

Partai Bulan Bintang (PBB) merupakan partai yang berideologikan Pancasila, Islamisme, dan Nasionalisme yang berdiri pada 17 Juli 1998. PBB merupakan partai yang berasaskan Islam yang merupakan penerus Partai Masyumi yang berjaya di era Orde Lama. Pada pemilu 2019 PBB meraih 1.990.848 suara (0,79%) dan tidak mendapat kursi di DPR.

Partai pengusung lainnya adalah Partai Golkar. Partai Golkar mempunyai akar ideologis yang bersumber pada konstruksi sosio-nasionalisme, sosio-demokrasi, dan ketuhanan yang berkebudayaan. Partai Golkar didirikan pada tahun 1964 dan mengikuti pemilu pertamanya pada pemilu tahun 1971. Pada pemilu 2019

Golkar mendapatkan 17.229.789 suara (12,31%) dengan perolehan 85 kursi di DPR.

Partai Amanat Nasional (PAN) sebagai partai yang berkoalisi untuk mengukung Prabowo Subianto sebagai calon presiden pada pemilihan umum 2024 merupakan partai yang berideologi nasionalis religius yang didirikan pada 23 Agustus 1998. Pada pemilu 2019 PAN mendapatkan 9.572.632 suara (6,84%) dan 44 kursi di DPR.

Partai pengukung lainnya adalah Partai Demokrat. Partai Demokrat merupakan partai yang berideologikan nasionalisme-religius. Partai Demokrat berdiri pada 9 September 2002 dan diresmikan pada 27 Agustus 2003. Pada pemilu 2019 Partai Demokrat meraih 10.876.057 suara (7,77%) dan meraih 54 kursi DPR.

Partai selanjutnya yang mengukung Prabowo Subianto pada pemilu 2019 adalah Partai Gelombang Rakyat Indonesia (Gelora). Partai Gelora resmi didirikan pada 10 November 2019 di Jakarta. Partai Gelora merupakan partai yang berideologi Islam Nasionalis. Partai Gelora akan mengikuti pemilihan umum pertamanya pada pemilihan umum 2024.

Partai selanjutnya yang mengukung Prabowo Subianto pada pemilu 2019 adalah Partai Garuda. Partai Garuda merupakan partai yang berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dan mengukung semangat perubahan dan reformasi pada perpolitikan Indonesia. Partai Garuda didirikan pada 16 April 2015. Pada pemilu 2019 Partai Garuda mendapatkan 702.536 suara (0,5%) dan tidak mendapatkan kursi di parlemen.

Partai pengukung lainnya adalah Partai Solidaritas Indonesia (PSI). PSI berdiri pada tahun 2014. Partai ini mempunyai ideologi yang terdiri dari Pancasila sekularisme, demokrasi, sosial, republikanisme, dan progresivisme, dan menekankan pada hak minoritas. Pada pemilihan umum 2019 PSI meraih 2.650.361 suara (1,85%) dan tidak mendapatkan kursi di DPR.

Partai pengusung lainnya adalah Partai Rakyat Adil Makmur (Prima). Partai Prima merupakan partai yang tergolong baru dan akan mengikuti pemilihan umum pertamanya pada pemilu 2024. Partai Prima dideklarasikan pada 1 Juni 2021. Ideologi yang diusung oleh Partai Prima adalah Pancasila, sosialisme demokratis, nasionalisme sipil, populisme, dan progresivisme.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum, pada Pasal 222 ayat (1) yang menyebutkan pasangan calon presiden hanya dapat diusulkan oleh partai politik atau gabungan partai politik yang meraih suara minimal 25% dari perolehan suara sah nasional dalam pemilihan umum anggota DPR atau 20% dari jumlah kursi yang ada di DPR. Partai-partai yang mengusung Prabowo Subianto sebagai calon presiden mempunyai suara sebesar 42,63 dari suara sah nasional pada pemilu 2019 yang membuat koalisi ini dapat mencalonkan Prabowo Subianto sebagai calon presiden pada pemilihan umum 2019.

4.2.6. Calon Wakil Presiden Prabowo Subianto

Wakil presiden merupakan jabatan yang berada tepat satu tingkat dibawah presiden. Di Indonesia sendiri wakil presiden merupakan pembantu dari presiden yang bertugas sebagai kepala negara dan kepala pemerintahan serta dalam kata lain pewaris pertama kekuasaan dari presiden. Tugas serta wewenang dari wakil presiden bergantung pada keinginan presiden dan kinerja dari wakil presiden tergantung dengan keahlian dan kemampuan dari pribadi dari wakil presiden tersebut.

Prabowo Subianto pada pemilihan presiden di pemilu 2024 maju bukan tanpa calon wakil presiden. Pada pemilihan umum 2024 mendatang Prabowo menunjuk Gibran Rakabuming Raka sebagai pasangannya dalam maju pada pemilihan umum 2024. Gibran Rakabuming Raka bukanlah sosok yang asing ditelinga masyarakat Indonesia.

Gibran Rakabuming Raka merupakan politisi dan pebisnis. Gibran lahir pada 1 Oktober 1987 di Solo. Gibran merupakan anak tertua dari presiden ketujuh Republik Indonesia, Presiden Joko Widodo. Gibran memulai karir politiknya ditahun 2019 dengan bergabung ke Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Gibran melanjutkan karir politiknya dengan mencalonkan diri sebagai calon Walikota Solo ditahun 2020. Hal demikian diawali dengan keseriusan Gibran untuk terjun ke dunia politik dengan bertemu dengan FX Hadi Rudyatmo yang merupakan walikota Solo dan ketua Dewan Pimpinan Cabang PDIP dan kemudian Gibran maju sebagai calon walikota Solo berpasangan dengan Teguh Prakosa setelah mendapat rekomendasi dari DPP PDIP. Pasangan Gibran-Teguh tidak hanya diusung oleh PDIP saja melainkan didukung sejumlah partai lain seperti Partai Golkar, Partai Gerindra, PPP, Partai Kebangkitan Bangsa, PAN, Nasional Demokrasi, PSI, dan Perindo.

Gibran berhasil memenangkan kontestasi pemilihan walikota Solo dengan perolehan suara sebanyak 225.451 suara unggul cukup jauh dari rivalnya yaitu pasangan Bagyo Wahyono - FX Suparjo yang memperoleh 35.055 suara. Berdasarkan hasil tersebut maka Gibran ditetapkan menjadi walikota Solo periode 2020-2024.

Gibran berhasil menjadi calon wakil presiden dan berpasangan dengan Prabowo saat ini dengan cara yang cukup kontroversial yaitu lewat putusan Mahkamah Konstitusi yang mengubah keputusan batas minimum calon wakil presiden yang semula minimal 40 tahun namun kini berubah menjadi calon wakil presiden diperbolehkan dibawah 40 tahun asalkan mempunyai pengalaman menjadi kepala daerah. Meski begitu, Gibran tetap didapuk sebagai calon wakil presiden RI 2024 mendampingi Prabowo Subianto.

VI. SIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian Sentimen Pengguna Sosial Media *Youtube* Terhadap Pencalonan Presiden Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto Pada Pemilihan Umum 2024, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap Ganjar Pranowo cenderung beragam. Sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap Ganjar Pranowo cenderung positif dengan skor 2 yaitu sentimen positif yang tergolong lemah dengan persentase 11,26% dan untuk sentimen negatif berada di angka 1,35% dengan skor 2 atau menunjukkan sentimen negatif yang lemah.
2. Berdasarkan data yang berhasil oleh Mozdeh, Ganjar Pranowo banyak dibahas pada akhir bulan September 2023 dengan puncak berada di tanggal 22 September 2023 diikuti pertengahan bulan Oktober, dan bulan April 2023.
3. Pendukung Ganjar Pranowo akan tetap memilih Ganjar Pranowo pada pemilihan umum 2024 dikarenakan berbagai alasan tersendiri seperti dianggap contoh pemimpin yang milenial dan dekat dengan kaum muda hingga memiliki kepemimpinan yang baik selama menjabat sebagai Gubernur Jawa Tengah.
4. Pengguna dengan gender laki-laki cenderung memberikan komentar dengan sentimen lebih besar nilainya dibandingkan pengguna bergender perempuan terhadap Ganjar Pranowo.
5. Sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap Prabowo Subianto cenderung beragam. Sentimen pengguna sosial media *Youtube* terhadap

Prabowo Subianto cenderung positif di dengan skor 2 yaitu sentimen positif dengan level lemah dengan persentase 10,40% dan untuk sentimen negatif berada di angka 1,44% dengan skor 2 atau menunjukkan sentimen negatif yang lemah.

6. Berdasarkan data yang berhasil oleh Mozdeh, Prabowo Subianto banyak dibahas pada pada akhir bulan Juni 2023 hingga awal bulan Juli dan puncaknya pada tanggal 30 Juni 2023. Komentar terkait Prabowo Subianto di *Youtube* cenderung fluktuatif dan pada bulan Agustus 2023 Prabowo Subianto dibahas paling sedikit.
7. Pendukung Prabowo Subianto akan tetap memilih Prabowo Subianto pada pemilihan umum 2024 dikarenakan berbagai alasan tersendiri seperti dianggap contoh pemimpin yang tegas dan berpengalaman serta mempunyai latar belakang militer.
8. Pengguna dengan gender perempuan cenderung memberikan komentar dengan sentimen lebih besar nilainya dibandingkan pengguna bergender laki-laki terhadap Prabowo Subianto.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang sudah dikemukakan, maka saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini bagi pengguna sosial media *Youtube* diharapkan kedepannya mampu untuk memfilter kata-kata yang hendak diberikan jika ingin berkomentar dalam kolom komentar sosial media *Youtube*. Diharapkan pengguna sosial media *Youtube* lebih bijak terhadap komentar yang akan dituliskan khususnya dalam pemilihan kata-kata. Selain itu, saran peneliti kepada pengguna sosial media *Youtube* hendaknya lebih teliti dalam menyampaikan argumen sehingga tidak terdapat isu yang tidak benar dan mengandung unsur SARA.

Selain itu, saran saya terhadap pengguna sosial media *Youtube* adalah jangan bersikap fanatik terhadap salah satu calon presiden yang berakibat saling menjatuhkan calon lain yang tidak didukungnya dengan berbagai cara baik dengan menghina, membawa berita yang tidak benar atau hoaks, dan lain

sebagainya yang dapat menjatuhkan calon presiden lain yang akan maju dalam pemilihan umum 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Agil, dkk. (2023). Analisis Komunikasi Politik Prabowo Subianto Di Media Sosial Menjelang Kontestasi Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 673-680. Universitas Negeri Surabaya.
- Ahmad, A., Nurhidayah (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 08(02), 134–148
- Akmal, A. D., Permana, I., Fajri, H., & Yuliarti, Y. (2022). Opini Masyarakat *Twitter* terhadap Kandidat Bakal Calon Presiden Republik Indonesia Tahun 2024. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 4(4), 287-295.
- Amalia, Lucky Sandrina. (2019). UPAYA MOBILISASI PEREMPUAN MELALUI NARASI SIMBOLIK ‘EMAK-EMAK DAN IBU BANGSA’ PADA PEMILU 2019. *Jurnal Penelitian Politik*. 16(1) , 17–33
- Andriadi, Fayakhun. (2017). *Partisipasi Politik Virtual Demokrasi Netizen di Indonesia*. Jakarta: RMBOOKS.
- Arham, M. (2020). Efektivitas penggunaan *Youtube* sebagai media pembelajaran. *Academia Education, Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 1(1), 1-13.
- Arviana, G. N. (2021). Sentiment Analysis, Teknik untuk Pahami Maksud di Balik Opini Pelanggan. *Jurnal Bisnis and Sales Development*.
- Bogdan, R. d. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Buntoro, G. A. (2017). Analisis Sentimen Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Di *Twitter*. *INTEGER: Journal of Information Technology*, 2(1).
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Creswell, John W dan Plano Clark. (2018). *Mendesain dan Melaksanakan Mixed Methods Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fadhila, dan Riski. (2023). ANALISIS ISI KUANTITATIF GAYA KOMUNIKASI GUBERNUR JAWA TENGAH GANJAR PRANOWO MELALUI

- TIKTOK @GANJARPRANOWOFC. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Farel Pramudyo, D. (2023). *STRATEGI PENGAWASAN PELANGGARAN PEMILIHAN UMUM DI MEDIA SOSIAL UNTUK MENGHADAPI PEMILIHAN UMUM 2024* (Studi di Bawaslu Provinsi Lampung).
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, (2019). *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube*, Bali: Sekolah Tinggi Desain, hlm. 260
- Gunawan, B., Sastypratiwi, H., & Pratama, E. E. (2018). Sistem Analisis Sentimen pada Ulasan Produk Menggunakan Metode Naive Bayes. *JEPIN (Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika)*, 4(2), 113-118.
- Herlinawati, N., Yuliani, Y., Faizah, S., Gata, W., & Samudi, S. (2020). Analisis Sentimen Zoom Cloud Meeting di Play Store Menggunakan Menggunakan Naive Bayes dan Support Vector Machine. *CESS (Journal of Computer Engineering, System and Science)*, 5(2), 293.
- Horstman, Alison. (2011) 'Youtube in the Classroom?', *Cases on Educational Technology Integration in Urban Schools* 58–60
- Indonesia, D. (2023) APJII: *Pengguna internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023*, Data indonesia.id. Tersedia di: <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023> (Diakses: 07 September 2023).
- Indonesia, C. (2023) *Visi Misi Ganjar-Mahfud & Anies-Imin*, *Download link PDF!*, *CNBC Indonesia*. Tersedia di: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20231026141749-37-483935/visi-misi-ganjar-mahfud-anies-imin-download-link-pdf> (Diakses: 01 Januari 2024).
- Irwansyah Saputra, D. A. K. (2022). *Machine Learning untuk Pemula*. Informatika Bandung.
- Ita Suryani, L., Handar, M., & Ekasuci, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 Fm. *Journal Komunikasi*, 11(1), 67-68.

- Kotsiantis, S. B., D. Kanellopoulos dan P. E. Pintelas. (2006). Data Preprocessing for Supervised Learning. *International Journal of Computer Science Volume 1 Number 2*. Patras: University of Patras.
- Kushal Dave, Steve Lawrence, and David M. Pennock. (2003). 'Mining the peanut gallery: Opinion extraction and semantic classification of product reviews.', In Proceedings of WWW, Hal. 519-528.
- Leavy, Patricia. (2017). *Quantitative, Qyalitataive, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. London: The Guilford Press
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Liu, B.(2012). *Opinion mining and sentiment analysis. Web data mining: exploring hyperlinks, contents, and usage data*, 459-526
- Lukmana, D. T., Subanti, S., & Susanti, Y. (2019). Analisis Sentimen Terhadap Calon Presiden 2019 Dengan Support Vector Machine Di *Twitter*. In Seminar & Conference Proceedings of UMT.
- Mulyono, G. P., & Fatoni, R. (2020). Demokrasi sebagai wujud nilai-nilai sila keempat Pancasila dalam pemilihan umum daerah di Indonesia. *Citizenship Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, 7(2), 97-107.
- Munzir, A. A. (2019). Beragam peran media sosial dalam dunia politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 7(2), 173-182.
- Natasuwarna, A. P. (2020). Seleksi Fitur Support Vector Machine pada Analisis Sentimen Keberlanjutan Pembelajaran Daring. *Techno.Com, Jurnal Teknologi*, 19(4), 437–448.
- News, B. (2022) *Wadas - 'gesekan' antar warga desa, Kata Pemerintah namun pegiat menyebut 'pembungkaman' atas Penolakan Masyarakat - BBC News Indonesia**BBC, BBC News*. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-60322206> (Diakses: 20 November 2023).

- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana press
- Nur Asiah, N. (2021). GAYA KOMUNIKASI SELEBGRAM ANGGARITA DALAM PRODUCT ENDORSEMENT DI INSTAGRAM (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Nur, C.M. (2023) *Jumlah Pengguna internet global tembus 5,16 Miliar Orang Pada Januari 2023: Databoks*, Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Tersedia di: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023> (Diakses: 07 September 2023).
- Nuzul, Z. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Pendidikan Teori-Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Prihatmoko, J. J. (2003). *Pemilu 2004 dan Konsolidasi Demokrasi*. Semarang: LP21.
- Purwaramdhona, A.B. (2023) *Deretan Penyebab Konflik Agraria di Pulau Rempang, Wadas, Kinipan, Kendeng, Dan Dago Elos, Tempo*. Tersedia di: <https://nasional.tempo.co/read/1773638/deretan-penyebab-konflik-agraria-di-pulau-rempang-wadas-kinipan-kendeng-dan-dago-elos> (Diakses: 20 November 2023).
- Rahmadi, R., & Rajagede, R. A. (2021). Analisis Sentimen Politik Berdasarkan Big Data dari Media Sosial *Youtube*: Sebuah Tinjauan Literatur. *AUTOMATA, Jurnal Informatika*, 2(1).
- Rahmah, S. (2021). Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 94-101.
- Ramdhani, M. A., & Rahim, O. N. (2014). Analisis sentimen untuk mengukur popularitas tokoh publik berdasar data pada media sosial *Twitter* menggunakan algoritma data mining dengan teknik klasifikasi. *Jurnal Informasi*, 6(2).
- Salsabila, N. A. (2022). *Analisis sentimen pada media sosial Twitter terhadap tokoh gus dur menggunakan metode naïve bayes dan support vector machine*

(svm) (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Sucahyo, N. (2022) *Warga Wadas Tak Lagi melawan Dengan Keras*, VOA Indonesia. Tersedia: <https://www.voaindonesia.com/a/warga-wadas-tak-lagi-melawan-dengan-keras/6655286.html> (Diakses 20 November 2023).

Sentimen Zoom Cloud Meetings di Play Store Menggunakan Naïve Bayes dan Support Vector Machine. CESS. *Journal of Computer Engineering, System and Science*, 5(2), 293.

Sinambela, N.M. (2023a) *Peneliti Ungkap Faktor Ganjar Disukai Pemilih Perempuan*, Antara News. Tersedia di: <https://www.antaraneews.com/berita/3735480/peneliti-ungkap-faktor-ganjar-disukai-pemilih-perempuan> (Diakses: 29 Februari 2024).

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet

Suharyanto, A. (2016). Surat kabar sebagai salah satu media penyampaian informasi politik pada partisipasi politik masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)*, 6(2), 123-136.

Sujarweni V. Wiratna. (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.

Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Thelwall, Mike. (2018). *Social Web Text Analytics with Mozdeh*. Wolverhampton: University of Wolverhampton.

We Are Social Indonesia. (2023). Laporan Digital 2023 Pengguna Sosial Media Di Indonesia. Diakses Pada 15 September 2023. Tersedia di <https://wearwsocial.com/laporandigitalindonesia2023>.

Widayat, W. (2021). Analisis Sentimen Movie Review menggunakan Word2Vec dan metode LSTM Deep Learning. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5 (3), 1018.

- Wirga, E. W. (2017). Analisis Konten Pada Media Sosial Video *Youtube* Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*; 21(1).
- Yunus, E. (2013). *The Role of Social Media in Creating Political Awareness and Mobilizing Political Protests*. Master of Science Thesis. Royal Institute of Technology