

Analisis Sentimen terhadap *Cyberbullying* di Media Sosial dengan *CrowdTangle*

Rachmad Arif Naufal
Program Studi Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
17523046@students.uii.ac.id

Ahmad Rafie Pratama
Program Studi Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
ahmad.raffie@uui.ac.id

Abstract—Era digital saat ini sudah tidak dapat memisahkan antara media sosial dengan kehidupan keseharian masyarakat. Namun semuanya memiliki dampak, baik positif maupun negatif. Salah satu dampak negatif yaitu *cyberbullying* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi atas unggahan mengenai *cyberbullying* yang dilakukan pada akun pemerintah dan portal berita di media sosial. Penelitian ini akan menggunakan analisis sentimen menggunakan program *Rstudio* dengan bahasa pemrograman *R 4.2.2*. Data yang diperoleh melalui *CrowdTangle* memiliki kriteria khusus yaitu mengandung kata kunci *cyberbullying*, akun pemerintah dan portal berita yang memiliki lencana khusus berwarna biru menandakan akun telah terverifikasi oleh Facebook, dan dalam rentang waktu dua tahun. Hasil yang diperoleh dalam analisis sentimen pada konten unggahan akun pemerintah dan portal berita bahwa unggahan yang memiliki kata kunci *cyberbullying* memiliki kata-kata yang ternilai negatif. Analisis sentimen terhadap reaksi masyarakat juga menunjukkan bahwa unggahan yang berisikan *cyberbullying* memiliki jumlah reaksi yang ternilai cukup besar.

Keywords—*Cyberbullying, Media Sosial, Analisis Sentimen, Akun Pemerintah, Akun Portal Berita.*

I. PENDAHULUAN

Teknologi dan internet pada saat ini sudah tidak dapat lagi dipisahkan antara satu dengan lainnya. Hal ini dapat kita simak dengan maraknya antara kolaborasi antara teknologi dengan internet yang memiliki keluaran yang bervariasi. Salah satu contoh keluaran yang bisa dipetik yaitu media sosial. Media sosial adalah sebuah media daring yang fungsinya memudahkan pengguna dalam melakukan interaksi seperti berpartisipasi dalam komunikasi, berbagi informasi, serta menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Hal ini memberikan kita sebuah dampak yang sangat besar dalam kehidupan kita. Salah satu dampak positif yang bisa ditarik yaitu munculnya berbagai platform jejaring sosial yang dapat digunakan oleh pengguna dalam melakukan interaksi yang terjadi secara real-time. Contoh dari platform jejaring sosial yang bermunculan yaitu seperti Facebook, Twitter, Instagram, Discord, Reddit, dan masih banyak lagi yang dapat membantu aktivitas sehari-hari tanpa harus melakukan pertemuan secara langsung. Namun di balik dari dampak positif, media sosial juga mampu memberikan dampak negatif terhadap penggunaannya. Salah satu dampak negatif dari media sosial yaitu *cyberbullying* atau perundungan secara online.

Perundungan atau bullying menjadi permasalahan utama dalam masyarakat saat ini dan terjadi di berbagai usia dan berbagai bentuk [1]. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi, perundungan juga memasuki ranah media sosial dan menjadi perundungan secara online atau *cyberbullying*. Pengguna dengan mudahnya melakukan perundungan melalui platform jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter* dan *Instagram*. Kriteria definisi dari perundungan dan

perundungan online meliputi intensionalitas, pengulangan dan ketidakseimbangan kekuatan [2]. Ada beberapa opini yang menyuarakan bahwa beberapa perundungan masuk ke dalam kategori perundungan secara online. Perundungan memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan perundungan secara online.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan yaitu mendapatkan opini dari pengguna media sosial dengan melakukan analisis sentimen terhadap *cyberbullying*. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat atas opini pengguna media sosial terhadap unggahan yang berisikan topik mengenai *cyberbullying* melalui reaksi yang diberikan oleh pengguna media sosial.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dody Riswanto [3] diperoleh bentuk-bentuk dalam perundungan atau *cyberbullying* di antaranya yaitu sindiran, ejekan, cacik, hinaan, pelecehan, ancaman, diskriminasi, persekusi, ujaran kebencian, serta umpatan-umpatan negatif lainnya yang mengandung unsur sara, seperti menyangkut tentang agama, suku, golongan, ras dan bentuk lainnya. Perilaku *cyberbullying* sebagian besar kasus diikuti dengan isi cacik maki serta sindiran dalam sebuah foto yang telah dimodifikasi sedemikian mungkin guna menyerang korban. Hal ini dinamakan dengan istilah meme, di mana meme adalah foto asli yang diunggah berhasil diduplikasi oleh pelaku tanpa seizin pemilik foto dan diedit sedemikian rupa disertai dengan cacik maki serta sindiran sesuai keinginan pelaku guna menyerang korban. Lalu foto tersebut diunggah kembali oleh pelaku di media sosial guna memberikan informasi palsu milik korban ke orang lain. Jenis-jenis platform media sosial yang paling marak digunakan saat penelitian dilakukan oleh Riswanto di antaranya adalah Facebook, Twitter dan Instagram. Ketiga platform tersebut memiliki kolom komentar agar para pengguna lain dapat berkomentar satu sama lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Fatma Utami [4] dapat diperoleh sejumlah informasi mengenai jenis-jenis dari *cyberbullying*. *Cyberbullying* memiliki beberapa jenis yaitu *Flaming, Harassment, Denigration, Impersonation, Outing, Trickery, Exclusion*, dan *Cyberstalking*. Definisi dari *Flaming* atau terbakar adalah pesan-pesan yang berisikan kata-kata penuh dengan amarah dan frontal. *Harassment* atau gangguan adalah pesan-pesan yang berisi gangguan pada email, sms, maupun teks yang ada di jejaring sosial dilakukan secara terus menerus. *Denigration* atau pencemaran nama baik adalah proses mengumbar keburukan seseorang di internet dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada bagian Latar Belakang, penelitian yang dilakukan oleh Fatma Utami juga menjelaskan bahwa ada UU ITE yang mengatur pencemaran nama baik, penghinaan, ancaman serta pemerasan. Namun UU ITE tersebut kurang untuk menjelaskan apakah

pengaturan tersebut dapat dikatakan pengaturan untuk *cyberbullying*.

Berdasarkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Syah, dkk diperoleh dampak yang ditimbulkan dari *cyberbullying*. Dampak yang dirasakan oleh korban dari *cyberbullying* yaitu hilangnya kepercayaan atau mereka yang sudah pernah menjadi korban *cyberbullying* akan terus menjadi korban bullying karena kepercayaan diri mereka telah hancur [5]. Studi yang dikutip oleh Rahmat Syah juga mengatakan bahwa 28% orang tua mengungkapkan anak-anak mereka mengalami depresi. Tidak hanya itu, 25% dari orang tua mengungkapkan juga bahwa anak-anak mereka mengalami pola waktu tidur yang berantakan hingga menyebabkan mimpi buruk (21%). Sebanyak 26% dari orang tua korban *cyberbullying* sudah menyadari bahwa anak-anak mereka sudah menghindari kontak dengan anak-anak lainnya serta 20% menemukan bahwa anak-anak mereka mengidap anoreksia.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abaido bahwa *cyberbullying* dapat terjadi pada tingkat usia yang berbeda, dengan jenis kelamin apa pun, dan dapat berhubungan dengan bias fisik, budaya, ras, dan bahkan agama [6]. Dampak negatif psikologis yang ditimbulkan dari *cyberbullying* juga memiliki efek yang lebih merusak dibandingkan dengan *traditional bullying*, dikarenakan materi atau konten yang sudah tersebar dapat disimpan dan diedarkan dengan cepat. Survei yang dikutip oleh Abaido melibatkan 384 responden di bawah usia 18 tahun mengatakan bahwa bentuk bullying terjadi secara online, meliputi diabaikan (60,4%), tidak dihargai (50%), disebut nama (29,9%), diancam (21,4%), diganggu (19,8%), diolok-olok (19,3%) dan rumor menyebar (18,8%) [6]. Beberapa peneliti yang disebutkan di dalam penelitian Abaido juga mengungkapkan bahwa ketika jenis kelamin menjadi pertimbangan dalam perilaku yang berhubungan dengan intimidasi, penelitian empiris menyatakan bahwa laki-laki dan perempuan memiliki pola yang berbeda dalam hal intimidasi [6]. Hal lainnya yang menjadi relatif penting yaitu di mana anonimitas atau *anonymity* menjadi hal yang melekat di dalam aktivitas *cyberbullying*, di mana hal ini menciptakan rasa ketidakberdayaan di pihak korban *cyberbullying*.

Berdasarkan dari studi yang dilakukan oleh Sofia Maharani [7] diperoleh beberapa pengaruh dari *cyberbullying* terhadap kesehatan mental. Tertulis bahwa pengaruh dari *cyberbullying* dapat menyebabkan kegagalan dalam hal akademis, *self harm* hingga bunuh diri. Selain itu seseorang yang sudah menjadi korban dari *cyberbullying* juga dalam bahaya karena *cyberbullying* itu sendiri dapat merusak jiwa dan kondisi psikologis korban. Korban *cyberbullying* yang ada dalam grup biasanya menjadi terkucilkan sehingga menyebabkan korban memiliki sifat kurang percaya diri atau minder. Oleh karena itu peran orang tua menjadi faktor penting guna memantau anak mereka dalam menggunakan media sosial. Selain itu anak juga menjalin komunikasi dengan orang tua apabila anak merasa dirinya menjadi target dalam aktivitas *cyberbullying* di media sosial.

Studi yang dilakukan oleh Mahmud Mulyadi [8] diperoleh data mengenai media sosial yang paling sering terjadinya *cyberbullying*. Sebesar 42% tercatat bahwa media sosial yang paling sering terlihat aktivitas *cyberbullying* terjadi di platform *Instagram*. Lalu diikuti dengan *Facebook* sebesar 37%, diikuti oleh *Snapchat* sebesar 31%. *Whatsapp*, *You Tube*, dan *Twitter* memiliki persentase kurang dari 20%. Hal ini

menandakan bahwa *cyberbullying* yang terjadi di *Instagram* lebih mengarah ke hinaan terhadap foto yang diunggah di platform tersebut. Selain itu pelaku *cyberbullying* di platform *Instagram* juga bisa menambahkan komentar yang tidak baik dan mungkin bisa merusak nama baik korban *cyberbullying*. Unggahan korban juga dapat tersebar sangat cepat karena *Instagram* merupakan salah satu platform populer yang sering digunakan oleh remaja muda. *Facebook* juga tidak lepas dengan hal yang sama seperti platform *Instagram*, di mana posting yang diunggah dapat dibagikan secara eksternal melalui link dan dapat dilihat khalayak umum apabila *posting* diset untuk *public*.

Studi yang dilakukan oleh Ema Waliyanti, dkk diperoleh faktor-faktor perilaku *cyberbullying* di *Instagram*, di mana terdapat tiga faktor utama [9]. Faktor pertama yaitu intensitas penggunaan *Instagram*, faktor kedua yaitu karakter korban *cyberbullying* di mana dipecah kembali menjadi dua yaitu teman dekat dan riwayat *bullying*, dan faktor ketiga yaitu kemampuan empati pelaku yang dipecah kembali menjadi dua yaitu memikirkan korban dan tidak memikirkan korban. Faktor pertama yaitu intensitas penggunaan *Instagram* di mana faktor ini menyatakan seberapa seringnya responden membuka platform media sosial *Instagram* dalam kurun waktu tertentu. Faktor yang kedua yaitu karakter korban *cyberbullying*, di mana responden mengatakan teman dekat merupakan salah satu orang yang dijadikan sasaran dalam aktivitas *cyberbullying*. Responden juga mengatakan untuk menentukan target sasaran dalam aktivitas *cyberbullying* dilihat dari riwayat *bullying*, hal tersebut memicu teman responden dalam melakukan aktivitas *cyberbullying* guna mempermalukan korban di media sosial. Faktor ketiga yaitu kemampuan empati pelaku di mana responden mengatakan setelah mempermalukan korban di media sosial, responden memikirkan perasaan korban dan menyesali perbuatannya sehingga hal yang dilakukan selanjutnya yaitu meminta maaf kepada korban. Namun, salah satu responden juga mengatakan bahwa dirinya tidak memperdulikan masalah tersebut dikarenakan responden merasa korban telah mengganggu hidup sang pelaku *cyberbullying* sehingga pelaku tidak memperdulikan perasaan sang korban *cyberbullying*. Respon yang diberikan dari korban *cyberbullying* juga tidak lepas, di mana beberapa korban mengatakan bahwa mereka merasa sakit hati, di lain hal beberapa korban mengatakan mereka tidak peduli dan bahkan mereka menganggap *cyberbullying* yang dilakukan hanyalah sebuah candaan. Hal ini memicu pelaku akan terus melakukan aktivitas *cyberbullying* secara terus menerus hingga sang korban menanggapi hal tersebut secara serius. Dalam studi ini juga memiliki dampak dari perilaku *cyberbullying* terhadap korban dari aktivitas *cyberbullying* di media sosial *Instagram*. Remaja mengalami penurunan kemampuan untuk fokus dan aktif di dalam kelas karena mereka memikirkan mengenai hal apa yang telah terjadi sebelumnya. Selain itu remaja merasa kehilangan percaya diri dan merasa depresi akibat dari *cyberbullying* yang sudah mereka alami. Dampak yang lebih berat seperti penggunaan narkoba hingga melukai dirinya sendiri juga menjadi dampak yang sangat negatif bagi remaja, bahkan remaja yang telah berulang kali menjadi target sasaran *cyberbullying* bisa memiliki pemikiran untuk melakukan percobaan bunuh diri.

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan Dominik Situmorang [10] diperoleh hasil yaitu dampak positif dari *cyberbullying*. Dari beberapa artikel dan jurnal ilmiah yang sudah dikumpulkan, jurnal yang dikeluarkan oleh Dominik

Situmorang [10] memiliki sebuah keunikan di mana *cyberbullying* memiliki dampak positif bagi korban *cyberbullying*. Disebutkan dalam hasil penelitian yang dilakukan, dampak positif seseorang yang menjadi korban *cyberbullying* yaitu menjadi terkenal. Selain menjadi terkenal, beberapa dampak seperti *happiness*, *life satisfaction*, dan *subject wellbeing* juga menjadi dampak positif dari *cyberbullying*. Beberapa dampak positif yang telah disebutkan memiliki kriteria tertentu, seperti korban dari *cyberbullying* biasanya menjadi ‘pencari perhatian’ atau ‘*attention seeker*’. Di mana korban dari *cyberbullying* menjadi seseorang yang membutuhkan perhatian sehingga melakukan hal-hal yang di luar ekspektasi atau melakukan hal-hal tanpa memikirkan konsekuensinya. Lalu hal-hal yang dilakukan diunggah ke media sosial dan dilihat khalayak banyak, disebarluaskan dan beberapa *viewer* melihat konten yang diunggah sangat tidak layak sehingga dicemooh dan dihina hingga nama baik orang tersebut rusak. Dalam kasus ini, korban memanfaatkan kesempatan dirinya menjadi target *cyberbullying* untuk mencari ‘sensasi’ dan ‘tenar’. Korban mencoba untuk mencari *fame* secepat mungkin demi menjadi terkenal. Hal ini menyebabkan korban menjadi artis secara instant, yaitu menjadi *selebgram* dan *YouTuber*.

III. METODE PENELITIAN

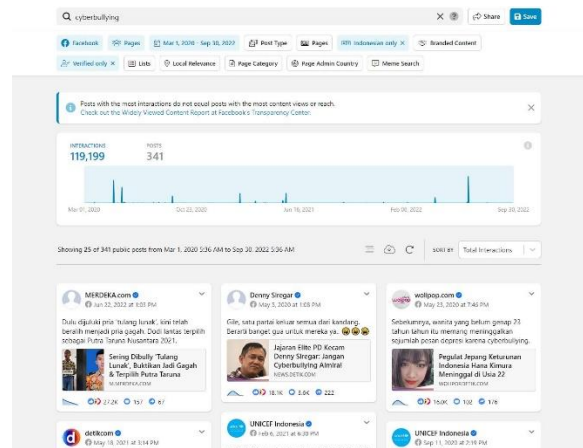
A. Pengumpulan Data

Pada proses pengumpulan data, data yang digunakan bersumber dari media sosial yaitu platform *Facebook*. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan analisis sentimen yang akan dilakukan oleh peneliti. *Facebook* memiliki beberapa reaksi yang dapat diberikan oleh pengguna untuk menanggapi unggahan yang dikeluarkan oleh *content creator*.

Tools yang akan digunakan dalam mengambil data yaitu *CrowdTangle*. *Tools* yang digunakan merupakan perangkat resmi yang diciptakan oleh *Meta* guna memudahkan peneliti dan jurnalis untuk menemukan, menganalisis dan melaporkan apa yang terjadi di media sosial. *CrowdTangle* juga dapat mengoleksi data dari halaman dan grup terbuka meliputi jumlah reaksi (“*like*”, “*love*”, “*care*”, “*haha*”, “*wow*”, “*sad*” dan “*angry*”) dan *Type* yang menunjukkan jenis konten utama dalam unggahan tersebut (*Link*, *Photo*). Selain itu, *CrowdTangle* mampu melakukan analisis unggahan dari waktu lampau. Data yang digunakan memiliki rentang waktu 2 tahun dimulai dari tanggal 1 Maret 2020 hingga 30 September 2022. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan dalam penggunaan media sosial, yaitu pada masa pandemi *Covid-19*.

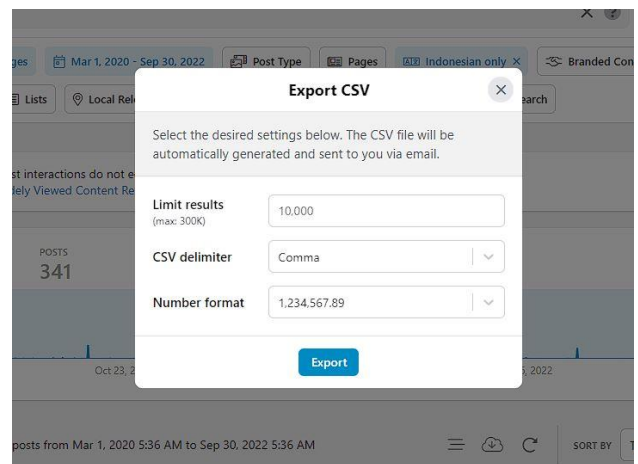
Kata kunci yang digunakan untuk memperoleh data yaitu *Cyberbullying*. Kelemahan dari *CrowdTangle search bar* yaitu tidak dapat melakukan *input* kata kunci secara bersamaan, oleh karena itu kata kunci yang digunakan pada penelitian ini digunakan kata kunci secara umum.

Data yang digunakan juga memiliki kriteria khusus di mana akun pemerintah dan portal berita yang telah di verifikasi oleh *Facebook*. Akun yang telah di verifikasi oleh *Facebook* memiliki *badge* atau lencana berwarna biru dan *check mark* berwarna putih. Data yang diperoleh dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Data yang diperoleh melalui *CrowdTangle*

Setelah data diperoleh dari tools *Crowdtangle*, data di ekspor ke bentuk *csv* agar dapat dianalisis lebih lanjut. Program yang akan digunakan untuk menganalisis yaitu *Rstudio* dengan bahasa pemrograman *R 4.2.2*.



Gambar 2 Ekspor data yang telah diperoleh dikirim melalui email

Data yang diekspor akan dikirim melalui email yang sudah terdaftar di akun *CrowdTangle*. Ekspor data dapat dilihat pada Gambar 2.

B. Analisis Data

- *Text Pre-processing*

Tahapan pertama dalam melakukan analisis data yaitu melakukan *text pre-processing*. Menurut Alamoodi, dkk hal ini ditujukan untuk mempersiapkan data yang digunakan untuk proses analisis selanjutnya [11]. Tahap *text pre-processing* memiliki beberapa proses yaitu, mengubah semua teks menjadi huruf kecil, setiap kata diubah menjadi kata dasar, *URL* yang tercantum dihilangkan, kata yang memiliki hashtag dihilangkan, menggunakan *stopwords* untuk menghilangkan kata-kata yang tidak penting, spasi yang berlebihan dihilangkan, dan tanda baca dan angka dihilangkan.

- Analisis Deskriptif

Tahap ini, data akan ditampilkan secara umum, seperti jumlah unggahan yang telah dikumpulkan, klasifikasi konten yang diunggah dan total reaksi dari masyarakat yang diperoleh pada suatu unggahan. Data yang

diperoleh dari *CrowdTangle* digunakan untuk mengetahui proporsi penyebaran unggahan dan reaksi yang diperoleh oleh akun pemerintah dan portal berita.

- Analisis Sentimen pada Konten Unggahan

Analisis sentimen pada konten unggahan merupakan analisis pertama yang dilakukan, guna mengetahui sentimen atau sifat dari konten yang diunggah oleh akun pemerintah dan portal berita. Proses ini menghasilkan konten yang sudah diklasifikasikan menjadi kategori positif, negatif dan netral.

Metode yang akan digunakan dalam analisis sentimen pada konten unggahan adalah metode *lexicon* atau kamus. Menurut Mahendrajaya, dkk [12] metode *lexicon* merupakan metode yang paling umum digunakan untuk melakukan analisis sentimen di media sosial karena metode praktis digunakan. Dengan menggunakan metode *lexicon*, sebuah sentimen akan mudah diklasifikasikan dengan kategori kelas positif dan negatif [12].

Metode *lexicon* bekerja dengan cara menghitung nilai pada kata-kata yang memiliki arti positif maupun negatif yang terdapat pada kamus yang sudah dibuat terlebih dahulu. Apabila sebuah kata sesuai dengan kamus yang bernilai positif, maka kata tersebut bernilai +1. Sebaliknya, apabila sebuah kata sesuai dengan kamus yang bernilai negatif, maka kata tersebut bernilai -1. Semua kata yang memperoleh nilai lebih dari 0, maka konten akan diberi label positif. Apabila nilai yang diberikan kurang dari 0, maka konten akan diberi label negatif. Kategori akan dikatakan netral ketika nilai penjumlahan skor sama dengan 0.

Kamus yang digunakan dalam melakukan analisis sentimen pada konten unggahan yaitu menggunakan dasar kamus *InSet Lexicon* yang berisikan 3.609 kata positif dan 6.609 kata negatif.

- Analisis Sentimen pada Reaksi Masyarakat

Sentimen masyarakat dapat diperoleh dari reaksi yang terdapat pada setiap unggahan, di mana reaksi diklasifikasikan menjadi positif dan negatif. Terdapat 7 reaksi yang ada di platform *Facebook* yaitu “like”, “love”, “care”, “haha”, “wow”, “sad”, dan “angry”.

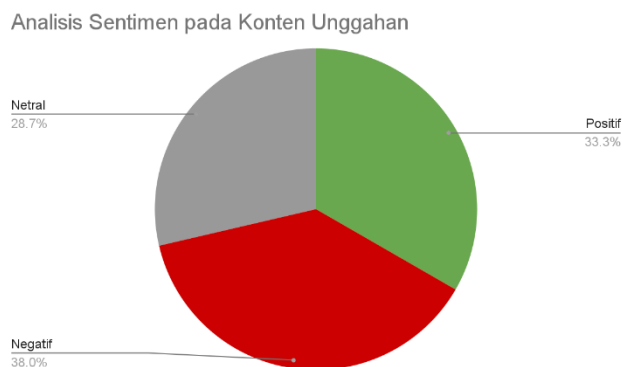
Menurut Rianto, dkk reaksi “like” dan “love” digunakan untuk penilaian positif dan “angry” dan “sad” untuk penilaian negatif [13]. Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Spottswood, dkk menyatakan reaksi “like” dinilai kurang untuk merepresentasikan sebagai perhitungan nilai positif [14]. Hal ini dikarenakan reaksi “like” hanya digunakan sebagai tanda bahwa masyarakat telah melihat unggahan tersebut. Oleh karena itu, reaksi “like” akan di kategorikan sebagai nilai netral dan reaksi “care” akan digunakan sebagai nilai positif. Penilaian “love” dan “care” bernilai +1, penilaian “angry” dan “sad” bernilai -1, dan penilaian “like”, “haha” dan “wow” bernilai 0.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Sentimen pada Konten Unggahan

Hasil yang didapatkan dari analisis sentimen pada konten unggahan adalah dari 342 unggahan yang dilakukan terdapat 114 unggahan positif, 130 unggahan negatif dan 98 unggahan netral. Dari unggahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa unggahan negatif memiliki persentase terbesar dalam media sosial *Facebook*, lalu unggahan positif memiliki persentase kedua dalam media sosial, dan terakhir unggahan netral menempati posisi persentase ketiga di media sosial *Facebook*. Berikut adalah bagan persentase konten unggahan:

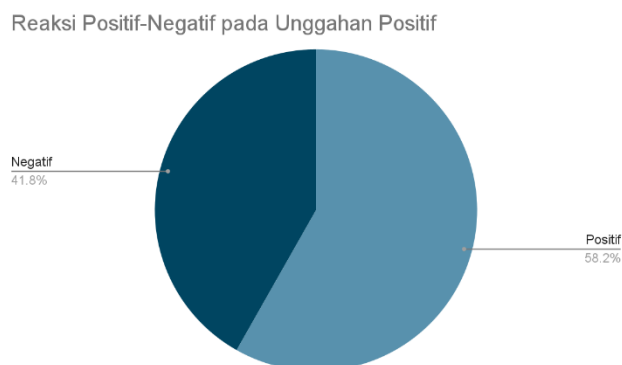
Bagan 1 Analisis Sentimen pada Konten Unggahan



B. Analisis Sentimen Reaksi Masyarakat

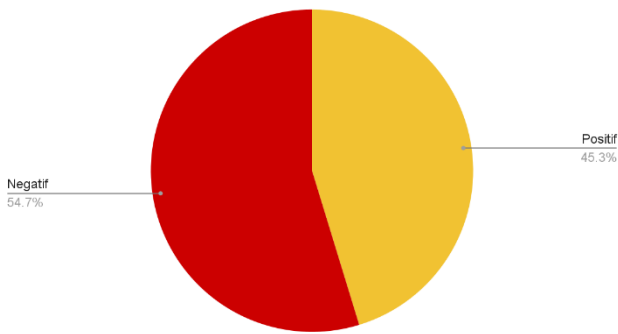
Hasil yang diperoleh pada tahap analisis sentimen reaksi masyarakat adalah akun pemerintah dan portal berita memperoleh sebanyak 244 reaksi terhadap unggahan positif, di mana reaksi positif sejumlah sebesar 142 (58.2%) dan reaksi negatif sebesar 102 (41.8%). Lalu pada unggahan negatif memiliki jumlah reaksi 1544 dengan reaksi positif sebesar 699 (45.3%) dan reaksi negatif sebesar 845 (54.7%). Unggahan netral memiliki jumlah reaksi sebesar 448, dengan reaksi positif sebesar 283 (63.2%) dan reaksi negatif sebesar 165 (36.8%). Berikut adalah bagan terhadap jumlah reaksi unggahan beserta reaksi positif dan negatif pada data unggahan pemerintah dan portal berita.

Bagan 2 Reaksi Positif-Negatif pada Unggahan Positif



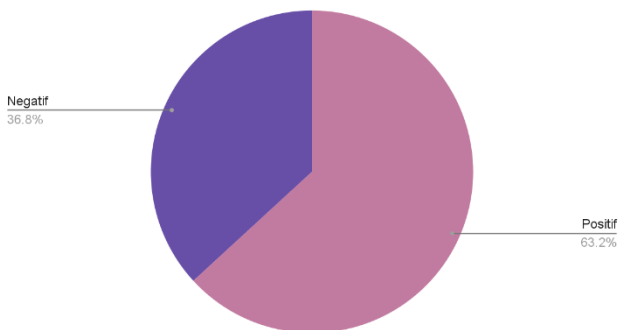
Bagan 3 Reaksi Positif-Negatif pada Unggahan Negatif

Reaksi Positif-Negatif pada Unggahan Negatif



Bagan 4 Reaksi Positif-Negatif pada Unggahan Netral

Reaksi Positif-Negatif pada Unggahan Netral



C. Visualisasi Data

Visualisasi data akan menggunakan Word Cloud untuk mengetahui kata-kata atau topik yang sering digunakan dalam unggahan. Pada Gambar 3 menunjukkan kata-kata yang sering digunakan dalam sebuah unggahan pada akun pemerintah dan portal berita.

Gambar 3 Kata-kata yang sering digunakan dalam unggahan pada akun pemerintah dan portal berita.



Pada Gambar 3 terdapat beberapa kata-kata yang sering digunakan dalam sebuah unggahan. Kata “anak” dan kata “cyberbullying” menjadi dua kata yang paling sering digunakan dalam unggahan pada akun pemerintah dan portal berita. Dengan jumlah 216 penggunaan kata “anak” dan 141 penggunaan kata “cyberbullying” dalam keseluruhan data yang telah diperoleh.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disimpulkan dari hasil analisis yang disajikan yaitu unggahan yang berisikan konten negatif memiliki hasil lebih tinggi dibandingkan konten positif. Jumlah reaksi yang diberikan terhadap konten negatif juga memiliki persentase yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten negatif. Pada analisis sentimen pada konten unggahan, persentase unggahan positif memiliki nilai lebih rendah dibandingkan unggahan negatif. Namun unggahan netral memiliki persentase paling rendah diantara dua unggahan lainnya.

Pada bagan 3 hingga bagan 5, persentase reaksi negatif terbesar diraih pada unggahan negatif. Unggahan positif dan netral memiliki nilai persentase reaksi positif terbesar. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki tingkat kepedulian terhadap unggahan yang bersifat positif dan netral dibandingkan dengan unggahan negatif. Namun, jumlah reaksi yang diberikan pada unggahan negatif memiliki jumlah terbanyak dibandingkan dengan unggahan positif dan netral. Hal ini dapat disimpulkan juga bahwa masyarakat lebih sering membaca unggahan yang berisikan konten-konten dengan kata-kata negatif dibandingkan dengan unggahan berisikan kata-kata positif.

Kekurangan dari penelitian yang dilakukan yaitu limitasi pada media sosial yang dapat digunakan. Pada *CrowdTangle* terdapat 3 platform yang dapat digunakan yaitu *Facebook*, *Instagram* dan *Reddit*. Penelitian ini menggunakan platform *Facebook* dikarenakan analisis sentimen dapat dilakukan dalam dua hal, konten unggahan dan reaksi masyarakat. Untuk platform *Instagram*, peneliti masih mengalami sedikit kendala dalam melakukan analisis sentimen. Untuk kendala pada platform *Reddit* yaitu pada koneksi internet yang digunakan. Koneksi yang digunakan memblokir platform *Reddit*, sehingga peneliti tidak dapat melakukan pengecekan pada platform *Reddit*.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian lanjutan berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis lain yang memanfaatkan *machine learning*. Penelitian ini memiliki banyak *flaw* atau kekurangan dalam melakukan analisis data dan visualisasi data.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. K. Watts, J. Wagner, B. Velasquez and P. I. Behrens. Cyberbullying in higher education: A literature review. *Computers in Human Behavior*, 69, 268-274.
- [2] K. Hollá, L. Fenyvesiová and J. Hanuliaková. Measurement of Cyberbullying Severity. *The New Educational Review*, 47(1), 29-38.
- [3] D. Riswanto and R. Marsinun. Perilaku cyberbullying remaja di media sosial. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(2), 98-111.
- [4] A. S. F. Utami and N. Baiti, “Pengaruh media Sosial Terhadap perilaku cyberbullying Pada Kalangan remaja,” *Cakrawala : Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*.
- [5] R. Syah and I. Hermawati. Upaya pencegahan kasus cyberbullying bagi remaja pengguna media sosial di Indonesia. *Jurnal Penelitian Kesejahteraan Sosial*, 17(2), 131-146.
- [6] G.M. Abaido. Cyberbullying on social media platforms among university students in the United Arab Emirates. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 407-420.
- [7] F. T. Yulietta, H. N. A. Syafira, M. H. Alkautsar, S. Maharani, and V. Audrey, “Pengaruh Cyberbullying di Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental”, *DeCive*, vol. 1, no. 8, Jun. 2021.
- [8] Frensh, W., Ablisar, M., & Mulyadi, M. (2022). Criminal Policy on Cyberbullying of Children in Indonesia. *International Journal of Cyber Criminology*, 15(2).

- [9] Fitransyah, R. R., & Waliyanti, E. (2018). Perilaku cyberbullying dengan media Instagram pada remaja di Yogyakarta. *IJNP (Indonesian Journal of Nursing Practices)*, 2(1), 36-48.
- [10] Situmorang, D. (2019). MENJADI VIRAL DAN TERKENAL DI MEDIA SOSIAL, PADAHAL KORBAN CYBERBULLYING: SUATU KERUGIAN ATAU KEUNTUNGAN?. *JPPP-Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 8(1), 12-19
- [11] Alamoodi, A. H., Zaidan, B. B., Zaidan, A. A., Albahri, O. S., Mohammed, K. I., Malik, R. Q., ... & Alaa, M. (2021). Sentiment analysis and its applications in fighting COVID-19 and infectious diseases: A systematic review. *Expert systems with applications*, 167, 114155.
- [12] R. Mahendrajaya, G. A. Buntoro, M. B. Setyawan. ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA GOPAY MENGGUNAKAN METODE LEXICON BASED DAN SUPPORT VECTOR MACHINE.
- [13] A. Rianto, & A. R. Pratama. Sentiment Analysis of Covid-19 Vaccination Posts on Facebook in Indonesia With Crowdtangle. *Jurnal Riset Informatika*, 3(4), 353-362
- [14] E. Spottswood, & D. Y. Wohn. Beyond the "Like": How People Respond to Negative Posts on Facebook. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 63(2), 250-267.