



Analisis Kuantitatif Dampak Endorsement Politik Terhadap Tingkat Elektabilitas Pada Pilkada Serentak 2024

Doni Fristiyanto¹, Makhsum²

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika S-2, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten

Email: ¹firstiyanto@gmail.com, ²dosen00345@unpam.ac.id

ABSTRACT

Simultaneous Regional Head Elections (Pilkada) in Indonesia took place on November 27 2024, covering 545 regions, including 37 provinces, 415 districts and 93 cities. Voter turnout reached an average of 71% nationally, reflecting public enthusiasm for the political process. This research also highlights the phenomenon of political endorsements from national figures which have proven effective in increasing candidate electability. To explore the phenomenon of political endorsement, this research uses Google News as a tool to collect and analyze relevant online news. The results of the analysis show that there is a significant correlation between the candidate's level of popularity and electability level, with a correlation value of 0.757. Apart from that, the level of positive sentiment towards candidate pairs also shows a strong correlation (0.74) with electability, indicating that candidates with high popularity and positive sentiment tend to have better electability. However, this research found that the number of political endorsements had a stronger influence on candidate electability, with a correlation value of 0.758. This shows that political endorsement can be a more significant determining factor in increasing electability compared to just relying on popularity or positive sentiment. This research provides important insights into the role of political endorsements as an effective strategy in increasing voter support for certain candidates.

Keywords: political endorsement, Pearson correlation, popularity, electability, Orange.

ABSTRAK

Pelaksanaan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak di Indonesia telah berlangsung pada tanggal 27 November 2024, mencakup 545 daerah, termasuk 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota. Tingkat partisipasi pemilih mencapai rata-rata 71% secara nasional, mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap proses politik. Penelitian ini juga menyoroti fenomena endorsement politik dari tokoh nasional yang terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas calon. Untuk mengeksplorasi fenomena endorsement politik, penelitian ini menggunakan *Google News* sebagai alat untuk mengumpulkan dan menganalisis berita online yang relevan. Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara tingkat popularitas calon dengan tingkat elektabilitas, dengan nilai korelasi sebesar 0,757. Selain itu, tingkat sentimen positif terhadap pasangan calon juga menunjukkan korelasi yang kuat (0,74) dengan elektabilitas, mengindikasikan bahwa calon dengan popularitas dan sentimen positif yang tinggi cenderung memiliki elektabilitas yang lebih baik. Namun, penelitian ini menemukan bahwa jumlah endorsement politik memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap elektabilitas calon, dengan nilai korelasi sebesar 0,758. Hal ini menunjukkan bahwa endorsement politik dapat menjadi faktor penentu yang lebih signifikan dalam meningkatkan elektabilitas dibandingkan dengan hanya mengandalkan popularitas atau sentimen positif. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang peran endorsement politik sebagai strategi efektif dalam meningkatkan dukungan pemilih terhadap calon tertentu.

Kata kunci: Pilkada 2024, *endorsement* politik, korelasi Pearson, popularitas, elektabilitas, Orange.

1. PENDAHULUAN

Komisi Pemilihan Umum (KPU) Indonesia telah melaksanakan Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) serentak pada tahun 2024 di 545 daerah, termasuk 37 provinsi, 415 kabupaten, dan 93 kota pada tanggal 27 November 2024. Pilkada ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih pemimpin daerah yang akan memengaruhi kebijakan dan pembangunan wilayah. Dengan partisipasi pemilih mencapai rata-rata 71% secara nasional, menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap proses politik.

Selain itu, terdapat fenomena endorsement politik dari tokoh nasional yang terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas calon tertentu.

Menurut Garthwaite dan Moore [1], endorsement politik dapat meningkatkan visibilitas calon dan memberikan legitimasi tambahan. Contoh nyata dapat dilihat dalam pemilihan presiden AS, di mana dukungan Oprah Winfrey terhadap Barack Obama pada 2008 memberikan dorongan signifikan terhadap elektabilitasnya.

Namun, efektivitas endorsement tidak hanya bergantung pada siapa yang memberikan dukungan, tetapi juga pada cara penyampaian dukungan tersebut. Menurut Hopmann et al.[2], nada dan visibilitas berita pemilihan dapat memengaruhi pilihan pemilih. Oleh karena itu, penting bagi calon untuk mempertimbangkan strategi komunikasi dalam menyampaikan endorsement.

Endorsement politik memiliki dampak signifikan dalam membentuk opini publik. Ketika tokoh masyarakat atau selebriti memberikan dukungan, hal ini dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap calon. Menurut Chakraborty dan Ghosh[3], endorsement dapat meningkatkan kepercayaan pemilih, terutama jika datang dari individu yang memiliki reputasi baik.

Endorsement dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk iklan, konferensi pers, dan media sosial. Penelitian oleh Hasibuan et al.[4] menunjukkan bahwa media sosial berfungsi membangun citra publik calon dan memengaruhi persepsi pemilih.

Sebelumnya, endorsement dilakukan melalui media tradisional seperti televisi dan surat kabar. Namun, dengan kemunculan platform seperti X/Twitter, Instagram, dan Facebook, endorsement kini dapat disampaikan secara interaktif kepada pemilih.

Menurut Friedrich dan Nitsch[5], endorsement dari selebriti di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pemilih, terutama di kalangan pemilih muda.

Salah satu tren utama dalam endorsement politik adalah penggunaan influencer untuk mendukung calon. Influencer, dengan banyak pengikut, dapat menjangkau audiens lebih luas dibandingkan tokoh politik tradisional. Penelitian oleh Kazadi[6] menunjukkan bahwa endorsement dari influencer dapat memengaruhi perilaku pemilih, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.

Dalam upaya memahami pengaruh endorsement, penting untuk melihat bagaimana media massa dan platform digital berperan dalam menyebarkan informasi. Data dari survei menunjukkan bahwa 70% pemilih muda lebih cenderung memilih calon yang didukung oleh tokoh terkenal[7]. Hal ini menunjukkan bahwa endorsement bukan hanya sekedar dukungan verbal, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pemilih. Penelitian ini akan mengeksplorasi hubungan antara sentimen publik yang tercermin dalam berita dan tingkat dukungan terhadap calon.

Hubungan antara endorsement politik, popularitas, dan elektabilitas calon merupakan isu kompleks dan saling terkait. Endorsement politik dapat meningkatkan popularitas calon dengan memberikan legitimasi tambahan dan memperluas jangkauan audiens. Penelitian oleh Carter[8] menunjukkan bahwa calon yang menerima endorsement dari tokoh publik yang dihormati cenderung memiliki popularitas lebih tinggi.

Popularitas tidak selalu berbanding lurus dengan elektabilitas. Meskipun seorang calon mungkin sangat populer, faktor lain seperti kebijakan, integritas, dan kemampuan menjangkau pemilih juga berperan penting. Penelitian oleh Kousser et al.[9] menunjukkan bahwa endorsement politik dapat berfungsi sebagai sinyal bagi pemilih, tetapi tidak menjamin kemenangan.

Pemilih muda cenderung lebih responsif terhadap endorsement yang datang dari influencer media sosial, sementara pemilih yang lebih tua lebih memperhatikan endorsement dari tokoh politik tradisional. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial semakin menjadi platform penting dalam membangun citra calon [10]

Penelitian ini menganalisis pengaruh endorsement politik dan popularitas calon terhadap elektabilitas dalam Pilkada serentak 2024. Dengan metode analisis sentimen dari data Google News, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kedua faktor tersebut dan hasil pemilihan. Hasilnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai dampak endorsement politik terhadap elektabilitas calon.

2. METODE

Google News adalah suatu layanan dari Google yang fokus dalam memberikan konten berita dari berbagai website berita online di seluruh penjuru dunia, termasuk di dalamnya Indonesia. Penelitian ini menggunakan Google News sebagai peramban untuk menangkap, merangkum, dan menseleksi semua topik berita online yang sesuai dengan kata kunci yang relevan dan telah ditentukan dalam penelitian ini.

2.1. Desain Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan bantuan aplikasi Orange. Aplikasi ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis data yang kompleks dan mengolah informasi dari berbagai sumber, termasuk media sosial dan berita online. Data yang dikumpulkan mencakup tingkat endorsement yang diterima oleh calon, popularitas calon di media online, serta hasil pemilihan real count KPU Pilkada 2024 sebagai pembanding. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis sentimen untuk memahami bagaimana publik merespons endorsement yang diberikan.

Penggunaan aplikasi Orange juga memfasilitasi visualisasi data yang lebih baik, memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tren yang mungkin tidak terlihat dalam analisis data tradisional. Dengan memanfaatkan alat analisis yang tersedia di Orange, peneliti dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana endorsement dari tokoh tertentu dapat memengaruhi persepsi pemilih terhadap calon. Sebagai contoh, penelitian sebelumnya oleh Chaudhry et al.[11] menunjukkan bahwa analisis sentimen terhadap data Twitter dapat memberikan wawasan berharga mengenai perubahan opini publik menjelang pemilihan.

Penelitian oleh Dos Santos Brito et al. [12] menunjukkan adanya korelasi antara kinerja media sosial dan hasil pemilihan dalam pemilihan presiden Brasil. Temuan ini

menunjukkan bahwa calon yang aktif di media sosial dan mendapatkan banyak dukungan dari influencer memiliki peluang lebih besar untuk memenangkan pemilihan.

Dalam penelitian ini, hipotesis yang diuji adalah bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat endorsement politik dan tingkat elektabilitas calon. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat endorsement yang diterima oleh seorang calon, semakin tinggi pula tingkat elektabilitasnya di mata pemilih. Untuk menguji hipotesis ini, peneliti akan menggunakan analisis korelasi Pearson untuk menentukan seberapa besar pengaruh endorsement terhadap elektabilitas, serta faktor-faktor lain yang mungkin berkontribusi.

Desain Penelitian mencakup pengumpulan data dari sumber berita online (yang dirangkum Google News), analisis sentimen, dan pengukuran dampak endorsement terhadap popularitas calon. Menurut penelitian oleh Friedrich dan Nitsch[5] menunjukkan bahwa dukungan selebriti dapat memiliki dampak yang berbeda tergantung pada demografi pemilih. Oleh karena itu, penelitian akan dibatasi pada pemilihan gubernur di lima provinsi di pulau Jawa, yaitu : Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan sumber data sekunder, khususnya berita yang tersedia di Google News. Google News adalah platform yang mengumpulkan berita dari berbagai sumber media online, sehingga menyediakan akses yang luas terhadap informasi terkini mengenai Pilkada Serentak 2024. Peneliti akan mengidentifikasi topik-topik yang relevan dan mendeskripsikan berita-berita yang berkaitan dengan endorsement politik dan popularitas calon.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kata kunci yang mengandung kata-kata IPOLEKSOSBUD (“ideologi”, “politik”, “ekonomi”, ”sosial”, “budaya”) sebagai indikator kesejahteraan dan ditambah dengan kata-kata “agama”, “pendidikan”, “olahraga”, dan “nama calon”, yang selanjutnya digabungkan dengan nama calon tersebut, sehingga pola kata kunci akan menjadi sebagai berikut : “calon1”, “ideologi calon1”, ” politik calon1”, “ekonomi calon1”, ”sosial calon1”, “budaya calon1, “agama calon1”, ”pendidikan calon1”, dan ”olahraga calon1”. Pola kata kunci ini akan diperlakukan sama untuk semua calon (Calon Gubernur/Cagub dan Calon Wakil Gubernur/Cawagub)

Daftar nama seluruh calon gubernur (cagub) dan calon wakil gubernur (cawagub) yang akan dianalisis dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Nama Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Pilkada 2024

Provinsi	No. Urut	Cagub	Cawagub
Banten	1	Airin Rachmi Diany	Ade Sumardi
Banten	2	Andra Soni	Achmad Dimiyati
Jakarta	1	Ridwan Kamil	Suswono
Jakarta	2	Dharma Pongrekun	Kun Wardana
Jakarta	3	Pramono Anung	Rano Karno
Jabar	1	Acep Adang	Gitalis Dwi Natarina
Jabar	2	Jeje Wiradinata	Ronal Surapradja
Jabar	3	Ahmad Syaikhu	Ilham Habibie
Jabar	4	Dedi Mulyadi	Erwan Setiawan
Jateng	1	Andika Perkasa	Hendrar Prihadi
Jateng	2	Ahmad Luthfi	Taj Yasin Maimoen
Jatim	1	Luluk Nur Hamidah	Lukmanul Khakim
Jatim	2	Khofifah Indar Parawansa	Emil Elestianto Dardak
Jatim	3	Tri Rismaharini	Zahrul Azhar Asumta

(Sumber: KPU, 2024)

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik *scraping* otomatis dari Google News menggunakan perangkat lunak, dengan hasil yang dapat diakses di <https://github.com/firstyanto/Pilkada2024>. Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai popularitas masing-masing calon peserta Pilkada serentak 2024 berdasarkan jumlah data yang terkumpul.

Dalam pengumpulan data, peneliti juga akan memperhatikan tanggal dan waktu *scraping data* untuk memastikan bahwa data yang dianalisis relevan dengan periode kampanye. Dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, penelitian ini diharapkan dapat memberikan analisis yang lebih komprehensif dan representatif mengenai hubungan antara media online, endorsement politik, dinamika kampanye, dan hasil pemilihan. Jumlah data hasil *scraping* tiap calon digunakan sebagai indikator tingkat popularitas calon yang akan disajikan dalam persentase dari jumlah data seluruh calon dari provinsi tersebut pada periode waktu tertentu (selanjutnya disebut “persentase jumlah data periode waktu n” / PJD_n). Penelitian dilakukan sebanyak dua periode waktu yaitu pada saat KPU selesai mengumumkan nomor urut (30 September – 4 Oktober 2024) masing-masing calon dan pada saat masa tenang setelah kampanye (4 November 2024), dengan tujuan untuk mengetahui Kinerja Kampanye dan Popularitas para calon pada

masa tenang menjelang pemilihan Pilkada serentak 2024 dilaksanakan yaitu tanggal 27 November 2024.

2.2.1. Pengumpulan Data Provinsi Banten

Dua pasangan calon memingikuti Pemilihan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Banten pada Pilkada 2024. Poses scraping data Google News dilakukan dua kali, yaitu tanggal 30 September 2024 dan tanggal 24 November 2024. Berikut adalah rincian data-datanya :

Tabel 2. Data hasil scraping tanggal 30 September 2024 Banten

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₁ (%)
Banten	1	Airin Rachmi Diany	1090	26,91358025
Banten	1	Ade Sumardi	860	21,2345679
Banten	2	Andra Soni	1120	27,65432099
Banten	2	Achmad Dimiyati	980	24,19753086
Total :			4050	

Tabel 3. Data hasil scraping tanggal 24 November 2024 Banten

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₂ (%)
Banten	1	Airin Rachmi Diany	1120	26,10722611
Banten	1	Ade Sumardi	950	22,14452214
Banten	2	Andra Soni	1270	29,6037296
Banten	2	Achmad Dimiyati	950	22,14452214
Total :			4290	

2.2.2. Pengumpulan Data Provinsi Jakarta

Tiga pasangan calon memingikuti Pemilihan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jakarta pada Pilkada 2024. Poses scraping data Google News dilakukan dua kali, yaitu tanggal 3 Oktober 2024 dan tanggal 24 November 2024. Berikut adalah rincian data-datanya :

Tabel 4. Data hasil scraping tanggal 3 Oktober 2024 Jakarta

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₁ (%)
Jakarta	1	Ridwan Kamil	1950	28,017241
Jakarta	1	Suswono	1050	15,086207
Jakarta	2	Dharma Pongrekun	1030	14,798851
Jakarta	2	Kun Wardana	760	10,91954
Jakarta	3	Pramono Anung	1060	15,229885
Jakarta	3	Rano Karno	1110	15,948276
Total :			6960	

Tabel 5. Data hasil scraping tanggal 24 November 2024 Jakarta

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₂ (%)
Jakarta	1	Ridwan Kamil	2160	26,799007
Jakarta	1	Suswono	1320	16,377171
Jakarta	2	Dharma Pongrekun	1120	13,895782
Jakarta	2	Kun Wardana	1080	13,399504
Jakarta	3	Pramono Anung	1170	14,516129
Jakarta	3	Rano Karno	1210	15,012407
Total :			8060	

2.2.3. Pengumpulan Data Provinsi Jawa Barat

Empat pasangan calon memingikuti Pemilihan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jawa Barat pada Pilkada 2024. Poses scraping data Google News dilakukan dua kali, yaitu tanggal 3 Oktober 2024 dan tanggal 24 November 2024. Berikut adalah rincian data-datanya :

Tabel 6. Data hasil scraping tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Barat

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₁ (%)
Jabar	1	Acep Adang	320	4,5996838
Jabar	1	Gitalis Dwi Natarina	630	9,0556274
Jabar	2	Jeje Wiradinata	767	11,024867
Jabar	2	Ronal Surapradja	910	13,080351
Jabar	3	Ahmad Syaikh	1090	15,667673
Jabar	3	Ilham Habibie	1050	15,092712
Jabar	4	Dedi Mulyadi	1440	20,698577
Jabar	4	Erwan Setiawan	750	10,780509
Total :			6957	

Tabel 7. Data hasil scraping tanggal 24 November Jawa Barat

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₂ (%)
Jabar	1	Acep Adang	390	4,993598
Jabar	1	Gitalis Dwi Natarina	770	9,8591549
Jabar	2	Jeje Wiradinata	1000	12,804097
Jabar	2	Ronal Surapradja	840	10,755442
Jabar	3	Ahmad Syaikh	1120	14,340589
Jabar	3	Ilham Habibie	1150	14,724712
Jabar	4	Dedi Mulyadi	1530	19,590269
Jabar	4	Erwan Setiawan	1010	12,932138
Total :			7810	

2.2.4. Pengumpulan Data Provinsi Jawa Tengah

Dua pasangan calon memingikuti Pemilihan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jawa Tengah pada Pilkada 2024. Poses scraping data Google News

dilakukan dua kali, yaitu tanggal 3 Oktober 2024 dan tanggal 24 November 2024. Berikut adalah rincian data-datanya :

Tabel 8. Data hasil scraping tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Tengah

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₁ (%)
Jateng	1	Andika Perkasa	1260	28,571429
Jateng	1	Hendrar Prihadi	1060	24,036281
Jateng	2	Ahmad Luthfi	1090	24,716553
Jateng	2	Taj Yasin Maimoen	1000	22,675737
Total :			4410	

Tabel 9. Data hasil scraping tanggal 24 November 2024 Jawa Tengah

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₂ (%)
Jateng	1	Andika Perkasa	1290	27,682403
Jateng	1	Hendrar Prihadi	1050	22,532189
Jateng	2	Ahmad Luthfi	1240	26,609442
Jateng	2	Taj Yasin Maimoen	1080	23,175966
Total :			4660	

2.2.5. Pengumpulan Data Provinsi Jawa Timur

Tiga pasangan calon memingikuti Pemilihan Pasangan Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Jawa Timur pada Pilkada 2024. Poses *scraping* data Google News dilakukan dua kali, yaitu tanggal 4 Oktober 2024 dan tanggal 24 November 2024. Berikut adalah rincian data-datanya :

Tabel 10. Data hasil scraping tanggal 4 Oktober 2024 Jawa Timur

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₁ (%)
Jatim	1	Luluk Nur Hamidah	860	15,501081
Jatim	1	Lukmanul Khakim	300	5,407354
Jatim	2	Khofifah Indar Parawansa	1330	23,972603
Jatim	2	Emil Elestianto Dardak	1058	19,069935
Jatim	3	Tri Rismaharini	1450	26,135544
Jatim	3	Zahrul Azhar Asumta	550	9,9134823
Total :			5548	

Tabel 11. Data hasil scraping tanggal 24 November 2024 Jawa Timur

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Jumlah Data	PJD ₂ (%)
Jatim	1	Luluk Nur Hamidah	580	9,1627172
Jatim	1	Lukmanul Khakim	750	11,848341
Jatim	2	Khofifah Indar Parawansa	1650	26,066351
Jatim	2	Emil Elestianto Dardak	1120	17,693523
Jatim	3	Tri Rismaharini	1510	23,85466
Jatim	3	Zahrul Azhar Asumta	720	11,374408
Total :			6330	

2.3. Tahapan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif untuk mengevaluasi sentimen publik terhadap calon dalam Pilkada melalui berita yang dikumpulkan. Dengan aplikasi Orange, peneliti akan menganalisis data numerik dan menghasilkan visualisasi untuk memahami pola dan tren. Fokus utama adalah analisis sentimen yang bertujuan mengidentifikasi sentimen topik berita dari para penulis berita, baik positif, negatif, atau netral, serta pengaruhnya terhadap popularitas dan elektabilitas calon. Metode pengumpulan data meliputi pengkodean dan klasifikasi teks berita, menggunakan algoritma pemrosesan bahasa alami. Hasil analisis akan memberikan wawasan tentang dampak endorsement politik terhadap dukungan publik dan bagaimana dukungan tokoh masyarakat berkontribusi terhadap persepsi calon. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan antara sentimen publik dan hasil Pilkada Serentak 2024.

2.3.1. Menghitung Analisis Sentimen

Orange menawarkan enam jenis alat untuk analisis sentimen, termasuk VADER, Liu-hu, LilaH, Multilingual, Custom Dictionary, dan SentiArt. Dalam penelitian ini, digunakan Custom Dictionary untuk menganalisis data teks berbahasa Indonesia dengan metode Liu-hu.

Model matematika dari metode analisis sentimen Liu-hu[13] yang dipakai dalam penelitian ini adalah seperti dalam persamaan 1 :

$$sen = \frac{pos - neg}{tw} \times 100 \quad (1)$$

Di mana :

sen = Nilai sentimen Topik Berita dengan metode Liu-hu

pos = Jumlah kata-kata Positif yang ditemukan dalam Topik berita

neg = Jumlah kata-kata Negatif yang ditemukan dalam Topik berita

tw = Jumlah kata yang ada dalam Topik berita

Jika $sen > 0$, maka sentimen = Positif

Jika $sen = 0$, maka sentimen = Netral

Jika $sen < 0$, maka sentimen = Negatif

Metode analisis sentimen Liu-hu memerlukan daftar kata positif, negatif, dan Stop Words untuk melakukan perhitungan analisis sentimen. Daftar tersebut dapat diakses melalui <https://github.com/firstyanto/Pilkada2024>.

2.3.2. Menghitung Analisis Kinerja Kampanye Calon

Metode analisis sentimen digunakan untuk mengidentifikasi dampak positif dan negatif dari berita terhadap calon. Berita dengan sentimen positif menunjukkan tingkat popularitas yang lebih tinggi, sementara sentimen negatif dapat menurunkan popularitas. Setelah analisis, distribusi sentimen positif, netral, dan negatif untuk setiap calon dapat dihitung di setiap daerah pemilihan. Berikut adalah model matematika nilai sentimen masing-masing calon :

$$SC_n = \left(\frac{TPC_n}{TP_n} - \frac{TNC_n}{TC_n} \right) \times 100 \quad (2)$$

Di mana :

SC_n = Nilai sentimen calon periode ke-n

TPC_n = Total data calon dengan nilai sentimen Postif periode ke-n

TP_n = Total data semua calon dengan nilai Positif periode ke-n

TNC_n = Total data calon dengan nilai sentimen Negatif periode ke-n

TC_n = Total data semua calon dengan nilai Negatif periode ke-n

Jika diperhatikan pada persamaan 2, maka nilai sentimen calon (SC) mungkin bernilai negatif, yang berarti nilai SC bisa menambah atau mengurangi nilai Kinerja Kampanye Calon (KKC). Model Matematika dari perhitungan Kinerja Kampanye Calon (KKC) adalah sebagai berikut :

$$KKC = SC_2 - SC_1$$

Di mana

KKC = Kinerja Kampanye Calon

SC_2 = Nilai Sentimen Calon periode ke-2

SC_1 = Nilai Sentimen Calon periode ke-1

Selanjutnya dapat dihitung Kinerja Kampanye Pasangan Calon (gubernur dan wakil gubernur), dengan perhitungan matematika sebagai berikut :

$$KPC = KKC_{cagub} + KKC_{cawagub} \quad (3)$$

Di mana :

KPC = Nilai Kinerja Pasangan Calon

KKC_{cagub} = Nilai Kinerja Kampanye Cagub

$KKC_{cawabup}$ = Nilai Kinerja Kampanye Cawagub

2.3.3. Korelasi antara Endorment Politik, Popularitas, dan Elektabilitas

Penelitian ini akan menganalisis korelasi antara endorsment politik, popularitas pasangan calon dan elektabilitas masing-masing calon. Data elektabilitas diambil dari hasil Real Count KPU. Variabel bebas (independent) yang digunakan dalam analisis korelasi pada penelitian ini adalah :

1. Persentase (%) jumlah data scraping pasangan calon pada periode kedua (JDP₂) sebagai tolok ukur tingkat popularitas pasangan calon.
2. Persentase (%) jumlah sentimen positif pasangan calon pada periode kedua (PPos₂) sebagai tolok ukur tingkat positività para pasangan calon .
3. Nilai kinerja para calon saat kampanye (KPC), sebagai tolok ukur efektivitas kegiatan kampanye pasangan calon.
4. Jumlah endorsement yang didapatkan pasangan calon.

Perhitungan korelasi akan menggunakan perangkat lunak Orange, dan interpretasi koefisien korelasi akan mengikuti Tabel 12.

Tabel 12. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiono, 2016)

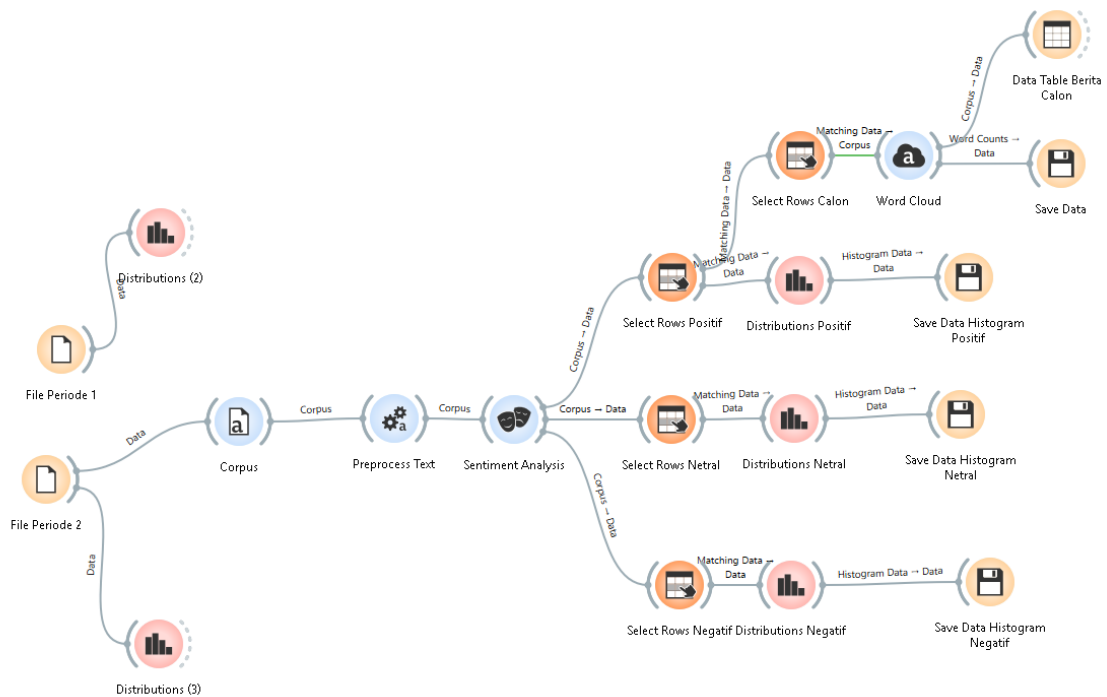
2.3.4. Menghitung Dampak Endorsment Politik pada Tingkat Elektabilitas

Penghitungan Dampak Endorsment Politik dimulai dari pencarian pelaku endorsment politik dan pasangan calon yang didukungnya. Pelaku dapat dideteksi melalui *widget Word Cloud* pada tabel sintemen Positif masing-masing calon di aplikasi Orange.

Pada penelitian ini hanya melihat 20 kata terbanyak yang muncul dalam *widget Word Cloud*, selanjutnya adalah mencari keberadaan nama-nama pelaku endorsment politik terhadap calon yang bersangkutan. Pelaku endorsment politik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nama orang pendukung calon, dan bukan nama calon sendiri serta bukan nama pesaing dan nama pendukung pesain calon. Jika nama pelaku endorsement politik ditemukan, maka akan dicari berita yang relevan untuk membuktikan bahwa dukungannya adalah hal yang nyata.

2.3.5. Model Analisis Sentimen

Penelitian ini menggunakan aplikasi Orange untuk melakukan analisis sentimen. Berikut adalah model analisis sentimen (pada orange) yang digunakan dan disesuaikan berdasar daerah pemilihan :



Gambar 1. Model Sentimen Analisis

Model pada Gambar 1 adalah model analisis sentimen untuk daerah pemilihan provinsi Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur akan menggunakan *dataset* sesuai dengan daerah masing-masing dan juga akan menyesuaikan nama-nama dan jumlah calon mengikuti jumlah calon pada daerah masing-masing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, proses scraping data dilakukan dengan menggunakan aplikasi otomatisasi untuk mengumpulkan berita terkait para calon peserta Pilkada Serentak 2024 dari Google News. Data yang dikumpulkan mencakup topik berita yang relevan dengan calon-calon yang berpartisipasi dalam pemilihan. Data tersebut diambil selama dua periode (awal dan menjelang pemilihan), dengan fokus pada kata kunci yang sudah ditetapkan sebelumnya. Total hasil scraping menunjukkan bahwa terdapat 59.075 berita yang relevan

Analisis awal menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah berita yang dikumpulkan oleh Google News pada periode kedua (24 November 2024) bila dibandingkan pada periode pertama (30 September – 4 Oktober 2024). Hal ini mengindikasikan ada pergerakan yang dinamis dari para calon selama masa kampanye dan direkam oleh media online sebagai berita. Pemungutan suara telah dilakukan pada tanggal 27 November 2024, sehingga hasil analisis sentimen bisa dihitung korelasinya dengan data *real count* dari KPU.

3.1. Analisis Sentimen

3.1.1. Hasil Analisis Sentimen Pilkada Banten

Tabel 13. Analisis Sentimen Data tanggal 30 September 2024 Banten

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₁
Banten	1	Airin Rachmi Diany	516	382	192	5,200733893
Banten	1	Ade Sumardi	340	323	197	-5,264697704
Banten	2	Andra Soni	517	373	230	0,571120236
Banten	2	Achmad Dimiyati	414	374	192	-0,507156426
Total :			1787	1452	811	

Tabel 13. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 30 September 2024 Banten

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Airin Rachmi Diany	airin, banten, rachmi, diany, ade, pilkada, 2024, pilgub, dukung, nomor, andra, tangsel, urut, sumardi, maju, 1, golkar, gubernur, pendidikan, dimiyati
Ade Sumardi	ade, airin, banten, sumardi, pilgub, dukung, 2024, rachmi, golkar, pilkada, diany, nomor, pdip, maju, andra, dimiyati, urut, gubernur, dukungan, 1
Andra Soni	andra, soni, banten, dimiyati, sekolah, gratis, dukung, pilgub, airin, nomor, 2024, program, pilkada, 2, urut, dukungan, maju, ulama, ade, relawan
Achmad Dimiyati	dimiyati, banten, andra, soni, pilgub, natakusumah, nomor, 2024, airin, dukung, pilkada, 2, ade, urut, maju, 1, program, pandeglang, gratis, dukungan

Tabel 14. Analisis Sentimen Data tanggal 24 November 2024 Banten

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₂
Banten	1	Airin Rachmi Diany	619	222	279	-1,668634026
Banten	1	Ade Sumardi	478	201	271	-6,745565272
Banten	2	Andra Soni	843	211	216	13,8339004
Banten	2	Achmad Dimiyati	465	233	252	-5,419701098
Total :			2405	867	1018	

Tabel 15. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 24 November 2024 Banten

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Airin Rachmi Diany	airin, banten, rachmi, diany, gubernur, calon, ade, sumardi, 2024, pilkada, golkar, program, pasangan, pilgub, partai, tangerang, dukungan, pendidikan, maju, nomor
Ade Sumardi	ade, banten, airin, sumardi, gubernur, rachmi, diany, calon, 2024, pasangan, golkar, pilgub, pdip, pilkada, partai, dukungan, maju, dukung, nomor, urut
Andra Soni	andra, banten, soni, gubernur, dimiyati, calon, nomor, urut, sekolah, 2024, program, gratis, prabowo, tangerang, pilkada, pasangan, 2, natakusumah, dukungan, pilgub
Achmad Dimiyati	banten, dimiyati, andra, soni, natakusumah, gubernur, calon, 2024, pasangan, pilgub, pilkada, nomor, urut, partai, program, maju, dukungan, pandeglang, tangerang, 2

Berdasarkan jumlah popularitas dan jumlah sentimen positif pasangan calon terlihat berimbang pada periode pertama (Tabel 13), namun pada periode kedua berita dengan topik dengan sentimen positif untuk Andra Soni meningkat. Nama Prabowo masuk ke dalam 20 kata terbanyak di dalam Topik Berita Andra Soni, dan terlihat ada dukungan (endorsement politik) dari Prabowo ke Andra Soni secara terbuka.

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
andra soni	setelah luthfi yasin giliran prabowo dukung soni dimiyati pada pilkada banten ...	portal jogja ket...	7.14286
andra soni	presiden prabowo endorse calon gubernur banten andra soni di pilkada 2024 f...	faktaidn com p...	6.89655
andra soni	prabowo ajak warga banten coblos andra soni dimiyati di pilkada 2024	ketua umum p...	8.33333
andra soni	prabowo dukung andra soni percaya kerja untuk banten top news	metrotv ketua ...	24
andra soni	prabowo subianto dukung andra soni maju pilgub banten 2204	triberita com se...	7.40741
andra soni	prabowo beri dukungan terbuka ke andra soni di pilgub banten	tempo co jakart...	12.5

Gambar 2. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Prabowo Ke Andra Soni

Tabel 16. Peningkatan/Penurunan sentimen calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	PPos ₂ (%)	SC ₂	SC ₁	KKC
Airin Rachmi Diany	25,73804574	-1,668634026	5,200733893	-6,869367919
Ade Sumardi	19,87525988	-6,745565272	-5,264697704	-1,480867568
Andra Soni	35,05197505	13,8339004	0,571120236	13,26278016
Achmad Dimiyati	19,33471933	-5,419701098	-0,507156426	-4,912544672

Tabel 17. Peningkatan/Penurunan sentimen pasangan calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse (Orang)
Airin Rachmi Diany - Ade Sumardi	48,25174825	45,61331	-8,350235488	0
Andra Soni - Achmad Dimiyati	51,74825175	54,38669	8,350235488	1

Dari Tabel 17 terlihat bahwa pasangan Andra Soni unggul dari pasangan Airin Rachmi Diany tingkat Popularitas Pasangan Calon (Total PJD₂), Total Persentase Sentimen Positif Pasangan (JPos₂), Kinerja Kampanye Pasangan Calon (KPC), dan jumlah endorsment politik yang didapat.

3.1.2. Hasil Analisis Sentimen Pilkada Jakarta

Tabel 18. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jakarta

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₁
Jakarta	1	Ridwan Kamil	1359	383	208	25,54725339
Jakarta	1	Suswono	593	313	144	7,470813964
Jakarta	2	Dharma Pongrekun	366	347	317	-11,14336651
Jakarta	2	Kun Wardana	290	245	225	-7,021787102
Jakarta	3	Pramono Anung	423	403	234	-3,737313505
Jakarta	3	Rano Karno	374	416	320	-11,11560023
Total :			3405	2107	1448	

Tabel 19. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 3 Oktober 2024 Jakarta

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Ridwan Kamil	ridwan, kamil, jakarta, suswono, betawi, ekonomi, pilkada, jabar, janji, jawa, budaya, gubernur, barat, program, 2024, politik, pilgub, anies, pendidikan, dukung
Suswono	suswono, ridwan, kamil, jakarta, rk, pilkada, pilgub, 2024, dukung, kampanye, betawi, program, politik, janji, survei, dukungan, anies, pasangan, relawan, pramono
Dharma Pongrekun	dharma, pongrekun, jakarta, kun, pilkada, kamil, ridwan, pramono, wardana, 2024, janji, pilgub, kampanye, 3, dki, nomor, maju, urut, anung, suswono
Kun Wardana	kun, wardana, jakarta, dharma, pongrekun, pilkada, gratis, internet, 2024, cawagub, dki, ridwan, kamil, pramono, independen, kampanye, pilgub, kpu, maju, suswono
Pramono Anung	pramono, anung, jakarta, janji, rano, karno, pilkada, politik, ridwan, kamil, pilgub, gratis, anies, agama, gubernur, 2024, menang, debat, kampanye, kjp
Rano Karno	rano, karno, jakarta, pramono, janji, pilkada, anung, politik, doel, 2024, menang, pilgub, si, anies, dki, aspirasi, agama, pendidikan, dukung, jawa

Tabel 20. Analisis Sentimen Data tanggal 24 November 2024 Jakarta

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₂
Jakarta	1	Ridwan Kamil	1359	383	208	25,26064188
Jakarta	1	Suswono	593	313	144	-0,418411328
Jakarta	2	Dharma Pongrekun	366	347	317	-10,86881701
Jakarta	2	Kun Wardana	290	245	225	-7,111221934
Jakarta	3	Pramono Anung	423	403	234	0,901853255

Jakarta	3	Rano Karno	374	416	320	-7,764044868
Total :			3405	2107	1448	

Tabel 21. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 24 November 2024 Jakarta

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Ridwan Kamil	ridwan, kamil, jakarta, suswono, kampanye, janji, ekonomi, jokowi, akbar, betawi, pilkada, budaya, agama, dukung, program, sosial, sekolah, gubernur, pendidikan, jabar
Suswono	suswono, ridwan, kamil, jakarta, kampanye, akbar, rk, pilkada, dukung, jokowi, pramono, rano, dukungan, relawan, janji, anies, rido, pendidikan, lapangan, pilgub
Dharma Pongrekun	dharma, pongrekun, kun, jakarta, kampanye, akbar, pilkada, pramono, 2024, ridwan, kamil, debat, wardana, ekonomi, tuhan, cagub, lapangan, janji, adab, pilgub
Kun Wardana	kun, wardana, dharma, jakarta, pongrekun, kampanye, pilkada, akbar, janji, debat, 2024, cawagub, dki, gratis, pilgub, internet, independen, program, pramono, kesehatan
Pramono Anung	pramono, anung, rano, jakarta, anies, karno, kampanye, janji, dukung, akbar, pilkada, ridwan, kamil, dukungan, politik, jokowi, betawi, baswedan, agama, menang
Rano Karno	rano, pramono, karno, jakarta, anung, anies, kampanye, akbar, janji, pilkada, dukung, dukungan, betawi, budaya, politik, baswedan, ahok, ridwan, kamil, suswono

Ridwan Kamil terlihat sangat unggul pada tingkat sentimen positifnya (popularitas tinggi) bisa dilihat pada tabel 18 pada periode pertama. Namun pada periode kedua kinerja Ridwan Kamil terlihat stagnan, selain itu endorsment politik dari Anies Baswedan dan Ahok terlihat jelas mendukung pasangan Pramono Anung. Sedangkan Ridwan Kamil hanya mendapat dukungan yang kurang kuat dari Jokowi.

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
ridwan kamil	alasan jokowi dan sby tak hadir kampanye akbar ridwan kamil suswono	presiden ke 7 ri ...	11.1111
ridwan kamil	pilkada jakarta 2024 agar menang ridwan kamil suswono didukung penuh prabowo subianto dan jokowi	tim pemenang...	16.6667
ridwan kamil	ridwan kamil dukungan jokowi dan sby sudah jelas meski tak hadir kampanye akbar disway id	calon gubernur...	30
ridwan kamil	respons ridwan kamil setelah jokowi pilih ikut kampanye akbar luthfi di jateng ketimbang jakarta	pasangan calon...	9.09091
ridwan kamil	jokowi dan sby tak hadir kampanye akbar ridwan kamil suswono timses beberkan alasannya	alasan presiden...	18.1818
ridwan kamil	jokowi pilih hadir kampanye akbar di jateng begini respons ridwan kamil	presiden ri ke 7 ...	22.2222

Gambar 3. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke pasangan Ridwan Kamil

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
pramono anung	tak hadir kampanye akbar anies tetap dukung pramono rano di pilkada jakarta 2024 Kompas.com	Kompas.com a...	16.6667
pramono anung	alasan anies akhirnya jatuhkan pilihan dukung pramono rano	republika.co id ...	14.2857
pramono anung	maruarar nilai dukungan anies ke pramono rano untungkan rk	politikus partai ...	12.5
pramono anung	alasan anies baswedan dukung pramono rano bukan rido	anies menilai m...	14.2857
pramono anung	dukungan anies ke pramono sulut semangat kubu rido	politisi partai g...	28.5714
pramono anung	penjelasan maruarar soal anies dukung pramono rano bangun macan tidur	politisi Gerindra...	22.2222
pramono anung	ahok buka suara soal anies tak hadir di kampanye akbar pramono	ahok bersyukur...	11.1111

Gambar 4. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke pasangan Pramono Anung

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
rano karno	syukur ahok kala ahoker dan anak abah bersatu demi pram rano	ahoker dan ana...	12.5
rano karno	ahok bersyukur ahokers dan anak abah bersatu dukung pramono rano dalam pilkada dki jakarta 2024 kelas kla...	ahok bersyukur...	20
rano karno	ahok tunjukkan dukungan di kampanye akbar pramono rano karno sinergi jatim	acara tersebut ...	20
rano karno	ahok dan foke hadir kampanye akbar pramonon anung rano karno beritasatu	sejumlah mant...	10
rano karno	ahok buka suara soal anies tak hadir di kampanye akbar pram rano	ahok bersyukur...	11.1111
rano karno	respons ahok soal ahokers amp anak abah kompak dukung pramono rano	tirto id mantan ...	20

Gambar 5. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke Pasangan Pramono Anung

Tabel 22. Peningkatan/Penurunan sentimen calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	PPos ₂ (%)	SC ₂	SC ₁	KKC
Ridwan Kamil	36,995007	25,54725339	25,26064188	-0,28661151
Suswono	16,409442	7,470813964	-0,418411328	-7,88922529
Dharma Pongrekun	9,8275079	-11,14336651	-10,86881701	0,274549507
Kun Wardana	10,167953	-7,021787102	-7,111221934	-0,08943483
Pramono Anung	13,345438	-3,737313505	0,901853255	4,639166761
Rano Karno	13,254653	-11,11560023	-7,764044868	3,351555362

Tabel 23. Peningkatan/Penurunan sentimen pasangan calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse (Orang)
Ridwan Kamil – Suswono	43,176179	53,404448	-8,175836798	1
Dharma Pongrekun - Kun Wardana	27,295285	19,995461	0,185114675	0
Pramono Anung - Rano Karno	29,528536	26,600091	7,990722123	2

Dari Tabel 23 terlihat bahwa pasangan Ridwan Kami unggul signifikan dari pasangan Pramono Anung tingkat Popularitas Pasangan Calon (Total PJD₂) dan memiliki tingkat sentiment positif periode kedua (JPos₂). Namun untuk Kinerja Kampanye Pasangan Calon (KPC), dan jumlah endorsement politik yang didapat, pasangan Pramono Anung lebih unggul dibandingkan pasangan Ridwan Kamil.

3.1.3. Hasil Analisis Sentimen Pilkada Jawa Barat

Tabel 24. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Barat

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₁
Jabar	1	Acep Adang	126	120	74	-0,71921
Jabar	1	Gitalis Dwi Natarina	294	211	125	1,421116
Jabar	2	Jeje Wiradinata	303	281	183	-2,05771
Jabar	2	Ronal Surapradja	351	296	263	-5,70032
Jabar	3	Ahmad Syaikhu	582	343	165	8,174023
Jabar	3	Ilham Habibie	513	360	177	5,152801
Jabar	4	Dedi Mulyadi	573	467	400	-7,39786
Jabar	4	Erwan Setiawan	337	262	151	1,127167
Total :			3079	2340	1538	

Tabel 25. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 3 Oktober 2024 Jawa Barat

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
---------------	--

Acep Adang	acep, adang, ruhiat, pkb, jabar, jawa, barat, pilkada, calon, 2024, gubernur, pilgub, gita, kdi, ridwan, kamil, tasikmalaya, cawagub, maju, sosok
Gitalis Dwi Natarina	gita, kdi, jabar, acep, jawa, barat, adang, 2024, pilgub, pilkada, gitalis, nomor, dwi, pkb, natarina, dedi, 1, gubernur, urutan, dangdut
Jeje Wiradinata	jeje, wiradinata, jabar, pangandaran, jawa, barat, bupati, 2024, ronal, pilgub, gubernur, pdip, pilkada, calon, maju, cagub, surapradja, profil, pembangunan, kesenjangan
Ronal Surapradja	ronal, surapradja, jabar, jawa, barat, 2024, maju, cawagub, pilgub, jeje, pdip, pilkada, profil, wiradinata, tora, sudiro, komedian, bandung, calon, politik
Ahmad Syaikhu	syaikhu, ahmad, pks, jabar, 2024, jawa, barat, pilgub, presiden, ilham, habibie, pilkada, program, asih, janji, aher, pasangan, dukung, disway, id
Ilham Habibie	habibie, ilham, jabar, jawa, pilgub, barat, syaikhu, maju, nasdem, 2024, pilkada, ahmad, akbar, pks, bj, profil, politik, gubernur, indonesia, asih
Dedi Mulyadi	dedi, mulyadi, jabar, jawa, barat, pilgub, erwan, 2024, pilkada, survei, gubernur, ayo, sosial, bandung, unggul, dukungan, dukung, purwakarta, politik, elektabilitas
Erwan Setiawan	erwan, setiawan, dedi, jabar, mulyadi, pilgub, 2024, jawa, barat, sumedang, survei, pilkada, unggul, dukungan, persen, cawagub, 4, pasangan, elektabilitas, maju

Tabel 26. Analisis Sentimen Data tanggal 24 November 2024 Jawa Barat

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	Pos - Neg	SC ₂
Jabar	1	Acep Adang	172	120	68	104	0,6388767
Jabar	1	Gitalis Dwi Natarina	353	211	174	179	-0,7598851
Jabar	2	Jeje Wiradinata	441	281	201	240	0,0354546
Jabar	2	Ronal Surapradja	319	296	214	105	-4,0997561
Jabar	3	Ahmad Syaikhu	609	343	192	417	5,1945671
Jabar	3	Ilham Habibie	659	360	149	510	9,1546372
Jabar	4	Dedi Mulyadi	560	467	480	80	-13,470427
Jabar	4	Erwan Setiawan	525	262	185	340	3,3065322
Total :			3638	2340	1663		

Tabel 27. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 24 November 2024 Jawa Barat

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Acep Adang	acep, adang, jabar, ruhiat, jawa, barat, pkb, gita, 2024, pilgub, kdi, cagub, calon, gubernur, profil, pilkada, maju, cawagub, gitalis, jejak
Gitalis Dwi Natarina	gita, jabar, kdi, acep, adang, jawa, barat, pilgub, 2024, gitalis, pilkada, dwi, natarina, cawagub, debat, janji, dedi, bahagia, maju, gubernur
Jeje Wiradinata	jeje, wiradinata, jabar, jawa, barat, ronal, cagub, pangandaran, 2024, pilgub, pilkada, gubernur, bupati, surapradja, calon, debat, profil, pdip, maju, budaya
Ronal Surapradja	ronal, surapradja, jabar, jawa, jeje, barat, cawagub, 2024, pilgub, maju, wiradinata, pilkada, profil, pdip, debat, tora, sudiro, budaya, komedian, bandung
Ahmad Syaikhu	syaikhu, ahmad, jabar, ilham, habibie, jawa, barat, pilgub, pks, 2024, asih, dukungan, dukung, pilkada, cagub, anies, disway, id, debat, agama
Ilham Habibie	ilham, habibie, jabar, syaikhu, ahmad, jawa, barat, pilgub, 2024, bogor, dukungan, radar, anies, asih, pilkada, ekonomi, dukung, cawagub, indonesia, debat

Dedi Mulyadi	dedi, mulyadi, jabar, jawa, barat, erwan, pilgub, survei, unggul, setiawan, 2024, pilkada, politik, budaya, gubernur, pendidikan, sosial, ayo, indikator, bandung
Erwan Setiawan	erwan, dedi, setiawan, jabar, mulyadi, pilgub, survei, 2024, unggul, jawa, barat, pilkada, dukung, elektabilitas, sumedang, indikator, cawagub, menang, politik, pasangan, paslon

Ahmad Syaikhul terlihat unggul pada tingkat sentimen positifnya bisa dilihat pada tabel 24 pada periode pertama. Namun pada periode kedua, kinerja pasangan Jeje Wiradinata terlihat unggul dibandingkan pasangan lainnya, selain itu untuk jumlah endorsment politik, pasangan Dedi Mulyadi lebih unggul dibandingkan pasangan lainnya.

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
ronal surapradja	ronal surapradja maju pilgub jabar ini jawaban tora sudiro	seperti diketah...	14.2857
ronal surapradja	fakta di balik tora sudiro tak mau bantu ronal surapradja	fakta di balik to...	33.3333
ronal surapradja	tora sudiro tak yakin ronal surapradja bisa menang di pilkada 2024	tora sudiro tera...	14.2857
ronal surapradja	cerita tora sudiro tak bisa bantu kampanye ronal surapradja	cerita tora sudir...	14.2857
ronal surapradja	ronal surapradja minta dukungan tora sudiro gue nggak bisa bantu	ronal surapradj...	12.5

Gambar 6. Cuplikan berita sangkalan endorsement politik Tora Sudiro ke Pasangan Jeje Wiradita

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
ilham habibie	anies baswedan nyatakan dukung syaikhul ilham di pilgub jawa barat 2024 nilai cakup dan berkompetensi tinggi kilat	usai pramono r...	14.2857
ilham habibie	anies baswedan tegaskan resmi dukung ahmad syaikhul dan ilham habibie di pilgub jabar ini dia alasannya radar bogor	anies baswedan...	7.14286
ilham habibie	anies baswedan resmi dukung ahmad syaikhul dan ilham habibie di pilgub jabar	tribunjabar id b...	10
ilham habibie	anies baswedan dukung syaikhul ilham di pilgub jabar 2024	anies baswedan...	12.5
ilham habibie	anies dukung ahmad syaikhul ilham di pilgub jabar mereka punya kompetensi tinggi sebagai pemimpin	pikiran rakyat a...	22.2222
ilham habibie	anies baswedan dukung syaikhul ilham di pilgub jabar 2024	anies baswedan...	12.5

Gambar 7. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Anies ke Pasangan Achmad Syaikhul

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
dedi mulyadi	indikator sebut dedi erwan unggul telak di jabar karena efek prabowo	dedi mulyadi er...	12.5
dedi mulyadi	presiden prabowo absen dedi mulyadi dan ridwan kamil di acara gsn	salah satu yang...	11.1111
dedi mulyadi	dedi mulyadi terus pastikan program presiden prabowo berjalan efektif di jabar	dpd partai geri...	11.1111
dedi mulyadi	dedi mulyadi puji prabowo pemimpin otentik penyayang amp tak pencitraan di media sosial	politikus partai ...	18.1818

Gambar 8. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Prabowo ke Pasangan Dedi Mulyadi

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
erwan setiawan	paslon jabar istimewa dapat suntikan dukungan dari gabungan relawan jokowi	laporan wartaw...	37.5
erwan setiawan	organda dukung syaikhul ilham melawan jokowi dukung demul erwan	pilgubjabar pilk...	22.2222

Gambar 9. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke Pasangan Dedi Mulyadi

Tabel 28. Peningkatan/Penurunan sentimen calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	PPos2 (%)	SC2	SC1	PPC
Acep Adang	4,7278725	0,6388767	-0,71921	1,3580824
Gitalis Dwi Natarina	9,7031336	-0,7598851	1,421116	-2,1810015
Jeje Wiradinata	12,122045	0,0354546	-2,05771	2,0931667
Ronal Surapradja	8,7685542	-4,0997561	-5,70032	1,6005688
Ahmad Syaikhul	16,739967	5,1945671	8,174023	-2,9794554
Ilham Habibie	18,114349	9,1546372	5,152801	4,0018361
Dedi Mulyadi	15,393073	-13,470427	-7,39786	-6,0725625

Erwan Setiawan	14,431006	3,3065322	1,127167	2,1793655
----------------	-----------	-----------	----------	-----------

Tabel 29. Peningkatan/Penurunan sentimen pasangan calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse (Orang)
Acep Adang - Gitalis Dwi Natarina	14,852753	14,431006	-0,822919185	0
Jeje Wiradinata - Ronal Surapradja	23,559539	20,890599	3,693735506	0
Ahmad Syaikhu - Ilham Habibie	29,065301	34,854316	1,022380673	1
Dedi Mulyadi - Erwan Setiawan	32,522407	29,824079	-3,893196994	2

Pasangan Dedi Mulyadi unggul dalam nilai tingkat popularitas periode kedua (Total PJD₂) dan jumlah endorsment politik (walaupun dukungan berupa simbolik, seperti Prabowo menyuruh Dedi Mulyadi naik ke atas Mobil Maung), namun pasangan Ahmad Syaikhu unggul dalam nilai sentimen positif (Jpos₂), sedangkan pasangan Jeje Wiradinata unggul pada nilai kinerja kampanye (KPC) sebagai efek dari beredar isu Tora Sudiro mendukung Ronal Supradja (walaupun akhirnya dibantah oleh Tora Sudiro).

3.1.4. Hasil Analisis Sentimen Pilkada Jawa Tengah

Tabel 30. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Tengah

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₁
Jateng	1	Andika Perkasa	422	509	329	-10,933821
Jateng	1	Hendrar Prihadi	383	437	240	-3,8005921
Jateng	2	Ahmad Luthfi	537	342	211	7,7852665
Jateng	2	Taj Yasin Maimoen	458	365	177	6,9491466
Total :			1800	1653	957	

Tabel 31. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 3 Oktober 2024 Jawa Tengah

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Andika Perkasa	andika, perkasa, jateng, jenderal, tni, panglima, pilkada, pendidikan, jawa, 2024, luthfi, pilgub, pdip, ahmad, maju, calon, gubernur, profil, hendi, anak
Hendrar Prihadi	hendrar, prihadi, jateng, hendi, andika, semarang, jawa, kota, perkasa, pilgub, pilkada, 2024, maju, luthfi, gubernur, wali, suara, merdeka, pdip, yasin
Ahmad Luthfi	luthfi, ahmad, jateng, pilgub, pilkada, jawa, yasin, 2024, maju, irjen, dukung, andika, taj, kapolda, cagub, perkasa, dukungan, pol, melawan, solo
Taj Yasin Maimoen	yasin, taj, jateng, luthfi, ahmad, gus, pilgub, maimoen, jawa, 2024, maju, pilkada, wagub, dukung, gubernur, calon, ppp, profil, agama, ekonomi

Tabel 32. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Tengah

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	Pos - Neg	SC ₂
Jateng	1	Andika Perkasa	484	501	305	179	-8,797148797
Jateng	1	Hendrar Prihadi	431	428	191	240	0,87982288
Jateng	2	Ahmad Luthfi	581	419	240	341	3,075033075

Jateng	2	Taj Yasin Maimoen	506	385	189	317	4,842292842
Total :			2002	1733	925		

Tabel 33. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 24 November 2024 Jawa Tengah

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Andika Perkasa	andika, perkasa, jateng, jawa, tni, luthfi, jenderal, hendi, pendidikan, ahmad, pilkada, pilgub, 2024, akbar, panglima, profil, survei, hafiz, hendrar, kampanye
Hendrar Prihadi	andika, hendrar, prihadi, jateng, hendi, perkasa, jawa, semarang, pilgub, pilkada, luthfi, 2024, kota, yasin, survei, unggul, ekonomi, maju, pdip, dukung
Ahmad Luthfi	luthfi, ahmad, jateng, yasin, taj, jawa, pilgub, jokowi, dukung, pilkada, 2024, solo, andika, kampanye, dukungan, kilat, prabowo, cagub, suara, debat
Taj Yasin Maimoen	yasin, luthfi, taj, jateng, ahmad, gus, jokowi, pilgub, jawa, pilkada, 2024, dukung, maimoen, kampanye, solo, prabowo, dukungan, semarang, program, andika

Pasangan Ahmad Luthfi terlihat unggul pada semua nilai indikator. Endorsment Politik dari Jokowi dan Prabowo diumumkan secara terbuka pada akhir-akhir masa kampanye.

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
ahmad luthfi	momen sudaryono bikin jokowi dan ribuan massa tertawa di akhir kampanye luthfi yasin	hari terakhir ka...	20
ahmad luthfi	akhir kampanye luthfi yasin di semarang ketua dpd gerindra jateng bikin jokowi dan ribuan massa t...	pasangan calon ...	7.69231
ahmad luthfi	presiden ke 7 jokowi cagub jateng ahmad luthfi artis ibu kota rezky aditya dan citra kirana hadiri ka...	fokusjateng boy...	10.5263
ahmad luthfi	jokowi hadiri kampanye akbar luthfi yasin di semarang optimis menang	presiden ke 7 ri j...	33.3333
ahmad luthfi	hadiri doa bersama di semarang jokowi optimis luthfi yasin menang pilgub jateng	presiden ke 7 ri j...	20
ahmad luthfi	jokowi ikut kampanye di semarang dukung ahmad luthfi taj yasin	hari terakhir ka...	12.5
ahmad luthfi	rk tak baper jokowi lebih pilih hadiri kampanye akbar ahmad luthfi taj yasin	calon gubernur j...	9.09091
ahmad luthfi	hadiri kampanye terakhir pilkada jateng jokowi yakin luthfi yasin menang	jokowi menyeb...	12.5

Gambar 10. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke Pasangan Ahmad Luthfi

Klasifikasi	Topik Berita True	Deskripsi Berita	sentiment
ahmad luthfi	relawan prabowo gibran solid menangkan luthfi yasin di pilgub jateng	telusur co id rela...	22.2222
ahmad luthfi	ngotot bela prabowo jokowi bilang sah presiden dukung ahmad luthfi taj yasin apalagi ayo indonesia	ngotot membel...	21.4286
ahmad luthfi	kata jokowi soal video prabowo dukung luthfi yasin di rumahnya di solo sebut presiden punya hak	seperti diberitak...	10
ahmad luthfi	jawaban andika perkasa soal video prabowo endorse ahmad luthfi taj yasin di solo percaya bawaslu	andika perkasa ...	8.33333
ahmad luthfi	sudaryono tegaskan pasangan ahmad luthfi dan taj yasin selaras dengan pemerintahan prabowo	ketua dewan pi...	10
ahmad luthfi	soal video dukungan prabowo ke ahmad luthfi andika perkasa serahkan pada yang berwenang	andika perkasa ...	11.1111
ahmad luthfi	soal video dukungan prabowo ke ahmad luthfi andika perkasa serahkan pada yang berwenang	andika perkasa ...	11.1111
ahmad luthfi	jokowi tanggapi putusan bawaslu soal prabowo dukung ahmad luthfi taj yasin	sebelumnya ket...	10

Gambar 11. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Prabowo ke Pasangan Ahmad Luthfi

Tabel 34. Peningkatan/Penurunan sentimen calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	PPos2 (%)	SC2	SC1	PPC
Andika Perkasa	24,17582418	-8,797148797	-10,933821	2,136672171
Hendrar Prihadi	21,52847153	0,87982288	-3,8005921	4,680415008

Ahmad Luthfi	29,02097902	3,075033075	7,7852665	-4,710233383
Taj Yasin Maimoen	25,27472527	4,842292842	6,9491466	-2,106853797

Tabel 35. Peningkatan/Penurunan sentimen pasangan calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse (Orang)
Andika Perkasa - Hendrar Prihadi	50,21459227	45,7042957	6,817087179	0
Ahmad Luthfi - Taj Yasin Maimoen	49,78540773	54,2957043	-6,817087179	2

Pengumuman endorsment politik dari Jokowi dan Prabowo pada akhir masa kampanye menyebabkan peningkatan kinerja pasangan Ahmad Luthfi tidak banyak terekam secara signifikan, yang menyebabkan kinerja pasangan calon (KPC) Andika Perkasa unggul.

3.1.5. Hasil Analisis Sentimen Pilkada Jawa Timur

Tabel 36. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Timur

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC ₁
Jatim	1	Luluk Nur Hamidah	223	342	295	-14,74317307
Jatim	1	Lukmanul Khakim	110	121	69	-0,948806046
Jatim	2	Khofifah Indar Parawansa	644	492	194	11,79753852
Jatim	2	Emil Elestianto Dardak	512	373	173	7,828667757
Jatim	3	Tri Rismaharini	642	474	334	0,140860161
Jatim	3	Zahrul Azhar Asumta	183	222	145	-4,075087323
Total :			2314	2024	1210	

Tabel 37. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 3 Oktober 2024 Jawa Timur

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Luluk Nur Hamidah	luluk, hamidah, nur, jatim, pilgub, pkb, cagub, 2024, jawa, timur, lukmanul, khakim, profil, maju, pilkada, dukung, gubernur, ekonomi, madura, calon
Lukmanul Khakim	luluk, jatim, lukmanul, pilgub, khakim, pkb, hamidah, jawa, lukman, pilkada, nur, timur, 2024, kesehatan, maju, nomor, din, dukung, tes, gus
Khofifah Indar Parawansa	khofifah, jatim, emil, indar, parawansa, gubernur, jawa, pilgub, 2024, timur, pendidikan, pilkada, budaya, survei, elektabilitas, dukung, politik, indonesia, risma, ajak
Emil Elestianto Dardak	emil, khofifah, jatim, dardak, pilgub, jawa, timur, wagub, 2024, ekonomi, pilkada, dukungan, dukung, pendidikan, 2, survei, ajak, politik, radar, terima
Tri Rismaharini	risma, tri, rismaharini, menteri, sosial, jatim, pendidikan, gus, mensos, pilgub, 2024, surabaya, maju, pilkada, jawa, jokowi, pdip, ekonomi, hans, timur
Zahrul Azhar Asumta	gus, hans, jatim, risma, pilgub, 2024, jawa, timur, maju, pilkada, calon, gubernur, sosok, zahrul, tri, rismaharini, azhar, asumta, nomor, khofifah

Tabel 38. Analisis Sentimen Data tanggal 3 Oktober 2024 Jawa Timur

Provinsi	No. Urut	Cagub/Cawagub	Pos	Net	Neg	SC2
Jatim	1	Luluk Nur Hamidah	214	202	164	-5,508678724
Jatim	1	Lukmanul Khakim	281	284	185	-4,847682852
Jatim	2	Khofifah Indar Parawansa	849	566	235	10,82122349
Jatim	2	Emil Elestianto Dardak	576	372	172	6,353763819
Jatim	3	Tri Rismaharini	709	460	341	-2,343027722
Jatim	3	Zahrul Azhar Asumta	269	276	175	-4,475598005
Total :			2898	2160	1272	

Tabel 39. 20 kata terbanyak masing-masing calon, data 3 Oktober 2024 Jawa Timur

Cagub/Cawagub	20 Kata Terbanyak dalam Topik Berita dengan Sentimen Positif
Luluk Nur Hamidah	luluk, hamidah, nur, jatim, jawa, timur, cagub, pilgub, 2024, pkb, pilkada, debat, janji, calon, madura, lukman, gubernur, maju, profil, lukmanul
Lukmanul Khakim	khakim, lukmanul, lukman, luluk, jatim, edisi, ketua, gelar, ekonomi, 2024, indonesia, pilkada, politik, mui, umat, sosial, jawa, terpilih, 1, terima
Khofifah Indar Parawansa	khofifah, jatim, emil, gubernur, jawa, ekonomi, pilgub, sosial, parawansa, indar, timur, 2024, ajak, budaya, pendidikan, akbar, survei, kampanye, menteri, dukung
Emil Elestianto Dardak	emil, khofifah, jatim, dardak, pilgub, jawa, timur, 2024, wagub, dukungan, muda, ekonomi, dukung, ajak, survei, kampanye, pilkada, kemenangan, pendidikan, unggul
Tri Rismaharini	risma, tri, rismaharini, jatim, sosial, menteri, gus, pendidikan, hans, pilgub, surabaya, jawa, ekonomi, mensos, 2024, timur, maju, janji, gratis, pilkada
Zahrul Azhar Asumta	gus, hans, jatim, risma, pilgub, 2024, jawa, timur, zahrul, azhar, asumta, pendidikan, tri, rismaharini, pilkada, maju, profil, debat, cawagub, dukung

Pasangan Khofifah Indar Parawansa unggul pada semua nilai indikator penelitian, terutama jika dilihat dari tingkat sentiment positif calon wakil gubernurnya. Untuk endorsement politik di Jawa Timur dilakukan lewat perantara yaitu melalui Kaesang untuk Jokowi dan melalui Gus Miftah untuk Prabowo.

Klasifikasi	Topik Berita	Deskripsi Berita	URL Berita	sentiment
emil elestianto ...	gus miftah janji dengan prabowo totalitas menangkan khofifah emil di pilgub jatim	liputan6.com ja...	https://www.lip...	10
emil elestianto ...	emil dardak khofifah emil komitmen sinergi dengan pusat sesuaikan visi misi prabowo gibran	jakarta calon w...	https://www.m...	8.33333
emil elestianto ...	khofifah emil dinilai paling siap sinergikan kemajuan jatim dengan pemerintahan prabowo gi...	liputan6.com ja...	https://www.lip...	11.1111
emil elestianto ...	khofifah emil klaim sejalan dengan visi prabowo gibran untuk indonesia emas	jakarta calon g...	https://www.m...	11.1111
emil elestianto ...	harapan emil dardak cawapres prabowo subianto bisa diterima semua partai koalisi indonesia ...	surabaya pilar i...	https://www.pil...	9.09091

Gambar 12. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Prabowo ke Pasangan Khofifah

Klasifikasi	Topik Berita	Deskripsi Berita	URL Berita	sentiment
emil elestianto ...	pemimpin kerja nyata kaesang ajak semua warga jatim coblos khofifah emil	surabaya radarj...	https://radarjati...	11.1111
emil elestianto ...	kaesang all out menangkan khofifah emil yakin jatim lebih maju berprestasi	surabaya radarj...	https://radarjati...	11.1111
emil elestianto ...	kompak kaesang bersama kiai nu doakan kemenangan total khofifah emil	surabaya radarj...	https://radarjati...	22.2222
emil elestianto ...	ingin pembangunan jatim dilanjutkan kaesang dukung khofifah emil	kaesang meny...	https://www.wajp...	14.2857
emil elestianto ...	dukung khofifah emil kaesang sebut pembangunan jatim harus dilanjutkan	kaesang meny...	https://fm.id/b...	14.2857
emil elestianto ...	dukung khofifah emil kaesang sebut pembangunan jatim harus dilanjutkan	kepemimpinan ...	https://www.m...	14.2857
emil elestianto ...	kaesang hadir kampanye akbar khofifah emil pendukung siap	putra bungsu p...	https://jatim.id...	28.5714

Gambar 13. Cuplikan berita yang relevan endorsement politik Jokowi ke Pasangan Khofifah

Tabel 40. Peningkatan/Penurunan sentimen calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	PPos ₂ (%)	SC ₂	SC ₁	PPC
Luluk Nur Hamidah	7,384403037	-5,508678724	-14,74317307	9,234494344
Lukmanul Khakim	9,696342305	-4,847682852	-0,948806046	-3,898876806
Khofifah Indar Parawansa	29,29606625	10,82122349	11,79753852	-0,976315033
Emil Elestianto Dardak	19,8757764	6,353763819	7,828667757	-1,474903938
Tri Rismaharini	24,46514838	-2,343027722	0,140860161	-2,483887884
Zahrul Azhar Asumta	9,28226363	-4,475598005	-4,075087323	-0,400510682

Tabel 41. Peningkatan/Penurunan sentimen pasangan calon pada saat Kampanye

Cagub/Cawagub	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse (Orang)
Luluk Nur Hamidah - Lukmanul Khakim	21,01105845	17,08074534	5,335617537	0
Khofifah Indar P. - Emil Elestianto D.	43,75987362	49,17184265	-2,451218972	2
Tri Rismaharini - Zahrul Azhar Asumta	35,22906793	33,74741201	-2,884398566	0

Pasangan Lukluk Nur Hamidah memiliki kinerja kampanye (KPC) terbaik, namun tingkat popularitasnya masih kalah dibandingkan dua pasangan lainnya.

3.2. Analisis Korelasi

Tabel 41. Perbandingan Nilai Indikator Penelitian dengan *Real Count* KPU

Pasangan	Total PJD ₂ (%)	JPos ₂ (%)	KPC	Endorse	KPU (%)
Airin Rachmi Diany - Ade Sumardi	48,25174825	45,61331	-8,350235488	0	44,12
Andra Soni - Achmad Dimiyati	51,74825175	54,38669	8,350235488	1	55,88
Ridwan Kamil - Suswono	43,176179	53,404448	-8,175836798	1	39,4
Dharma Pongrekun - Kun Wardana	27,295285	19,995461	0,185114675	0	10,53
Pramono Anung - Rano Karno	29,528536	26,600091	7,990722123	2	50,07
Acep Adang - Gitalis Dwi Natarina	14,852753	14,431006	-0,822919185	0	9,71
Jeje Wiradinata - Ronal Surapradja	23,559539	20,890599	3,693735506	0	9,32
Ahmad Syaikhu - Ilham Habibie	29,065301	34,854316	1,022380673	1	18,76
Dedi Mulyadi - Erwan Setiawan	32,522407	29,824079	-3,893196994	2	62,22
Andika Perkasa - Hendrar Prihadi	50,21459227	45,7042957	13,73911529	0	40,86
Ahmad Luthfi - Taj Yasin Maimoen	49,78540773	54,2957043	0,826889586	2	59,14
Luluk Nur Hamidah - Lukmanul Khakim	21,01105845	17,08074534	5,335617537	0	8,67
Khofifah Indar P. - Emil Elestianto D.	43,75987362	49,17184265	-2,451218972	2	58,81
Tri Rismaharini - Zahrul Azhar Asumta	35,22906793	33,74741201	-2,884398566	0	32,52

Untuk mengetahui korelasi tingkat popularitas (Total PJD₂), tingkat sentimen positif (Jpos₂), dan tingkat kinerja kampanye pasangan calon (KPC) terhadap *Real Count* KPU sebagai indikator tingkat elektabilitas (keterpilihan), maka data-data tersebut dihitung korelasinya melalui aplikasi Orange. Berikut hasilnya :

Feature 1	Feature 2	Correlation	uncorrected p	FDR
Endorse	KPU	0.758	0.00167998	0.00333705
KPU	Total PJD2	0.757	0.00172739	0.00333705
JPos2	KPU	0.74	0.00250279	0.00333705
KPC	KPU	-0.071	0.809648	0.809648

Gambar 13. Hasil perhitungan korelasi Pearson dari Orange

Bila analisis korelasi (gambar 13) diinterpretasikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi (tabel 12), maka terlihat korelasi antara tingkat elektabilitas (*real count* KPU) berkorelasi **kuat** dengan jumlah endorsment politik yang didapatkan, tingkat popularitas pasangan calon, dan tingkat sentimen positif pasangan calon. Namun kinerja kampanye pasangan calon memiliki korelasi yang sangat lemah terhadap tingkat elektabilitas.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini juga menggunakan model analisis yang objektif karena dilakukan pada lima daerah (provinsi) pemilihan berbeda di Pulau Jawa, yaitu Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur.

Data Google News juga terbukti bisa digunakan untuk menangkap dinamika kampanye Pilkada 2024. Hal ini bisa dibuktikan dengan melihat indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan korelasi yang Kuat terhadap tingkat elektabilitas (yang ditunjukkan oleh hasil *real count* KPU).

Tingkat Popularitas menunjukkan korelasi yang kuat (korelasi 0,757) terhadap tingkat elektabilitas. Tingkat Sentimen Positif pasangan calon juga memiliki korelasi yang kuat (korelasi 0,74) terhadap elektabilitas. Yang berarti pasangan calon yang memiliki tingkat popularitas lebih tinggi dan tingkat sentimen positif yang lebih tinggi memiliki kemungkinan memiliki tingkat elektabilitas yang lebih tinggi.

Namun banyak jumlah endorsement politik bisa mendongkrak tingkat elektabilitas pasangan calon, karena endorsement politik memiliki nilai korelasi yang

lebih kuat (korelasi 0,758), dibandingkan dengan tingkat popularitas pasangan dan tingkat sentimen positif pasangan calon.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] C. Garthwaite and T. J. Moore, “Can celebrity endorsements affect political outcomes? evidence from the 2008 US democratic presidential primary,” *J Law Econ Organ*, vol. 29, no. 2, pp. 355–384, Apr. 2013, doi: 10.1093/jleo/ewr031.
- [2] D. N. Hopmann, R. Vliegthart, C. de Vreese, and E. Albæk, “Effects of election news coverage: How visibility and tone influence party choice,” *Polit Commun*, vol. 27, no. 4, pp. 389–405, Oct. 2010, doi: 10.1080/10584609.2010.516798.
- [3] A. Chakraborty and P. Ghosh, “Character endorsements and electoral competition,” *Am Econ J Microecon*, vol. 8, no. 2, pp. 277–310, May 2016, doi: 10.1257/mic.20140241.
- [4] N. E.-K. Hasibuan, U. F. Sidabalok, R. Afandi, and M. Manurung, “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ELEKTABILITAS BAKAL CALON PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN,” *Jurnal Terapung : Ilmu - Ilmu Sosial*, vol. 6, no. 1, p. 14, Mar. 2024, doi: 10.31602/jt.v6i1.13323.
- [5] K. Friedrich and C. Nitsch, “Celebrity Political Endorsement and Young Voters in Europe: A Five-Country Comparison on Celebrity Support Effectiveness in the European Elections,” 2019. [Online]. Available: <http://ijoc.org>.
- [6] J. K. Kazadi, “Predicting election results: An improved popularity index *,” 2023. [Online]. Available: <https://ssrn.com/abstract=4646666>
- [7] Y. Putra Timur, R. Tri Ratnasari, T. Saipul Hadi, and D. Permata Sari, “WHAT DO INDONESIAN NETIZENS THINK ABOUT THE E-MONEY?: A SENTIMENT ANALYSIS WITH MACHINE LEARNING,” 2023. [Online]. Available: www.jraba.org
- [8] B. Carter, “The Working Class and the Poverty of Electoral Strategy,” 2021, *Liverpool University Press*. doi: 10.3828/hsir.2021.42.7.
- [9] T. Kousser, S. L. San, F. Magazine, S. Masket, and E. Mcghee, “Kingmakers or Cheerleaders? Party Power and the Causal Effects of Endorsements,” 2013.
- [10] R. S. Alhaimer, “Unveiling the digital persona image: the influence of social media on political candidates’ brand personality and voter behaviour in Kuwait,”

- Humanit Soc Sci Commun*, vol. 10, no. 1, Dec. 2023, doi: 10.1057/s41599-023-02420-4.
- [11] H. N. Chaudhry *et al.*, “Sentiment analysis of before and after elections: Twitter data of U.S. election 2020,” *Electronics (Switzerland)*, vol. 10, no. 17, Sep. 2021, doi: 10.3390/electronics10172082.
- [12] K. Dos Santos Brito, S. R. De Lemos Meira, and P. J. L. Adeodato, “Correlations of social media performance and electoral results in Brazilian presidential elections,” *Information Polity*, vol. 26, no. 4, pp. 417–439, 2021, doi: 10.3233/IP-210315.
- [13] M. Hu and B. Liu, “Mining Opinion Features in Customer Reviews,” 2004. [Online]. Available: www.aaii.org