

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial sebagaimana TikTok, kini telah menjadi tempat bagi masyarakat untuk mengemukakan pendapat, termasuk inovasi otomotif seperti mobil listrik. Mobil listrik menghadirkan solusi energi yang lebih ramah lingkungan serta mengurangi polusi suara, yang membuatnya menarik bagi banyak kalangan (Pratama et al., 2023; Yamamura et al., 2022). Meskipun memiliki potensi besar, penerimaan mobil listrik di Indonesia masih tergolong rendah karena beberapa faktor (Gandajati & Mahyuni, 2022).

Faktor-faktor seperti tingginya harga mobil, infrastruktur pengisian daya yang belum merata, dan harga jual yang tinggi menjadi kendala (Karimah et al., 2024; Widagdo et al., 2023). Permasalahan tersebut kerap dibahas di media sosial yang dapat membangun persepsi masyarakat, baik positif maupun negatif (Alin et al., 2023; Aryanti & Santoso, 2023; Santoso et al., 2022). Evaluasi persepsi melalui analisis sentimen penting dilakukan karena opini publik mencerminkan pemahaman, keraguan, dan sikap masyarakat terhadap teknologi baru seperti mobil listrik (Nai et al., 2022). Analisis ini menjadi dasar untuk melihat apakah masyarakat benar-benar siap menerima perubahan ke arah kendaraan ramah lingkungan, atau justru masih menghadapi kebingungan dan ketidakpercayaan.

Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa analisis sentimen adalah metode efektif dalam mengevaluasi opini masyarakat secara sistematis. Aryanti & Santoso (2023) pada penelitiannya dalam menganalisis sentimen mobil listrik menggunakan algoritma *Naïve Bayes* di platform Twitter. Hasilnya menunjukkan akurasi model mencapai 87,43%. Kemudian Indriyani et al, (2023) melakukan analisis sentimen di platform TikTok dengan memanfaatkan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM) dengan akurasi masing-masing 79% dan 84%.

Penelitian lain juga dilakukan Santoso et al, (2022) terkait analisis sentimen mobil listrik menggunakan SVM yang dioptimalkan menggunakan metode *Particle Swarm Optimization* (PSO). Hasil dari penelitian tersebut mencapai akurasi 94,25%. Di sisi lain, pada platform TikTok, Rahmawati et al, (2024) juga melakukan analisis sentimen menggunakan algoritma SVM dengan akurasi 78%.

Selain itu, Siregar *et al*, (2023) juga menganalisis sentimen masyarakat terhadap kampus UBP Karawang menggunakan SVM dengan akurasi 86,66% dan *Naïve Bayes*, 96,66%.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, analisis sentimen dengan algoritma seperti *Naïve Bayes* dan SVM memiliki kemampuan untuk memahami opini publik di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan memahami persepsi publik terhadap mobil listrik melalui analisis sentimen pada komentar di TikTok. Penelitian juga akan membandingkan performa algoritma *Naïve Bayes* dan SVM dalam menganalisis sentimen publik mengenai inovasi mobil listrik di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, berikut terdapat rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap mobil listrik berdasarkan analisis sentimen komentar TikTok ?
2. Bagaimana perbandingan performa antara algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen mobil listrik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun terdapat tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Menganalisis dan memahami persepsi masyarakat terhadap mobil listrik melalui analisis sentimen komentar TikTok.
2. Membandingkan performa algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen mobil listrik.

1.4 Manfaat

Berikut merupakan manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Menyediakan informasi bagi masyarakat umum tentang mobil listrik di Indonesia.
2. Menjadi referensi literatur untuk penelitian selanjutnya tentang analisis sentimen.