

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini, media sosial adalah salah satu bentuk layanan internet yang bisa menjadi wadah ide, karya, opini, hiburan, dan tanggapan serta media untuk mengekspresikan keadaan yang terjadi. Hanya dengan membuat akun pribadi, para pengguna bisa menuliskan hingga mempublikasikan karya maupun tanggapannya kepada khalayak pengguna lainnya [1].

Salah satu media sosial yang masih populer sampai saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang pada dasarnya berfungsi untuk berbagi foto maupun video pada sesama pengguna. Sejak September 2017 pengguna aktif Instagram telah tercatat kurang lebih 800 juta orang. Dalam satu postingan Instagram, semua orang dapat dengan bebas menulis komentar guna mengekspresikan pendapat terhadap postingan tersebut [2].

Menurut GetCRAFT, firma pemasaran berbasis di Asia Tenggara, dalam laporannya bertajuk "*Indonesia Advertising and Influencer marketing Report 18*" yang menyatakan bahwa orang Indonesia mengkonsumsi media sosial lebih banyak dibandingkan TV. Namun, satu fenomena yang saat ini muncul adalah beriklan di media sosial dengan perantara influencer. Instagram adalah platform media sosial terfavorit yang digunakan oleh para influencer. Alasan utama mengapa Instagram jadi wadah paling favorit para influencer karena kekuatan Instagram yang lebih menekankan pada tampilan visual. Influencer, secara sederhana, merupakan brand tersendiri. Sosoknya menjadi penarik minat masyarakat [3].

Brand yang dibawa influencer pun berbeda-beda, salah satu brand influencer yang kini cukup populer adalah influencer K-pop. Influencer K-pop pada dasarnya, mereka adalah seorang penggemar musik K-pop. Faktor yang membedakan antara influencer K-pop dan penggemar biasa adalah power mereka pada media sosial. Biasanya, influencer K-pop memiliki followers banyak dan

sering membagikan aktivitas ketika fangirling sampai bertemu dengan idolanya melalui konser, fanmeeting, bahkan interview langsung dengan idolanya. Selain itu, influencer K-pop biasanya menerima endorsment untuk brand yang berhubungan dengan K-pop[4].

Penelitian mengenai analisis sentimen terhadap penggemar K-pop pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan menggunakan metode Naïve Bayes Classifier dan mendapat akurasi sebesar 75%. Maka dari itu, pada penelitian ini akan melakukan penelitian menggunakan metode yang sama agar mendapatkan hasil akurasi yang lebih tinggi serta perlu membandingkannya dengan metode klasifikasi yang lain[5].

Penelitian yang akan dilakukan adalah mengklasifikasi sentimen masyarakat terhadap influencer K-pop berdasarkan komentar instagram untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pengaruh influencer K-Pop pada brand yang terkait dengan K-Pop. Komentar masyarakat perlu diklasifikasi dengan menggunakan machine learning serta menerapkan metode Naive bayes Classifier. Algoritma yang digunakan pada penelitian ini adalah algoritma Multinomial Naïve Bayes. Algoritma Multinomial Naïve Bayes merupakan pengembangan dari Naïve Bayes sehingga mungkin digunakan pada pembuatan analisis sentiment dikarenakan algoritma ini bertujuan sebagai mode klasifikasi kedalam kategori positif dan negatif. Kelebihan multinomial naive bayes diantaranya adalah tingkat akurasi yang tinggi, mudah diimplementasikan, waktu komputasi yang rendah serta error rate yang minimum. Multinomial Naïve bayes dapat menangani ukuran kosakata dalam jumlah besar serta mereduksi tingkat error[6]. Selain itu, pada penelitian ini juga akan melakukan uji performa dari metode Naive Bayes Classifier dengan membandingkan performa dari metode lain, yaitu Decision Tree.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka penelitian ini akan mengklasifikasi sentimen komentar pada influencer K-pop dengan dataset yang bersumber dari Instagram menggunakan metode Naive Bayes Classifier agar menghasilkan klasifikasi ke dalam kelas positif dan negatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi pokok permasalahan dalam hal ini adalah:

1. Apakah Metode Naive Bayes Classifier dapat diimplementasikan untuk mengklasifikasi opini masyarakat terhadap Influencer K-pop berdasarkan komentar instagram?
2. Berapa tingkat akurasi yang dihasilkan dengan menggunakan metode Naive Bayes Classifier?
3. Berapa tingkat performa metode Naive Bayes Classifier dibandingkan dengan Metode Decision Tree?

1.3 Batasan Masalah

Agar penyusunan penelitian skripsi ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka diberikan beberapa batasan masalah antara lain:

1. Penelitian ini menekankan pada pengujian metode
2. Data diambil hanya dari komentar postingan influencer K-pop di Instagram
3. Data komentar yang digunakan hanya komentar berbahasa Indonesia dengan dataset >1000 komentar
4. Data diklasifikasikan ke dalam 2 kelas, yaitu positif dan negatif.
5. Performa pengujian yang dibandingkan antar metode hanya menggunakan indikator akurasi.
6. Penghitungan masing-masing metode hanya menggunakan library yang support pada versi Python 3.10.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara kerja metode Naive Bayes Classifier dalam mengklasifikasi opini masyarakat terhadap Influencer K-pop berdasarkan komentar instagram.
2. Untuk mengukur akurasi metode Naive Bayes Classifier dalam klasifikasi komentar instagram.
3. Untuk mengetahui performa metode Naive Bayes Classifier dibandingkan dengan metode Decision Tree.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dapat mengetahui opini pengguna instagram terhadap influencer K-pop.
2. Diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi kepada pihak yang berkepentingan.
3. Setelah adanya penelitian ini mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Studi Literatur

Mengumpulkan beberapa referensi terkait Instagram, Klasifikasi, Influencer K-pop, dan metode Naive Bayes Classifier dari beberapa jurnal, prosiding, artikel, dan beberapa referensi lainnya.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses mengumpulkan data dalam penelitian untuk pengujian penelitian yang akan dilakukan. Pengumpulan

data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan dataset hasil scraping komentar instagram yang diberi label secara manual.

1.6.3 Metode Klasifikasi

Algoritma klasifikasi yang digunakan pada penelitian ini ditujukan untuk menguji dataset dengan tiga metode yang berbeda. Algoritma klasifikasi yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah Multinomial Naive Bayes (MNB) dan Decision Tree.

1.6.4 Metode Testing

Pada metode testing atau pengujian ini dilakukan untuk menguji performa dari kinerja suatu metode yang dibangun dengan menggunakan teknik Confusion matrix.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan laporan skripsi ini terdiri dari lima (5) bab sesuai dengan petunjuk laporan skripsi yang berlaku di Universitas Amikom Yogyakarta, sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II berisikan tentang pembahasan penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh peneliti lain sebagai referensi penelitian ini dijalankan dan berisikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang alur penelitian dalam mendapatkan hasil dan juga pengujian yang dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang tahapan yang dilakukan dalam penerapan alur yang telah dirancang yang meliputi perancangan implementasi di dalam kode untuk menghasilkan klasifikasi terbaik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari perumusan masalah yang telah disampaikan, serta saran dalam pengembangan aplikasi supaya sistem dapat lebih baik lagi.

