

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan media sosial yang pesat menjadikan *platform* digital sebagai sarana utama penyebaran konten dan interaksi pengguna. Berbagai studi menyebutkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk analisis dan pengambilan keputusan berbasis data [1]. Dalam konteks ini, *content creator* dituntut untuk mampu menghasilkan konten yang relevan dan sesuai dengan tren agar dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

Berdasarkan kajian terhadap aktivitas *content creator* di media sosial, proses penentuan ide konten umumnya masih dilakukan secara manual dengan mengamati konten yang sedang populer atau viral. Pendekatan tersebut bersifat subjektif dan kurang efisien karena tidak memanfaatkan data secara sistematis. Padahal, literatur menunjukkan bahwa data konten media sosial, khususnya data teks dan metrik *engagement*, memiliki potensi besar untuk dianalisis guna mendukung proses pengambilan keputusan secara objektif [2].

Beberapa penelitian menyatakan bahwa *engagement rate*, yang dihitung dari interaksi seperti *likes*, *shares*, dan *saves* terhadap jumlah penayangan, merupakan indikator yang umum digunakan untuk menilai tingkat keterlibatan audiens dan popularitas konten media sosial [3], [4]. Selain itu, pengolahan data teks seperti *caption* dan *hashtag* menggunakan teknik *Natural Language Processing (NLP)* dapat membantu mengidentifikasi topik dan tren konten yang relevan [5]. Namun, pemanfaatan kombinasi data teks dan *engagement* sebagai dasar rekomendasi ide konten masih belum banyak diimplementasikan dalam bentuk sistem yang terintegrasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan sistem rekomendasi ide konten otomatis yang memanfaatkan analisis data teks dan *engagement* konten media sosial. Sistem ini diharapkan

mampu mendukung *content creator* dalam menentukan ide konten secara lebih efisien, berbasis data, dan selaras dengan konsep *data mining* serta *intelligent business*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang dan membangun sistem rekomendasi ide konten otomatis berbasis *website* dengan memanfaatkan data tren dan *engagement* konten media sosial?
2. Bagaimana penerapan metode *TF-IDF* dan *Cosine Similarity* dalam menghasilkan rekomendasi ide konten yang relevan berdasarkan data teks dan indikator *engagement*?
3. Seberapa efektif sistem rekomendasi yang dibangun dalam membantu *content creator* memperoleh ide konten yang sesuai dengan tren dan memiliki potensi *engagement* tinggi?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dan ketercapaian tujuan penelitian, maka batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas pengembangan sistem rekomendasi ide konten otomatis berbasis *website* dan tidak membahas aspek pengembangan aplikasi *mobile*.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi pada data konten populer media sosial yang meliputi *caption*, *hashtag*, dan *metadata engagement*.
3. Indikator *engagement* yang digunakan sebagai variabel penelitian meliputi jumlah penayangan (*views*), suka (*likes*), bagikan (*shares*), simpan (*saves*), komentar (*comment*) dan *watchtime*.

4. Metode yang digunakan dalam sistem rekomendasi dibatasi pada *TF-IDF* untuk representasi teks dan *Cosine Similarity* untuk pengukuran kemiripan.
5. Analisis konten visual seperti gambar dan video tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian.
6. Platform media sosial yang dijadikan acuan tren dibatasi pada Instagram, TikTok, dan YouTube.
7. Sistem rekomendasi tidak mempertimbangkan faktor subjektif seperti selera personal jangka panjang pengguna dan perubahan tren secara *real-time*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membangun sistem rekomendasi ide konten otomatis berbasis *website* yang memanfaatkan data tren dan *engagement* konten media sosial.
2. Menerapkan dan menganalisis metode *TF-IDF* dan *Cosine Similarity* dalam menghasilkan rekomendasi ide konten berdasarkan data teks dan indikator *engagement*.
3. Mengevaluasi efektivitas sistem rekomendasi yang dibangun dalam membantu *content-creator* memperoleh ide konten yang relevan dan berpotensi memiliki *engagement* tinggi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *data mining* dan *intelligent business*, melalui penerapan metode *TF-IDF* dan *Cosine Similarity* dalam sistem rekomendasi ide konten. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan kajian bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan sistem rekomendasi dan pengolahan data teks pada media sosial.

2. Manfaat Praktis : Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu pengambilan keputusan bagi *content creator* atau pihak lain yang membutuhkan dalam menentukan ide konten yang relevan dan sesuai dengan tren serta tingkat *engagement* yang tinggi. Selain itu, sistem yang dibangun dapat digunakan sebagai contoh penerapan teknologi *data mining* dalam pengembangan sistem informasi berbasis *website* yang mendukung aktivitas kreatif di media sosial.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari setiap bab yang dibahas, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang menjadi dasar dan arah pelaksanaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini memuat tinjauan pustaka dan landasan teori yang mendukung penelitian, meliputi konsep *data mining*, *intelligent business*, sistem rekomendasi, *natural language processing*, metode *TF-IDF*, *Cosine Similarity*, serta pengetahuan dan tren media sosial yang berkaitan dengan *content creator* dan *engagement* konten. Selain itu, bab ini juga menyajikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, meliputi objek penelitian, alur penelitian, serta alat dan bahan yang digunakan dalam pengembangan sistem. Selain itu, bab ini juga menjelaskan tahapan pengumpulan dan pengolahan data, perancangan sistem, penerapan metode *TF-IDF* dan *Cosine Similarity*, serta teknik pengujian dan evaluasi sistem.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini menyajikan hasil implementasi sistem rekomendasi ide konten otomatis berbasis *website*, meliputi tampilan sistem, hasil pengujian, serta pembahasan mengenai kinerja dan efektivitas sistem dalam menghasilkan rekomendasi ide konten berdasarkan tren dan *engagement*.

BAB V PENUTUP, bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang dapat digunakan sebagai acuan pengembangan sistem dan penelitian selanjutnya

