

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laptop saat ini menjadi perangkat elektronik yang membantu pekerjaan manusia dengan berbagai macam fitur dan fungsi yang ada didalamnya. Laptop digunakan hampir dalam semua bidang pekerjaan manusia seperti di kantor, sekolah, perguruan tinggi, tambang dan bermain video *game*. Di Indonesia terdapat banyak merek laptop salah satunya laptop merek ASUS. Laptop ASUS memiliki banyak varian dari kelas konsumen, *gaming*, *enterprise* dan *expert*. ASUS mengklaim memimpin pasar laptop di Indonesia sejak 2012 dengan pangsa pasar konsumen 42% dan 60% pangsa gaming (Clinton, 2019), hingga April 2021, ASUS memiliki pangsa pasar sebesar 31,3 % untuk kategori laptop konsumen (NC, 2021), ini menandakan bahwa laptop asus memiliki penjualan laptop yang sangat baik.

Laptop ASUS menarik banyak calon pembeli karena spesifikasi yang di tawarkan mulai dari harga *processor*, *hardisk*, *memory*, vga dan ukuran. Beberapa penelitian tentang sistem pendukung keputusan pemilihan laptop dengan kriteria harga, *processor*, *hardisk*, *memory*, vga dan ukuran layar dimana pada penelitian tersebut didapatkan rekomendasi laptop merek ASUS (Huzaeni et al., 2021).

Pada saat hendak membeli laptop seringkali orang akan melihat *review* laptop pada *YouTube*, juga melihat komentar pada video tersebut untuk mengetahui opini orang lain, opini yang diberikan pada Laptop ASUS bisa bersifat positif, negatif dan netral. Video *review* pada *YouTube* lebih mudah dipahami dibandingkan dengan melihat *review* laptop pada *website* alasanya selain susah dipahami bagi orang awam juga malas untuk membaca. Saat ini sudah banyak *channel* YouTube yang mengulas laptop ASUS, diantaranya Jagat Review dan Gadget.in salah satu channel YouTube dengan konten *review* laptop yang memiliki jutaan *subscriber* dan ratusan ribu *views* dan ribuan komentar.

YouTube saat ini banyak dimanfaatkan sebagai media sosial video dengan banyak macam konten. Konten video yang ada pada YouTube berupa video

review alat elektronik seperti laptop, video klip musik, *trailer film*, video edukasi, video tutorial, video *reaction*, video ceramah. Menurut smith (2021) *YouTube* diakses 2 miliar per bulan secara akumulasi seluruh dunia *YouTube* memiliki sistem interaksi untuk menilai tanggapan pengguna dan pandangan tentang video dengan cara *like*, *dislike*, *subscribe*, *share* dan *comment*. Informasi ini berguna dalam mempelajari opini masyarakat dalam penggunaan *YouTube*. Kemampuan untuk mengelompokkan pendapat dari basis-baris teks yang ada pada *YouTube* menjadi dapat sangat berguna, dan ini merupakan salah satu area studi yang banyak dibicarakan dan tidak diragukan dikarenakan kemungkinan pada nilai komersialnya (MHD. Rezki Sahban Hasibuan, 2020). informasi pada masa ini banyak disimpan dalam bentuk tulisan atau teks, sehingga dapat dilakukan *text mining*.

Text mining adalah penambangan data yang berbentuk teks yang mana sumber datanya berasal dari sebuah dokumen dan memiliki tujuan mencari pola dari kumpulan data tekstual dalam jumlah besar (Wirawan & Adikara, 2018), analisis sentimen termasuk *text mining*. Analisis sentimen sendiri adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana menganalisa opini, sentimen, evaluasi, penilaian, sikap dan emosi dari sebuah entitas yang dapat berupa produk, pelayanan, organisasi, individu, isu-isu, peristiwa, dan topik. Analisis sentimen termasuk Dapat dilakukan dengan beberapa metode/algorithm klasifikasi (Wirawan & Adikara, 2018).

Salah satu metode yang paling sering digunakan untuk klasifikasi adalah *Naïve Bayes*. Metode *Naïve Bayes Classifier* sering digunakan untuk menyelesaikan masalah pada *machine learning* karena metode ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi dan perhitungan sederhana (MHD. Rezki Sahban Hasibuan, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan analisis pada komentar video review di youtube untuk mengetahui sentimen pengguna terhadap laptop ASUS dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, maka diambil rumusan masalah yaitu Bagaimana cara menerapkan metode *Naive Bayes Classifier* dalam analisis sentimen terhadap laptop ASUS pada komentar video review di YouTube.

1.3 Batasan Masalah

Berikut ini merupakan batasan masalah pada penelitian tugas akhir ini, yaitu:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan komentar berbahasa Indonesia.
- b. Klasifikasi komentar dibagi ke dalam kelas positif, netral, dan negatif.
- c. Data yang digunakan sebanyak 3000 data komentar.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain:

- a. Merancang dan membangun sebuah sistem untuk klasifikasi komentar mengandung sentimen.
- b. Menerapkan metode *Naive Bayes Classifier* pada sebuah sistem klasifikasi komentar.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui sentimen publik terhadap laptop ASUS.
- b. Membantu menambah wawasan tentang laptop ASUS.
- c. Memberikan informasi atau masukan untuk bahan perbaikan bagi produsen ASUS.