

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Dalam era digital yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi salah satu platform utama bagi masyarakat untuk mengungkapkan opini, kritik, dan penilaian terhadap berbagai fenomena, termasuk tayangan televisi. Salah satu platform yang paling banyak digunakan untuk menyampaikan ulasan tersebut adalah Twitter. Pengguna Twitter secara umum digunakan oleh pengguna Indonesia sebesar 59%, sebagai media sosial yang paling banyak digunakan ke-5 (lima) pada tahun 2020. Berdasarkan data, Twitter merupakan media sosial yang berdampak besar bagi pengguna Indonesia (Krisdiyanto, 2021). Ulasan masyarakat yang diunggah di Twitter dapat mencerminkan sentimen terhadap suatu tayangan, baik dalam bentuk positif, negatif, maupun netral, yang dapat menjadi indikator penting bagi stasiun televisi dalam mengevaluasi kualitas program mereka.

Tayangan televisi tetap menjadi salah satu sumber hiburan yang diminati masyarakat meskipun munculnya berbagai platform digital seperti layanan streaming telah mengubah pola konsumsi konten. Dalam menghadapi persaingan ini, penting bagi stasiun televisi untuk memahami respons audiens agar dapat terus meningkatkan kualitas tayangan yang mereka sajikan. Salah satu pendekatan yang efektif dalam memahami respons audiens adalah melalui analisis sentimen berbasis ulasan yang diunggah di media sosial seperti Twitter.

Analisis sentimen merupakan proses pengolahan data teks yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan opini menjadi sentimen positif, negatif, atau netral. Dalam konteks tayangan televisi,

analisis ini dapat memberikan wawasan yang mendalam terkait bagaimana masyarakat menilai program yang ditayangkan, termasuk kelebihan, kekurangan, dan aspek yang dapat ditingkatkan.

Untuk melakukan analisis sentimen secara efektif, diperlukan metode *machine learning* yang mampu mengolah data dalam jumlah besar dengan akurasi yang baik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Random Forest*, *Support Vector Machine (SVM)*, dan *XGBoost*. *Random Forest* adalah algoritma berbasis pohon keputusan yang menggunakan metode ensemble untuk meningkatkan akurasi klasifikasi dengan menggabungkan hasil dari banyak pohon keputusan. *Support Vector Machine (SVM)* bekerja dengan mencari hyperplane optimal yang memisahkan data antar kelas dengan margin terbesar, sehingga sering digunakan dalam klasifikasi data teks. Sementara itu, *XGBoost* atau *Extreme Gradient Boosting* merupakan metode berbasis pohon keputusan yang dikembangkan untuk meningkatkan performa dengan teknik boosting, yang efektif dalam mengatasi data besar dan kompleks.

Ketiga metode tersebut memiliki keunggulan masing-masing, namun efektivitasnya dapat bervariasi tergantung pada karakteristik data yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap tayangan televisi berdasarkan ulasan di media sosial Twitter dengan membandingkan performa dari ketiga metode tersebut dalam mengklasifikasikan sentimen secara akurat.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang mendalam mengenai metode *machine learning* yang paling sesuai untuk menganalisis sentimen dalam konteks tayangan televisi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu stasiun televisi dalam meningkatkan kualitas program yang mereka tayangkan serta mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif dan berbasis data.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan metode *Random Forest*, *Support Vector Machine* (SVM), dan *XG Boost* dapat digunakan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap tayangan televisi berdasarkan ulasan di media sosial Twitter, serta metode mana yang memiliki performa terbaik dalam mengklasifikasikan sentimen secara akurat guna memberikan wawasan yang relevan bagi peningkatan kualitas tayangan televisi.

### **1.3 Tujuan PKL**

Tujuan dari kegiatan PKL ini adalah untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap tayangan televisi berdasarkan ulasan di media sosial Twitter dengan menerapkan metode *Random Forest*, *Support Vector Machine* (SVM), dan *XG Boost*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan performa kedua metode tersebut dalam mengklasifikasikan sentimen secara akurat, sehingga dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi stasiun televisi dalam meningkatkan kualitas tayangan serta mendukung pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam memahami preferensi audiens.

### **1.4 Manfaat**

#### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, dan akademisi lainnya dalam mempelajari dan mengembangkan penerapan metode *machine learning*, khususnya *Random Forest*, *Support Vector Machine* (SVM) dan *XG Boost*, dalam analisis sentimen. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya literatur di bidang analisis data dan pengolahan bahasa alami (*Natural Language Processing*).

#### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh stasiun televisi untuk memahami opini masyarakat terhadap tayangan mereka, sehingga dapat meningkatkan kualitas program berdasarkan masukan yang relevan. Selain

itu, wawasan yang dihasilkan dapat mendukung pengiklan dalam menentukan tayangan yang tepat sebagai media promosi.

### **3. Manfaat Industri**

Dengan memanfaatkan analisis sentimen berbasis data, stasiun televisi dapat lebih responsif terhadap kebutuhan audiens dan menjaga daya saing di tengah perubahan preferensi penonton serta persaingan dengan platform digital lainnya.

### **4. Manfaat Sosial**

Penelitian ini memberikan ruang bagi masyarakat untuk lebih didengar opininya melalui ulasan yang mereka sampaikan di media sosial. Dengan demikian, hubungan antara penyedia konten hiburan dan audiens dapat menjadi lebih baik melalui pengambilan keputusan berbasis data.