

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-Commerce atau biasanya disebut dengan perdagangan elektronik, merupakan suatu aktivitas jual beli barang atau jasa secara online melalui internet, aktivitas tersebut mencakup berbagai transaksi yang dilakukan tanpa perlu tatap muka secara langsung[1]. Industri *e-commerce* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pelaku utama di industri ini termasuk platform besar seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Seiring dengan perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia, banyak platform baru yang mulai bermunculan salah satunya adalah Temu[2].

Temu adalah platform *marketplace* yang menyediakan layanan jual beli barang secara online atau *e-commerce*. Secara sekilas, aplikasi Temu tampak serupa dengan Shopee, Tokopedia, ataupun TikTokShop[3]. Menggunakan skema penjualan produk *Direct to Consumer* (D2C) atau *Consumer to Manufacturing* (C2M), Temu mempertemukan konsumen langsung dengan pabrik produsen[4]. Platform Temu pertama kali diperkenalkan pada tahun 2022 dan dengan cepat memperoleh popularitas yang signifikan di Amerika Serikat. Aplikasi ini tercatat sebagai salah satu yang paling sering diunduh di App Store maupun Google Play Store, dengan total unduhan mencapai 165 juta kali dengan jumlah pengguna aktif sekitar 167 juta pengguna secara global[5]. Popularitas ini turut tercermin dalam. Di Amerika Serikat sendiri, jumlah pengguna aktif bulanan Temu diperkirakan mencapai 50 juta orang[5]. Di Asia Tenggara, Temu telah beroperasi di Thailand, Malaysia, dan Filipina. Temu sekarang sangat terkenal sebagai *marketplace* belanja murah[3]. Temu dikhawatirkan dapat memicu persaingan tidak sehat, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Hal tersebut menjadi alasan pemerintah menolak kehadiran Temu[6].

Isu penolakan Temu mendapat banyak reaksi pengguna internet, memicu kontroversi dan perdebatan di berbagai platform, terutama di media sosial seperti

Youtube. Berdasarkan reaksi dari pengguna internet tersebut, teknologi *Natural Language Processing* (NLP) dapat dimanfaatkan untuk menganalisis komentar yang terdapat pada platform Youtube untuk mengetahui bagaimana sentimen pengguna terhadap aplikasi Temu. *Natural Language Processing* (NLP) adalah teknologi yang memungkinkan komputer untuk memahami dan menganalisis bahasa manusia. Salah satu aplikasi dari *Natural Language Processing* (NLP) adalah analisis sentimen, yaitu proses mengidentifikasi apakah suatu teks berisi sentimen positif, negatif, atau netral[7].

Text preprocessing dalam *Natural Language Processing* (NLP) melibatkan beberapa tahap seperti *case folding*, *cleaning*, *tokenizing*, dan *stemming* untuk memproses data agar dapat diklasifikasikan dengan baik[8]. Setelah melalui proses ini, data kemudian dikonversi menjadi representasi numerik yang dapat diolah oleh algoritma *machine learning* seperti Naïve Bayes untuk klasifikasi sentimen. Algoritma Naïve Bayes, yang terkenal karena pendekatannya yang berbasis probabilitas sederhana dan berasumsi bahwa fitur-fitur dalam data tidak saling memengaruhi satu sama lain, menawarkan sejumlah keuntungan. Ini termasuk tingkat *error* yang rendah dan akurasi yang lebih tinggi dalam dataset besar, menjadikannya alat yang sangat efektif untuk pembelajaran mesin[9].

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sentimen pengguna Youtube terhadap aplikasi Temu?
2. Bagaimana penerapan algoritma Naïve Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen tersebut?
3. Seberapa akurat algoritma Naïve Bayes dalam menganalisis sentimen komentar Youtube?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Penelitian hanya menggunakan data komentar dari Youtube.
2. Data yang dianalisis merupakan komentar pada video yang membahas isu

kehadiran Temu di Indonesia dan reaksi penolakan pemerintah.

3. Sentimen yang dianalisis diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yaitu positif, negatif, dan netral terhadap aplikasi Temu dan reaksi penolakan pemerintah.
4. Bahasa komentar yang dianalisis adalah Bahasa Indonesia.
5. Algoritma yang digunakan dalam mengklasifikasikan sentimen adalah Naïve Bayes.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengklasifikasikan sentimen pengguna Youtube terhadap aplikasi Temu dan reaksi penolakan pemerintah yang sedang menjadi perbincangan di Indonesia.

Secara lebih rinci tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan mengklasifikasi sentimen masyarakat dalam komentar Youtube terkait aplikasi Temu dan reaksi penolakan dari pemerintah Indonesia, apakah bersifat positif, negatif, atau netral.
2. Menerapkan algoritma Naïve Bayes untuk membangun model klasifikasi sentimen terhadap komentar yang berkaitan dengan isu kebijakan dan *e-commerce* asing.
3. Mengukur akurasi dan performa model Naïve Bayes dalam mengklasifikasikan sentimen, serta melakukan evaluasi terhadap performa model tersebut dalam konteks analisis sentimen di media sosial.
4. Memberikan wawasan terkait opini masyarakat terhadap aplikasi Temu melalui hasil analisis sentimen, yang dapat digunakan sebagai referensi atau masukan bagi pihak terkait, seperti pelaku bisnis, pemerintah, ataupun masyarakat umum.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *Natural Language Processing* (NLP) dan *machine learning*, dengan

studi kasus penerapan algoritma Naïve Bayes dalam menganalisis sentimen komentar di media sosial, khususnya Youtube.

2. Memberikan informasi dan gambaran kepada masyarakat serta pihak-pihak terkait mengenai persepsi publik terhadap aplikasi Temu di Indonesia. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan, pelaku bisnis, maupun pemerintah dalam memahami respon masyarakat terhadap platform *e-commerce* baru.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini disusun menjadi bab yang saling berkaitan, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, seperti penjelasan tentang sentimen analisis, media sosial Youtube, aplikasi Temu dan reaksi penolakan pemerintah, *machine learning*, bahasa pemrograman Python, algoritma Naïve Bayes, TF-IDF, dan evaluasi model. Bab ini juga membahas penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mulai dari pengumpulan data, *preprocessing* data, penerapan algoritma Naïve Bayes, serta evaluasi model.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data, hasil klasifikasi sentimen, akurasi model, serta pembahasan terkait hasil yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat

diberikan untuk penelitian selanjutnya atau bagi pihak-pihak tertentu.

