

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman dan teknologi di masa sekarang membuat dampak yang sangat besar dalam bidang komunikasi dan informasi, misalnya media sosial seperti X atau TikTok menjadi tempat atau wadah untuk mengemukakan pikiran atau pendapat(Wahyuni et al., 2024). Terkadang hal-hal sensitif seperti keputusan hidup *childfree* (hidup tanpa anak) mulai menjadi perbincangan di media sosial dan menjadi gaya hidup di zaman sekarang. Berbagai alasan menjadi dasar mengapa hal tersebut menjadi kontroversial bagi kalangan anak muda di media sosial(Jurianto & Islam, 2024).

Generasi Z atau Gen-Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, mengalami perubahan besar dalam pandangan mengenai reproduksi yang ditandai dengan semakin meningkatnya kecenderungan untuk memilih gaya hidup *childfree* atau tanpa anak(Jurianto & Islam, 2024). Berdasarkan riset dari *Paw Research Center*, pada tahun 2024, sekitar 44% *non-parents* yang berusia 18-49 tahun merasa tidak terlalu atau sama sekali tidak mungkin memiliki anak di masa depan. Ada beberapa alasan utama yang mendasarinya yaitu tidak berkeinginan memiliki anak (57%), ingin fokus pada hal lain (44%), kekhawatiran terhadap keadaan dunia secara umum (38%), ketidakmampuan finansial untuk membesarkan anak (36%) dan lain sebagainya. Sejumlah studi menunjukkan bahwa budaya timur Indonesia serta pandangan agama, baik Islam maupun Katolik, umumnya menolak konsep *childfree* karena dianggap tidak sejalan dengan ajaran kitab suci(Nikma, 2024).

Fenomena *childfree* di Indonesia tidak hanya muncul sebagai wacana di media sosial, tetapi juga telah tercermin dalam data statistik nasional. Menurut data Susenas 2022, sekitar 8,2% perempuan dewasa di Indonesia telah

memilih gaya hidup ‘*childfree*’, naik dari angka 7% pada 2019 dan 6,5% pada 2021. Badan Pusat Statistik (BPS) melalui laporan “Menelusuri Jejak *Childfree* di Indonesia” tahun 2023 mengungkapkan bahwa sekitar 8% atau kurang lebih 71.000 perempuan usia subur (15–49 tahun) yang pernah kawin, belum pernah melahirkan anak, serta tidak menggunakan alat kontrasepsi secara sadar memilih untuk menjalani gaya hidup *childfree*. Temuan ini menunjukkan bahwa *childfree* telah menjadi realitas demografis yang signifikan dan tidak dapat diabaikan, serta menandakan adanya pergeseran pola pikir generasi muda terhadap konsep keluarga dan reproduksi di Indonesia. Sementara itu, menurut BKKBN (2024), nilai Total Fertility Rate (TFR) yang ideal adalah sekitar 2,1 anak per perempuan untuk menjaga pertumbuhan populasi seimbang(Nikma, 2024).

Kondisi ini menjadikan analisis sentimen relevan untuk menyingkap nuansa emosional yang tersembunyi, mulai dari tekanan sosial, stigma agama, hingga ketidakpastian ekonomi(Jurianto & Islam, 2024). Pada penelitian ini, analisis sentimen dimanfaatkan untuk menentukan apakah suatu tweet mengandung sentimen positif atau negatif(Anggraini & Alita, 2024). Pemilihan metode Support Vector Machine (SVM) didasarkan pada kemampuannya dalam menangani data berdimensi tinggi serta data yang tidak seimbang, yang merupakan karakteristik umum pada data teks media sosial.

SVM bekerja dengan mencari hyperplane optimal yang mampu memisahkan kelas sentimen secara maksimal, sehingga efektif dalam mengklasifikasikan opini yang bersifat kompleks dan ambigu. Hal ini didukung oleh penelitian (Zain et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pada 29.726 data tweet berbahasa Indonesia, metode SVM mampu mencapai tingkat akurasi sebesar 88,0%, lebih unggul dibandingkan metode Naïve Bayes sebesar 70,0% dan K-Nearest Neighbor sebesar 64,0%..

Dengan demikian, integrasi analisis sentimen dan metode SVM tidak hanya memungkinkan pemetaan emosi publik terkait keputusan *childfree* pada Generasi Z di Indonesia secara lebih akurat, tetapi juga menghasilkan model

prediktif yang adaptif terhadap isu-isu sosio-kultural yang sensitif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam perumusan kebijakan edukasi reproduksi serta berkontribusi pada pengembangan studi kecerdasan komputasi, khususnya dalam penerapan pembelajaran mesin untuk analisis sentimen.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, sebuah rumusan masalah dibuat berdasarkan latar belakang di atas:

1. Bagaimana pola masyarakat terhadap isu keputusan *childfree* di media sosial seperti X dan TikTok berdasarkan hasil analisis sentimen?
2. Bagaimana perancangan dan implementasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam mengklasifikasikan opini Generasi Z terkait keputusan *childfree* di media sosial?
3. Bagaimana tingkat akurasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam mengklasifikasikan opini Generasi Z mengenai keputusan *childfree* di media sosial berdasarkan metrik evaluasi model?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada penggunaan metode *Support Vector Machine* (SVM) tanpa melakukan perbandingan dengan metode klasifikasi lainnya.
2. Fokus penelitian diarahkan pada data yang diperoleh dari media sosial X (Twitter) berupa unggahan teks atau komentar sebanyak 500 data, serta komentar pada video di TikTok sebanyak 1000 data.
3. Dataset yang digunakan untuk proses pelatihan merupakan kumpulan data yang telah diberi label positif dan negatif serta berjumlah 1500 data.
4. Penelitian ini hanya memanfaatkan teks berbahasa Indonesia atau komentar orang Indonesia sebagai objek analisis.
5. Data yang dikumpulkan dibatasi pada rentang waktu tahun 2022 hingga 2025.

6. Proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik crawling menggunakan library Tweet Harvest dan library Tiktok Scraper.

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis pola sentimen masyarakat terhadap isu keputusan *childfree* pada media sosial X dan TikTok berdasarkan hasil analisis sentimen.
2. Merancang dan mengimplementasikan metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengklasifikasikan opini Generasi Z terkait keputusan *childfree* pada media sosial X dan TikTok berdasarkan data hasil *scraping*.
3. Mengevaluasi tingkat akurasi metode *Support Vector Machine* (SVM) dalam mengklasifikasikan opini Generasi Z mengenai keputusan *childfree* di media sosial berdasarkan metrik evaluasi model, untuk memperoleh pemahaman sentimen publik secara lebih komprehensif.

1.5 Manfaat

Terdapat manfaat dari pembuatan *website* ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini memberikan manfaat bagi masyarakat dalam memahami pandangan Generasi Z terkait keputusan *childfree*, yang dapat dijadikan referensi dalam menyusun kebijakan maupun strategi sosial yang lebih relevan dengan dinamika generasi saat ini.
2. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat untuk mengetahui sejauh mana terdapat perbedaan sudut pandang antar generasi mengenai keputusan *childfree*.
3. Sistem ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas analisis sentimen opini publik mengenai *childfree*, khususnya pada Generasi Z, dengan menggunakan metode *Support Vector Machine* (SVM).

1.6 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah pemahaman pada pembahasan penulisan skripsi ini, maka sistematika penulisan diperoleh sebagai berikut:

- BAB I : Pada bagian pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode yang digunakan, serta sistematika penulisan.
- BAB II : Pada bagian tinjauan pustaka memuat landasan teori yang relevan sebagai dasar dalam penelitian.
- BAB III : Pada bagian analisis dan perancangan sistem berisi rancangan sistem yang meliputi arsitektur sistem, diagram use case, flowchart, serta struktur menu
- BAB IV : Bab ini menjelaskan proses implementasi sistem yang telah dirancang serta pengujian sistem, termasuk hasil pengujian dan analisis performa metode yang digunakan.
- BAB V : Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran untuk pengembangan sistem dan penelitian selanjutnya.