

BAB 1 . PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial adalah suatu platform digital yang memungkinkan pengguna internet untuk saling berbagi informasi satu sama lain. Salah satu media sosial yang ramai digunakan akhir akhir ini adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan situs *web sharing video* nomor satu di dunia dengan total lalu lintas pengunjung sebesar 1,7 milyar perbulan(Saputra et al., 2019) . *Youtube* bisa diakses menggunakan berbagai *device* seperti *Smartphone* maupun *PC*. Ada berbagai macam pengguna di *youtube* seperti ada beberapa orang yang menggunakan *Youtube* sebagai media berita dan ada juga yang menggunakan *Youtube* sebagai media hiburan dan ada juga yang menggunakan *Youtube* sebagai pemasaran produk(MACHYUDIN AGUNG HARAHAHAP, 2020). Dapat disimpulkan bahwa media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Dilansir dari Hootsuite (*We Are Social*) Indonesia tahun 2021 *Youtube* menempati peringkat 1 media sosial yang banyak digunakan dengan total pengguna sebanyak 93.8% dari total pengguna internet yang ada di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya ada kenaikan sebesar 5% pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan Total Populasi yang ada di Indonesia yaitu sekitar 274,9 juta pada januari 2021, dapat dikatakan bahwa lebih dari 80% masyarakat Indonesia telah menggunakan *Youtube*.

Menurut data yang telah tercatat tersebut *Youtube* dapat menjadi sumber data yang berasal dari komentar penggunaannya. Kolom komentar youtube berfungsi untuk memberikan opini dan tanggapan terhadap suatu konten video yang di unggah di *Youtube* , pada masa sekarang banyak sekali pengguna *smartphone* yang biasanya tidak mengetahui seperti apa produk yang akan dibelinya dan oleh sebab itu banyak sekali pengguna yang melihat video tentang suatu produk di *youtube* salah satu nya adalah *Review Smartphone* dan pada konten tersebut tidak sedikit

pengguna yang berkomentar di video tersebut. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk dapat menganalisis opini publik tersebut, apakah opini publik tersebut bernilai positif ataupun negatif, Dengan begitu masyarakat dapat mengetahui apakah produk yang direview itu mendapatkan nilai positif atau negatif dari hasil analisis sentimen tersebut. Penelitian seperti ini sebelumnya telah dilakukan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* dengan hasil pengujian yang dilakukan memperoleh nilai akurasi sebesar 69.23% untuk KemenPUPR dan 64.10% untuk Kemenkeu (Saputra et al., 2019) sedangkan pada penelitian yang dilakukan dengan judul penelitian “Analisis Sentimen Pengguna Youtube Terhadap Program Vaksin COVID-19”. Pada penelitian tersebut mereka Menggunakan metode *Support Vector Machine (SVM)* dengan hasil pengujian yang dilakukan memperoleh akurasi sebesar 75.7% (Abdulloh & Pambudi, 2021) dan pada penelitian dengan judul “Analisis Sentimen Pemindahan Ibu Kota Negara Dengan Klasifikasi *Naïve Bayes* untuk Model *Bernoulli* dan *Multinomial*”. Pada penelitian tersebut metode *Bernoulli* dan *Multinomial Naïve bayes* dipilih sebagai metodenya dengan hasil akurasi sebesar 90,19% untuk *Bernoulli Naïve bayes* dan 93,45% untuk *Multinomial Naïve Bayes*(Wardani et al., 2020).

Adapun Teknik untuk menganalisis opini publik tersebut dinamakan sebagai analisis sentimen. Analisis Sentimen merupakan jenis *natural language processing* yaitu pengolahan kata berdasarkan *emotion* seseorang, atau biasanya disebut sebagai kecenderungan sentimen positif atau sentimen negatif. komentar-komentar yang akan dianalisis kemudian diklasifikasikan sehingga dapat dilihat dengan jelas apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan dari suatu produk *smartphone* sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas mutu produk dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan tiga penelitian yang telah dilakukan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis sentimen komentar youtube terhadap *review smartphone* dengan menggunakan metode algoritma *Naïve bayes*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dicantumkan diatas terdapat beberapa masalah yang dapat dibahas dalam skripsi ini,yaitu :

- a. Bagaimana menentukan opini yang bersifat positif dan bersifat negatif menggunakan Metode *Multinomial Naïve Bayes* untuk melakukan klasifikasi analisis sentimen komentar pada video YouTube yang berkaitan dengan review smartphone ?
- b. Bagaimana Cara perhitungan akurasi algoritma *Multinomial Naïve Bayes* ?

1.3. Batasan Masalah

Batasan Masalah pada penelitian ini :

- a. Data komentar menggunakan Bahasa Indonesia .
- b. Data yang diambil nantinya hanya 1000 data.
- c. Data *sentiment* yang dikumpulkan dari komentar pada channel Gadgetin dengan judul video “INI BARU UPGRADE! Review Samsung Galaxy A33 5G Indonesia!”.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui penerapan Metode *Multinomial Naïve bayes* untuk pengklasifikasian analisis sentimen komentar youtube terhadap *review smartphone* untuk mengetahui opini yang positif atau opini yang *negative*.
- b. Untuk mengetahui berapa akurasi yang didapatkan dari perhitungan algoritma *Multinomial Naïve Bayes* .

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Bermanfaat untuk menghasilkan sistem yang dapat menganalisis sentiment dari komentar di youtube berupa kalimat yang bernilai positif atau negatif .
- b. Bermanfaat untuk melihat apakah *smartphone* yang di *review* nantinya memiliki banyak komentar positif atau negatif dan hal ini juga bermanfaat bagi calon pengguna yang nantinya akan menggunakan video tersebut sebagai acuan untuk membeli atau menggunakan smartphone tersebut.
- c. Bermanfaat untuk menambah wawasan atau ilmu baru terhadap akurasi dari algoritma *Naïve bayes* dalam menganalisis *sentiment*.