

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan *platform* atau layanan daring yang digunakan oleh individu dan kelompok untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara *online*. Selain itu, media sosial digunakan untuk mendapatkan dan menyampaikan informasi kepada masyarakat dan berbagai aspek kehidupan modern. Terdapat berbagai jenis media sosial, salah satunya adalah Youtube, yang merupakan platform berbasis platform video-sharing. Dimana pengguna dapat mengunggah, menonton, membagikan video (Syah, 2019). Sebagai platform berbasis video, Youtube menyediakan fitur interaksi langsung antara kreator dan penonton melalui tombol like, share dan komentar, yang menjadi sarana bagi penonton untuk menyampaikan pujian, kritik dan saran. Dengan demikian, Youtube tidak hanya menjadi platform pasif, tetapi juga sebagai wadah untuk berbagi opini dan ide secara langsung.

Youtube telah menjadi *platform* berbagi video yang populer untuk menyebarkan konten hiburan, edukasi dan informasi kepada publik. Salah satu konten yang banyak diminati adalah acara memasak yang diadaptasi dari Inggris, yaitu Masterchef Indonesia, yang disiarkan di televisi Indonesia dan juga dapat ditonton melalui *platform* video-sharing Youtube (Khodijah dkk, 2021). Penayangan Mastechef Indonesia di Youtube bagian dari strategi untuk menjangkau lebih banyak penonton, terutama mereka yang sering mengakses platform digital daripada menonton televisi. Masterchef di *platform* Youtube menayangkan ulang video-video terkait Masterchef Indonesia, seperti cuplikan acara memasak, wawancara dengan peserta. Ulasan pada setiap episode sering kali menarik perhatian dari penggemar. Masterchef Indonesia berjalan selama 11 musim dari tahun 2011 sampai 2023 dengan 260 episode. Namun, pada *season* 11 episode *grand final* yang ditayangkan pada akhir pekan. 25-26 November 2023, muncul drama dan kontroversi tentang kemenangan peserta. kontroversi ini membuat publik dibuat terprovokasi, terutama dengan musim 11 dengan kehadiran sosok

calon presiden dari PDI Perjuangan Ganjar Pranowo. Pada episode ini mempertemukan 2 *grand finalis*, Rizkisyah dengan Belinda. Belinda berhasil meraih kemenangan dengan menerima sebuah mobil secara simbolik yang diserahkan oleh Ganjar Pranowo.

Respon, opini, pendapat dan reaksi terhadap video dapat dituangkan melalui fitur yang disediakan Youtube yaitu komentar. Komentar merupakan tempat mengekspresikan suara bagi pengguna dalam menikmati sebuah video yang ditonton dan dalam komentar tersebut bersifat positif, negatif dan netral (Mualfah dkk, 2023). Untuk mendapatkan data komentar oleh karena itu, diperlukan pengolahan data melalui analisis komentar pada video Youtube. Analisis sentimen terhadap komentar-komentar ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap berbagai aspek acara, seperti peserta, juri, resep, dan episode tertentu. Oleh sebab itu penting untuk melakukan analisis sentimen terhadap komentar-komentar yang diunggah di Youtube Masterchef Indonesia.

Analisis sentimen merupakan proses menganalisis teks digital untuk menentukan nilai positif, negatif atau netral. Analisis sentimen adalah metode untuk memahami, mengambil, dan memproses informasi teks secara otomatis untuk mengidentifikasi pernyataan emosional dalam menyampaikan pemikiran (Gifari dkk, 2022). Sentimen analisis digunakan untuk menilai pandangan atau kesepakatan opini terhadap suatu masalah atau objek, cenderung positif atau negatif. Menurut (Kurniawan & Waluyo, 2022) analisis sentimen adalah metode untuk meninjau opini publik mengenai suatu topik atau isu tertentu dengan memanfaatkan data yang diambil dari platform media sosial atau internet terkait.

Pada penelitian ini, akan diterapkan algoritma *Support Vector Machine* (SVM) dan *Gaussian Naïve Bayes* untuk menganalisis komentar Youtube. *Support Vector Machine* (SVM) dan *Gaussian Naïve Bayes* adalah algoritma klasifikasi yang efektif dalam analisis sentimen pada teks. Adapun penelitian serupa dari komentar youtube yang dilakukan oleh (Yunita & Kamayani, 2023) dengan judul “Perbandingan Algoritma SVM Dan Naïve Bayes Pada Analisis Sentimen Penghapusan Kewajiban Skripsi”, pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen menggunakan klasifikasi data Twitter dengan membandingkan algoritma Support

Vector Machine dan Naïve Bayes mendapatkan nilai dengan akurasi 80%, recall 83%, presisi 76% dan *F1-Score* 79%. Adapun penelitian lainnya dengan judul “Penerapan Algoritma *Naïve Bayes* dan SVM untuk Analisis Sentimen Boy Band BTS pada Media Sosial Twitter”, dengan menghasilkan nilai akurasi pada algoritma *Support Vector Machine* sebesar 81% dan akurasi pada algoritma *Naïve Bayes* sebesar 79% (Rina Noviana & Isram Rasal, 2023). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Athira Luqyana pada tahun 2018 dengan penelitian yang berjudul “Analisis Sentimen *Cyberbullying* pada komentar Instagram dengan metode Klasifikasi Support Vector Machine”, hasil penelitian tersebut menghasilkan nilai akurasi terbaik sebesar 90%, presisi sebesar 94,44%, dan *recall* 85% (Luqyana dkk, 2018).

Berdasarkan dari permasalahan diatas adanya pro dan kontra terkait video Youtube Masterchef Indonesia season 11, penulis ingin melalukan analisis sentimen pada komentar youtube Masterchef Indonesia Season 11 dengan menerapkan klasifikasi analisis sentimen yang berjudul “**Analisis Sentimen Komentar Youtube Masterchef Menggunakan Algoritma Support Vector Machine dan Gaussian Naïve Bayes**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dituliskan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Berapakah hasil klasifikasi komentar yang bernilai positif dan negatif pada komentar video youtube Masterchef Indonesia?
2. Bagaimana hasil akurasi, presisi dan *recall* dari Analisis yang didapatkan dalam menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Gaussian Naïve Bayes* pada komentar youtube Masterchef Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghitung jumlah sentimen yang bernilai positif dan negatif pada komentar video youtube Masterchef Indonesia Season 11.

2. Mengetahui hasil akurasi, presisi dan *recall* dari analisis yang didapatkan pada klasifikasi sentiment video youtube Masterchef Indonesia Season 11 dengan algoritma *Support Vector Machine* dan *Gaussian Naïve Bayes*.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menggunakan algoritma *Support Vector Macine* dan *Gaussian Naïve Bayes*.
2. Klasifikasi komentar dibagi menjadi dua kelas yaitu positif dan negatif.
3. Data yang digunakan diambil dari *channel* Youtube Materchef Indonesia season 11 “*Grand Final part 2 (11/11)*”.
4. Data diperoleh dari komentar Youtube pada tahun 2024, pada tanggal 25 April 2024 – 15 Mei 2024.
5. Dataset yang digunakan sebanyak 2000 data.
6. Menggunakan Bahasa pemograman Python.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis sebagai bahan penyusunan tugas akhir, menambah wawasan dan pengalaman terhadap analisis sentimen *data mining*.
2. Mengetahui performa metode algoritma *Support Vector Machine* dan *Gaussian Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan analisis sentimen video Youtube Masterchef Indonesia Season 11.
3. Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai refrensi penelitian selanjutnya di bidang analisis sentimen dengan menggunakan metode *Support Vector Machine* dan *Gaussian Naïve Bayes*.