

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proses yang dikenal sebagai "globalisasi ekonomi" adalah ketika ekonomi dan perdagangan antara negara menjadi lebih terbuka dan batas geografis tidak lagi menjadi penghalang bagi transaksi di pasar global. Konsep perdagangan bebas sangat berkaitan dengan fenomena ini. Berbagai aspek kehidupan, termasuk strategi pemasaran, mengalami perubahan besar seiring berjalannya waktu dan berkembangnya era globalisasi. Ini terutama berlaku untuk cara produsen menjangkau konsumennya.

Strategi pemasaran sangat penting bagi bisnis kuliner untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. Pada masa lalu, promosi bisnis kuliner lebih banyak bergantung pada media cetak, yang membutuhkan biaya besar, tetapi sekarang, berkat kemajuan teknologi, bisnis dapat menggunakan berbagai platform digital untuk menyebarkan informasi lebih luas dan cepat tanpa harus menunggu waktu yang lama [1].

Kemajuan teknologi, khususnya dalam hal akses internet, didorong oleh perkembangan zaman yang cepat. Lebih dari separuh orang Indonesia memiliki koneksi internet saat ini. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sekitar 132 juta orang di Indonesia menggunakan internet pada tahun 2016. Jumlah pengguna telah meningkat sebesar 51,8% dari tahun 2014. Pertumbuhan besar ini membuka banyak peluang di bidang pemasaran, terutama untuk melakukan promosi dengan biaya rendah namun mampu menjangkau audiens secara efektif [2].

Teknologi telah mengubah cara masyarakat melihat dunia, membuat jarak tidak lagi menjadi hambatan untuk melakukan sesuatu, termasuk pemasaran. Ini sangat berbeda dengan cara lama yang lebih konvensional, yang biasanya lebih sulit dan memerlukan biaya promosi yang lebih besar. Sama seperti strategi pemasaran yang menggunakan media teknologi, ada banyak jenis media yang dapat digunakan dalam pemasaran saat ini untuk mempromosikan barang atau

jasa. Salah satunya adalah media sosial, yang merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan konsep dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan berbagi informasi secara interaktif. Dengan platform ini, masyarakat dapat menjadi produsen dan penyebar informasi secara langsung. Beberapa platform media sosial yang paling populer di Indonesia termasuk Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, dan yang lainnya [3].

Karena kemampuan untuk menyediakan konten visual berupa gambar dan video, Instagram sekarang menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer. Snapgram, yang memungkinkan pengguna membagikan momen secara instan dalam bentuk cerita singkat, adalah fitur yang menarik banyak pengguna. Karena pengguna sering membagikan aktivitas atau barang yang mereka gunakan, fitur ini secara tidak langsung menjadi sarana promosi. Instagram semakin digunakan dalam industri bisnis seperti kuliner dan pujasera seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan potensinya sebagai alat pemasaran. Agar Instagram sebagai alat promosi menjadi lebih efektif, pengguna harus memahami konsep pemasaran seperti marketing mix, digital marketing, dan internet marketing. Sangat penting bagi pelaku usaha untuk memahami teori-teori ini sebelum mereka membuat strategi pemasaran di platform digital [4].

Influencer adalah seseorang yang memiliki pengaruh besar terhadap pengikutnya melalui pendapat, pandangan, dan rekomendasi mereka. Dengan demikian, keterlibatan influencer akan meningkatkan hasil pemasaran Instagram. Pengaruh tersebut dapat memengaruhi cara audiens bertindak dan membeli sesuatu. Dalam bisnis kuliner, bekerja sama dengan influencer dapat memiliki dampak besar, terutama ketika mereka membagikan informasi promosi atau endorsement produk di akun Instagram pribadi mereka. Hal ini menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap merek yang dipromosikan dan memungkinkan jangkauan yang lebih luas.

Oleh karena itu, peneliti dapat melihat bagaimana masyarakat melihat objek atau lokasi Pujasera yang berkembang dan menarik banyak pengunjung. Analisis sentimen adalah teknik untuk mengekstrak dan menganalisis pendapat

dari teks. Model bahasa yang canggih seperti IndoBERT, adaptasi BERT untuk bahasa Indonesia, memungkinkan analisis ini dilakukan dengan lebih akurat dan efisien. Model ini dapat memberikan hasil yang lebih relevan untuk menilai sentimen pengunjung karena memahami konteks dan variasi bahasa. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa model berbasis BERT dapat melakukan analisis sentimen lebih baik daripada metode manual atau metode lainnya [5]. Dengan demikian, penerapan IndoBERT dalam konteks analisis sentimen di Pujasera diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih mendalam dan informatif.

IndoBERT memiliki beberapa versi, termasuk IndoBERT-base, IndoBERT-lite, dan IndoBERTtweet, yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam pemrosesan Bahasa Indonesia. Sebagai contoh IndoBERTtweet dibuat khusus untuk mengolah teks dari platform media sosial seperti Twitter dan Instagram, yang umumnya menggunakan bahasa yang kasual dan singkatan. Memilih versi yang sesuai sangat krusial untuk menjaga ketepatan dalam analisis sentimen, terutama ketika data yang digunakan berasal dari situs media sosial.

Selain itu, penting untuk diingat bahwa sentimen pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman langsung di lokasi, tetapi juga oleh hal-hal yang datang dari luar, seperti ulasan online dan interaksi di media sosial. Ulasan positif atau negatif dapat mempengaruhi keputusan pengunjung dan citra Pujasera di mata masyarakat. Oleh karena itu, metode analisis sentimen yang menyeluruh dapat membantu dalam menentukan komponen yang mempengaruhi pujasera [1].

Kajian lebih lanjut tentang strategi pemasaran media sosial secara lebih menyeluruh diperlukan, seperti yang disarankan oleh peneliti sebelumnya dan hasil lapangan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi alasan mengapa bisnis kuliner konvensional mulai menggunakan media sosial sebagai cara utama untuk mempromosikan bisnis mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi algoritma IndoBERT untuk analisis sentimen pengunjung pugasera?
2. Bagaimana mengukur akurasi algoritma IndoBERT untuk analisis sentimen pengunjung pugasera dan peminat makanan pugasera?
3. Bagaimana hasil analisis sentimen terhadap pengunjung pugasera?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian, maka ditetapkan beberapa Batasan pada penelitian Analisis Sentimen terhadap Pengunjung di Pugasera dengan Metode IndoBERT, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini menganalisis sentimen data pugasera dalam rentang waktu selama kurang lebih 3 Bulan.
2. Model yang digunakan dalam analisis sentimen adalah IndoBERT, sehingga hasil analisis akan terbatas pada kemampuan model tersebut dalam memahami konteks Bahasa Indonesia.

1.4 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menerapkan analisis sentimen terhadap komentar pengunjung di Pugasera dengan memanfaatkan model IndoBERT, dengan tujuan khusus sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan Algoritma IndoBERT untuk analisis sentimen pengunjung pugasera.
2. Menganalisis faktor yang mendukung akurasi Algoritma IndoBERT dalam analisis sentimen.
3. Mengetahui hasil analisis sentimen pengunjung pugasera berdasarkan data komentar di Instagram.

1.5 Manfaat

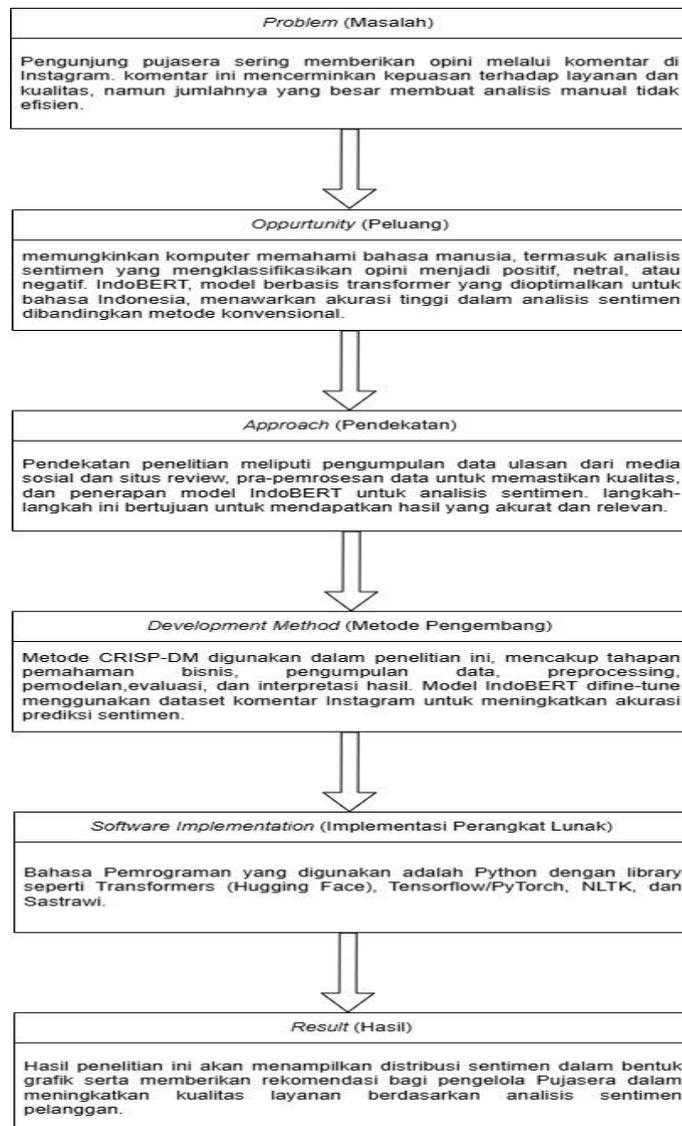
Melalui penelitian ini, diharapkan tercipta nilai tambah dalam bidang ilmu dan penerapannya, dengan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan kepada pengelola Pujasera mengenai opini dan sentimen pengunjung, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengunjung.
2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis sentimen dan penggunaan model bahasa dalam konteks bahasa Indonesia.
3. Meningkatkan pemahaman tentang penerapan teknologi pemrosesan bahasa alami (NLP) dalam analisis data sosial, khususnya dalam konteks cafe.



1.6 Kerangka Pemikiran

Untuk memperjelas alur logika dalam penelitian ini dijelaskan secara visual pada Gambar 1.1 berikut



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Metode IndoBERT digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis sentimen pengunjung Pujasera. Diharapkan hasil analisis ini akan memberi tahu pengelola kafe tentang cara meningkatkan pengalaman pengunjung dan mengembangkan strategi yang lebih efisien untuk mendukung pengembangan cafe yang berkelanjutan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang terstruktur dan sistematis terhadap isi skripsi, penyusunan dokumen ini dilakukan berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian ini memuat komponen-komponen administratif dan pendahuluan yang bersifat wajib sebagai kelengkapan dokumen akademik. Komponen-komponen tersebut meliputi halaman judul, lembar persetujuan dari pembimbing, lembar pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, lembar persembahan, abstrak dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, kata pengantar, daftar isi, serta daftar gambar dan daftar tabel. Bagian ini bertujuan untuk memberikan informasi awal mengenai identitas penulis, tujuan penyusunan, dan gambaran umum isi skripsi.

2. Bagian Utama Skripsi

Bagian utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan dan administratif yang diperlukan untuk dokumen akademik ada di bagian ini. Halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, lembar persembahan, abstrak dalam bahasa Inggris dan Indonesia, kata pengantar, daftar isi, dan daftar gambar dan tabel adalah semua bagian dari skripsi. Bagian ini memberikan informasi awal tentang penulis, alasan penyusunan, dan isi skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, termasuk konsep dasar dan hasil penelitian terbaru. Selain itu, bab ini memberikan dasar teori untuk metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, seperti teknik analisis, algoritma, dan pendekatan evaluasi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pemahaman bisnis (pemahaman bisnis), pemahaman data (pemahaman data), persiapan data (persiapan data), pembangunan model (pembangunan model), dan evaluasi model adalah semua langkah yang digunakan dalam penelitian. Untuk memastikan bahwa proses berjalan secara teratur, bab ini juga mencakup alur kerja penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil dari penerapan metode penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Ini mencakup hasil dari preprocessing data, pelatihan model, evaluasi performa, dan visualisasi dan interpretasi data. Pembahasan dilakukan secara analitis untuk menjelaskan bagaimana temuan ini berhubungan dengan tujuan dan teori yang telah dikemukakan sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, bab ini memuat kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian berikutnya atau pengembangan topik yang telah dikaji.