

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya dunia digital yang begitu pesat, internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, tetapi seseorang juga dapat berbelanja secara *online*. Perkembangan dunia digital juga memberikan kemudahan bagi segala aspek kehidupan, salah satunya kemudahan berbisnis melalui sarana internet atau dikenal dengan istilah *e-commerce*. Kemudahan berbelanja online pada *e-commerce* membuat banyaknya platform yang menyediakan fitur berbelanja *online*, salah satu platform yang baru - baru ini banyak dibicarakan adalah aplikasi Tik Tok.

Tik Tok adalah salah satu perusahaan yang melakukan inovasi karena tingginya tingkat penggunaannya, Jika dulu Tik Tok hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja, seperti membuat video musik pendek. Akan tetapi karena tingginya antusias masyarakat pada *e-commerce*, kini Tik Tok terjun ke dunia *e-commerce* dan perkembangan *e-commerce* yang menyebabkan Tik Tok menghadirkan fitur *Tik Tok Shop*.

*Tik Tok Shop* merupakan fitur *e-commerce* yang bisa membuat pengguna dan kreator untuk menjual dan mempromosikan barang melalui Tik Tok. Banyaknya *review* produk muncul dalam konten Tik Tok dengan *review* yang singkat padat dan tidak bertele-tele yang membuat pengguna lain merasa penasaran dengan hasil yang dibicarakan oleh konten kreator, dengan banyaknya konten kreator yang memberikan *review* tentang suatu produk akan membuat produk menjadi viral atau banyak di cari oleh banyak orang.

Banyaknya komentar- komentar di *Tik Tok Shop* yang mengandung komentar positif dan negatif menjadi informasi bagi pembeli untuk mengetahui bagus atau tidaknya produk yang dijual, namun kadang kala komentar tersebut juga bisa menimbulkan kebingungan bagi pembeli untuk menentukan pilihan toko yang bagus untuk dipercayakan kualitas barangnya. Untuk dibutuhkan sebuah sistem yang dapat menganalisis sentimen pada komentar *Tik Tok Shop* untuk mengetahui

jika di *Tik Tok Shop* terdapat toko – toko yang terpercaya yang menjual barang – barang bagus.

Dari permasalahan tersebut penulis melakukan analisis sentimen menggunakan metode *Support Vektor Machine* (SVM). Metode *Support Vektor Machine* (SVM) banyak digunakan dalam penelitian teks mining karena memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Dibuktikan pada penelitian sebelumnya yaitu : (Putri et al., 2022) pada penelitiannya “ Analisis Sentimen *E-Commerce* Lazada pada Jejaring Sosial *Twitter* Menggunakan Algoritma *Support Vector Machine* “ dengan tingkat akurasi sebesar 86,7 %. Sedangkan pada penelitian (Zulqornain & Adikara, 2021) pada penelitiannya “ Analisis Sentimen Tanggapan Masyarakat Aplikasi *Tik tok* Menggunakan Metode *Naïve Bayes* dan *Categorical Propotional Difference* (CPD)” dengan tingkat akurasi sebesar 72,9947 %.

Berdasarkan tingkat akurasi pada penelitian sebelumnya, peneliti tertarik menggunakan metode *Support Vektor Machine* (SVM) pada penelitian ini , dikarenakan memiliki tingkat akurasi yang tinggi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengklasifikasikan sentiment masyarakat pada *Tik Tok Shop* ?
2. Bagaimana menerapkan metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengklasifikasikan sentiment masyarakat pada *Tik Tok Shop* yang mempunyai tipe positif dan negatif ?

## 1.3 Batasan Masalah

Agar tercapainya tujuan dari penelitian ini, maka penelitian ini perlu dibatasi, berikut ini batasan dari penelitian ini:

1. Penelitian dilakukan hanya pada toko di tik tok shop (toko : Ourluxbeauty, Pinkflash.beauty, Kimberlybeauty88, jelitacosmetic, Theorginote ).
2. Pengambilan data melalui *Scrapping* menggunakan *Selenium*, *selenium* sendiri merupakan modul pendukung yang dalam *Library Phyton*.

3. Klasifikasi opini dibagi kedalam positif, dan negatif.
4. Data komentar dikumpulkan dari Tik Tok Shop berupa teks.
5. Penelitian ini tidak mengatasi komentar yang mempunyai kata atau frasa dengan arti ganda dan berbeda pada sebuah kalimat.
6. Tidak menganalisis kalimat yang mengandung emoticon.
7. Jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 500 data komentar Tik Tok Shop dalam aplikasi Tik Tok Shop. Untuk data latih akan digunakan sebanyak 350 *dataset* dan untuk data uji akan digunakan sebanyak 150 *dataset*.
8. Metode yang digunakan untuk menganalisis sentiment review masyarakat pada *Tik Tok Shop* di Aplikasi Tik Tok adalah metode *Support Vector Machine* (SVM).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menghasilkan sistem yang dapat mengklasifikasi sentiment dari *Tik Tok Shop* kedalam kategori sentimen.
2. Mengetahui hasil dari menerapkan metode *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengklasifikasikan sentiment masyarakat pada *Tik Tok Shop* di Aplikasi Tik Tok tentang tanggapan *costumer*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Sistem bermanfaat untuk merekomendasi tingkat kepercayaan pembeli terhadap toko yang telah direkomendasi.
2. Tik Tok tidak hanya sebagai sarana hiburan , tetapi data dari komentar komentar Tik Tok dapat digunakan oleh peneliti untuk data penelitian.