

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Honda sebagai salah satu merek motor yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, selalu berinovasi untuk menghadirkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumennya. Salah satu inovasi terbaru Honda adalah penggunaan teknologi Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) yang diklaim lebih lincah dan dapat meningkatkan stabilitas *handling* sehingga sepeda motor mudah dikendalikan dan nyaman saat dipakai bermanuver [1].

Namun, dibalik keunggulan inovasi Honda tersebut kerangka eSAF ini memiliki kelemahan yang cukup serius yaitu, keropos, berkarat dan mudah patah. Hal ini mendapatkan berbagai tanggapan dari masyarakat di berbagai platform media sosial, khususnya Instagram. Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan cara menyukai dan berkomentar pada sebuah postingan pengguna lain [2]. Indonesia merupakan negara pemakai Instagram terbanyak menduduki peringkat ke empat didunia sebanyak 73 juta pengguna atau 27% dari total populasi di Indonesia pada juli 2020 [3].

Analisis sentimen adalah cabang dari *text mining*, *natural language processing* (NLP), dan *artificial intelligence*. Proses dalam analisis sentimen melibatkan pemahaman, ekstraksi, dan pengolahan data teks secara otomatis untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat [4]. Selain itu, analisis sentimen juga merupakan bidang ilmu yang menganalisis opini, sentimen, evaluasi, sikap, dan emosi terhadap suatu entitas [3].

Untuk melakukan analisis sentimen, diperlukan metode yang mendukung proses klasifikasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Multinomial Naive Bayes* dan *Support Vector Machine*. *Multinomial Naive Bayes* adalah salah satu metode pembelajaran probabilistik yang didasarkan pada teorema Bayes dan digunakan dalam NLP. Algoritma ini beroperasi berdasarkan konsep *term*

*frequency*, yaitu seberapa sering suatu kata muncul dalam sebuah dokumen [5]. *Support Vector Machine* (SVM) adalah algoritma yang sering digunakan dalam klasifikasi sentimen. SVM adalah algoritma yang dapat mengklasifikasikan data dengan mencari hyperplane yang paling baik untuk memisahkan data [6].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen komentar masyarakat terhadap rangka eSAF Honda menggunakan algoritma *Naive Bayes* dan *Support Vector Machine*. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi masyarakat terhadap masalah kerangka eSAF dan menjadi bahan pertimbangan bagi Honda dalam melakukan perbaikan dan inovasi produk di masa depan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: "Bagaimana implementasi algoritma *Multinomial Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen komentar pada postingan Instagram PT. Astra Honda Motor?".

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Data yang digunakan pada penelitian ini, akan diambil dari komentar masyarakat mengenai kerangka eSAF yang didapat dari media sosial Instagram *@welovehonda\_id*.
2. Data komentar akan diambil menggunakan *website* PhantomBuster dengan fitur Instagram Post Commenters Export.
3. Data komentar diambil dari postingan yang dipublikasikan dari tanggal 29 Juli 2023 hingga 11 September 2023.
4. Jumlah data yang diperoleh dari hasil scrapping adalah sebanyak 4607 data.
5. Dataset yang telah melalui proses pre-processing akan diklasifikasikan ke dalam dua kategori sentimen, yaitu positif dan negatif.
6. Pengevaluasian kinerja model akan menggunakan *Confusion Matrix*.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sentimen komentar masyarakat terhadap rangka eSAF Honda yang diposting di Instagram @welovehonda\_id menggunakan algoritma *Multinomial Naive Bayes* dan *Support Vector Machine*.
2. Mengevaluasi kinerja dari model *Multinomial Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* dengan menggunakan *Confusion Matrix*.
3. Menyediakan wawasan yang bermanfaat bagi PT. Astra Honda Motor dalam merespon umpan balik konsumen, serta dalam upaya perbaikan dan inovasi produk di masa depan.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian ini adalah:

1. Memahami lebih dalam tentang tanggapan pengguna Instagram terhadap rangka eSAF Honda, apakah mayoritas pengguna memiliki pendapat yang cenderung positif atau negatif.
2. Memberikan PT. Astra Honda Motor wawasan tentang persepsi konsumen terhadap kerangka eSAF, untuk membantu perbaikan produk dan inovasi sesuai kebutuhan pengguna.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan literatur terkait dan teori yang mendasari penelitian, termasuk konsep dasar analisis sentimen, serta metode yang digunakan seperti *Multinomial Naive Bayes* dan *Support Vector Machine*.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, tahapan penelitian, dan alat yang digunakan.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan pembahasan mengenai penelitian yang telah dilakukan.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini memberikan kesimpulan utama dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran untuk penelitian selanjutnya atau perbaikan di masa depan.

