

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial menjadi platform untuk berbagi pengalaman dan opini. Salah satu hal yang dibagikan adalah video tentang kuliner yang dikenal sebagai Food Vlogger. Food Vlogger memanfaatkan platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram untuk membagikan video mereka yang menghasilkan komentar, umpan balik, dan keterlibatan dari penonton [1], [2]. Seorang Food Vlogger biasanya membuat konten video yang menampilkan berbagai hidangan makanan, memberikan informasi tentang pengalaman kuliner, dengan tujuan menarik pemirsa yang lebih luas untuk mencoba. Video dirancang sangat menarik dan interaktif, agar menumbuhkan interaksi antara konten Food Vlogger dan penontonnya untuk menciptakan kepercayaan dan kredibilitas yang dapat bermanfaat dalam mempromosikan produk atau merek [3].

Fitur komentar di YouTube menjadi alat yang efektif bagi food vlogger untuk mengukur tanggapan penonton terhadap konten mereka [4]. Analisis terhadap komentar-komentar ini dapat memberikan data kualitatif yang bernilai bagi bisnis kuliner dalam mengidentifikasi tren pasar dan preferensi konsumen [5]. Komentar dari penonton umumnya menceritakan pendapat mereka tentang rasa, kualitas, serta layanan yang diberikan. Analisis sentimen terhadap komentar pada video Food Vlogger dapat mengidentifikasi secara cepat aspek-aspek bisnis kuliner yang perlu ditingkatkan, seperti rasa makanan, kualitas pelayanan, atau suasana restoran. Kata-kata kunci negatif yang dominan dalam word cloud dapat menjadi indikator

langsung atas permasalahan yang perlu segera diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Analisis Sentimen merupakan Teknik yang digunakan untuk mengukur polaritas sentiment dalam teks dan mengklasifikasikan ke dalam kategori positif, negatif, atau netral [6]. Dalam konteks ini, penelitian berfokus pada analisis sentimen terhadap komentar Bahasa Indonesia pada konten video YouTube oleh Food Vlogger yang membahas tentang “WNK” restoran, untuk memahami lebih baik persepsi dan preferensi konsumen terhadap makanan dan layanan restoran yang ditawarkan, serta memberikan masukan bagi pelaku bisnis kuliner dalam upaya meningkatkan kualitas makanan dan layanan.

Metode dilakukan menggunakan pendekatan berbasis leksikon dengan memanfaatkan model *Valence Aware Dictionary for Sentiment Reasoning* (VADER) [7]. VADER adalah model yang dirancang untuk analisis sentimen dalam mengidentifikasi polaritas (positif, negatif, atau netral) setiap kata-kata atau frasa dalam data teks [8]. Penelitian ini mengembangkan model VADER yang dimodifikasi untuk analisis sentimen dalam bahasa Indonesia, dengan menggunakan korpus berlabel sentimen positif dan negatif. Modifikasi serupa pada model VADER sebelumnya telah berhasil diterapkan pada bahasa Bengali [9], dan penelitian ini memperluas penerapannya untuk mengidentifikasi polaritas sentimen dalam teks Bahasa Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu terkait analisis sentimen menggunakan VADER telah dilakukan dalam berbagai domain analisis sentimen, seperti mengklasifikasikan sentimen dari komentar YouTube. C Haithra V.D. dalam penelitian [8] analisis sentiment komentar *unboxing mobile*, penelitian ini

menggunakan pendekatan *hybrid* dengan menggabungkan lexicon sentiment dan algoritma Naïve Bayes yang diterapkan pada komentar konten untuk memprediksi sentiment setiap komentar. Komentar diberi label menggunakan VADER dan kemudian diklasifikasikan menjadi positif dan negatif. Sentimen VADER memiliki akurasi yang baik untuk klasifikasi menggunakan Naïve Bayes dalam memprediksi sentiment komentar. Klasifikasi mencapai akurasi sebesar 79,78% dan skor F1 sebesar 83,72%.

Tsiourlini dalam penelitian [10] berfokus pada analisis sentiment dalam komentar video makanan di YouTube, khususnya pada kategori makanan nabati dan makanan hedonic. Penelitian ini menerapkan pendekatan leksikon TextBlob dan VADER, serta mengaplikasikan algoritma pembelajaran mesin seperti SVM, Naïve Bayes, Random Forest, Regresi Linier, dan XGBoost dalam klasifikasi sentiment komentar. Hasil menunjukkan VADER dan SVM memberikan akurasi yang tinggi mencapai 93% data makanan nabati dan 96% data makanan hedonic.

Yuliansyah dalam penelitian [11] menerapkan model analisis sentimen menggunakan VADER dan deep-translator dalam menganalisis tentang masalah darurat sampah di Yogyakarta pada komentar YouTube. Hasil evaluasi model VADER dan deep-translator mencapai nilai akurasi 0,716, presisi 0,837, recall 0,835, dan F1-score 0,738, serta persentase sentimen positif sebanyak 30,0%, netral 31,7%, dan negatif 37,3%. Model analisis menyimpulkan bahwa sentimen netral membahas tentang pengolahan sampah, kekecewaan pada sentimen negatif, serta sentiment positif berisikan harapan dalam pengolahan sampah.

Isnan dalam penelitian [12], Ulasan TikTok dari Google Play Store dianalisis menggunakan VADER untuk pelabelan sentimen awal, yang menunjukkan data

tidak seimbang dengan dominasi ulasan positif. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan Random Under-sampling (RUS) dan Random Over-sampling (ROS), disertai langkah pra-pemrosesan seperti case folding, noise removal, normalisasi, dan penghapusan stopwords. Model Support Vector Machine (SVM) yang dilatih tanpa resampling menghasilkan F1-score terbaik sebesar 0,80.

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan komentar dari tiga video YouTube Food Vlogger tentang restoran "WNK," yang kemudian diproses melalui tahap pra-pemrosesan untuk menangani noise seperti singkatan, bahasa gaul, dan emoji. Model VADER akan dimodifikasi agar sesuai dengan karakteristik Bahasa Indonesia, lalu digunakan bersama model VADER *Default* untuk menganalisis polaritas sentimen (positif, netral, negatif). Hasil analisis akan dievaluasi menggunakan metrik akurasi, presisi, recall, dan F1-score, serta divisualisasikan dalam bentuk word cloud untuk memberikan wawasan bagi restoran "WNK" dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

- a. Keterbatasan model analisis sentiment dalam Bahasa Indonesia, model VADER dirancang untuk mengukur sentiment Bahasa Inggris, sehingga kurang efektif dalam mengukur sentiment kata pada Bahasa Indonesia.
- b. Komentar bersifat kata informal, singkatan, Bahasa gaul atau emoji, sehingga menyulitkan dalam model analisis sentiment seperti Bahasa Indonesia.

- c. Komentar pada YouTube Food Vlogger menyimpan informasi yang dapat membantu pelaku bisnis dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan.
- d. Model berbasis leksikon VADER memberikan solusi cepat dalam analisis sentiment, namun memerlukan adaptasi agar relevan dengan konteks penelitian, seperti Bahasa Indonesia.

Meskipun komentar konten YouTube Food Vlogger menyimpan banyak informasi berharga untuk pelaku bisnis dalam meningkatkan kualitas dan layanan, tantangan muncul karena komentar memiliki sifat yang informal, menggunakan singkatan, Bahasa gaul, atau emoji. Model VADER dirancang untuk sentiment Bahasa Inggris[13], sehingga kurang efektif ketika menggunakan Bahasa Indonesia tanpa adaptasi korpus.

1.3 Batasan Masalah

Batasan pada penelitian ini:

- a. Data penelitian hanya menggunakan komentar dari tiga video YouTube Food Vlogger berbeda yang membahas “WNK” restoran, di ambil pada tanggal 31 Maret 2024.
- b. Analisis hanya mencakup data teks Bahasa Indonesia.
- c. Model analisis yang digunakan terbatas pada model VADER *Default* dan VADER *Custom* dengan adaptasi Bahasa Indonesia.
- d. Hasil penelitian hanya mengevaluasi polaritas sentiment (Positif, Netral dan Negatif) pada sektor kuliner ulasan terhadap “WNK” restoran.

1.4 Rumusan Masalah

Pada bagian ini dijelaskan secara lebih terinci dari apa yang akan diselesaikan pada batasan masalah sehingga dikatakan masalah selesai dikerjakan.

- a. Bagaimana cara menyesuaikan model VADER agar lebih efektif dalam menghitung polaritas sentimen pada komentar Bahasa Indonesia, khususnya dalam konteks sektor kuliner?
- b. Bagaimana perbandingan kinerja antara model VADER *Default* dan VADER *Custom* dalam mengklasifikasikan polaritas sentimen pada komentar Bahasa Indonesia?
- c. Aspek apa saja yang sering muncul dalam komentar YouTube terkait sektor kuliner, seperti rasa, harga, dan kebersihan, berdasarkan analisis sentimen?
- d. Bagaimana hasil analisis sentimen dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pelaku bisnis kuliner di Indonesia, khususnya untuk restoran "WNK"?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuannya adalah untuk mengembangkan sistem dalam menganalisis komentar dari video YouTube Food Vlogger yang membahas "WNK" restoran, memahami polaritas sentimen konsumen (positif, netral, dan negatif) dengan menggunakan model VADER *Default* dan VADER *Custom* yang telah disesuaikan untuk Bahasa Indonesia. Penelitian ini mengevaluasi efektivitas model VADER dalam analisis sentimen komentar berbahasa Indonesia, sekaligus memberikan wawasan yang relevan bagi pemilik bisnis kuliner untuk meningkatkan kualitas

makanan dan layanan berdasarkan masukan konsumen yang teridentifikasi dari komentar.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini terbagi dalam lima bab, dimana setiap bab mempunyai bahasan mengenai tujuan dan isi yang berbeda-beda. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini membahas tentang gambaran secara singkat mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Pendahuluan bertujuan memberikan gambaran umum mengenai pentingnya penelitian ini dan relevansinya terhadap permasalahan yang diangkat.

Bab II Kajian Teori. Bab ini membahas tentang teori-teori yang akan digunakan atau penelitian yang sudah dilakukan terkait dengan rumusan permasalahan yang dibicarakan pada Bab 1. Bagian ini dijelaskan teori-teori seperti analisis sentiment dalam industri kuliner, analisis sentiment berbasis leksikon, text mining, dan model VADER dalam penerapannya pada komentar media sosial.

Bab III Metodologi Penelitian. Bab ini berisi tentang rancangan penelitian dan atau rancangan pengujian seperti, pengumpulan data dari komentar YouTube, teks preprocessing, penyesuaian model VADER untuk Bahasa Indonesia, serta evaluasi model menggunakan metrik seperti akurasi, precision, recall, dan F1-score.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Menguraikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan melakukan argumentasi atas apa yang dihasilkan dengan melampirkan *paper* atau karya ilmiah yang sudah atau akan dipublikasikan.

Bab V Kesimpulan dan Saran. Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan berdasarkan hasil dari penelitian yang diperoleh, serta saran-saran konstruktif yang perlu dikembangkan untuk penelitian berikutnya sehingga penelitian berikutnya menjadi lebih baik.

Di bagian akhir dari penulisan ini dilampirkan daftar Pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup peneliti.

