

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Platform media sosial menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan opini, termasuk isu teknologi otomotif seperti mobil listrik (Maulidi & Edy Sutanto, 2024), (Lahi & Irsang, 2024). Mobil listrik menawarkan solusi ramah lingkungan dan berpotensi mengurangi biaya dibanding bahan bakar konvensional (Yamamura et al., 2022), (Pratama et al., 2023). Meski memiliki keuntungan, keberadaan mobil listrik di Indonesia masih tergolong rendah. Hal tersebut dipengaruhi oleh keterbatasan infrastruktur pengisian daya dan harga yang tinggi (Gandajati & Mahyuni, 2022), (Sri Widagdo et al., 2023), (Karimah et al., 2024).

Permasalahan tersebut sering menjadi topik yang menimbulkan perbedaan pendapat di kalangan pengguna media sosial (Santoso et al., 2022), (Aryanti & Santoso, 2023). Pemahaman mengenai inovasi ini masih menjadi kendala yang dapat memengaruhi persepsi mereka baik positif maupun negatif (Alin et al., 2023). Evaluasi persepsi masyarakat melalui analisis sentimen menjadi penting, agar perusahaan otomotif dapat membuat keputusan yang tepat dalam mengembangkan produk serta strategi pemasaran (Nai et al., 2022).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa analisis sentimen merupakan metode yang efektif dalam mengevaluasi persepsi masyarakat. Penelitian sebelumnya oleh (Santoso et al., 2022) berhasil mencapai akurasi tertinggi 86,07%. Algoritma yang digunakan yaitu Support Vector Machine (SVM) dalam analisis sentimen terkait mobil listrik di Twitter. Adapun (Kelvin et al., 2022) dalam analisis sentimen tentang Covid-19 di Twitter memperoleh akurasi 91,15% dengan SVM dan 87,68% dengan Logistic Regression.

Penelitian lain dilakukan oleh (Hutagalung & Rasiban, 2023) mengenai analisis sentimen keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SVM mencapai akurasi 70,70%, sedangkan Logistic Regression memperoleh akurasi 69,59%. Selanjutnya, (Wicaksono et al., 2022) dalam analisis sentimen media sosial universitas menemukan Logistic Regression dengan akurasi 74% dan SVM 74,6%.

Selain itu, penelitian (Lidinillah et al., 2023) menggunakan SVM dan Logistic Regression berhasil mencapai akurasi 81% dalam analisis sentimen aplikasi Steam.

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, algoritma SVM dan Logistic Regression mampu menjadi metode dalam analisis sentimen. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap mobil listrik melalui komentar TikTok. Penelitian ini juga bertujuan untuk membandingkan performa algoritma SVM dan Logistic Regression dalam mengelompokkan sentimen masyarakat terkait mobil listrik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana sentimen masyarakat di platform TikTok terhadap inovasi mobil listrik di Indonesia?
2. Bagaimana performa algoritma Logistic Regression dan SVM dalam mengelompokkan sentimen masyarakat terhadap mobil listrik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sentimen masyarakat melalui komentar di TikTok mengenai inovasi mobil listrik di Indonesia.
2. Membandingkan performa algoritma Logistic Regression dan SVM dalam mengelompokkan sentimen masyarakat terhadap mobil listrik.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan gambaran persepsi masyarakat di TikTok terhadap mobil listrik agar dapat menjadi masukan bagi perusahaan otomotif dalam merancang produk dan strategi pemasaran yang tepat.
2. Memberikan pemahaman mengenai efektivitas masing-masing algoritma dalam analisis sentimen, sehingga dapat menjadi acuan dalam pemilihan metode klasifikasi yang paling optimal untuk studi serupa di masa depan.