

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

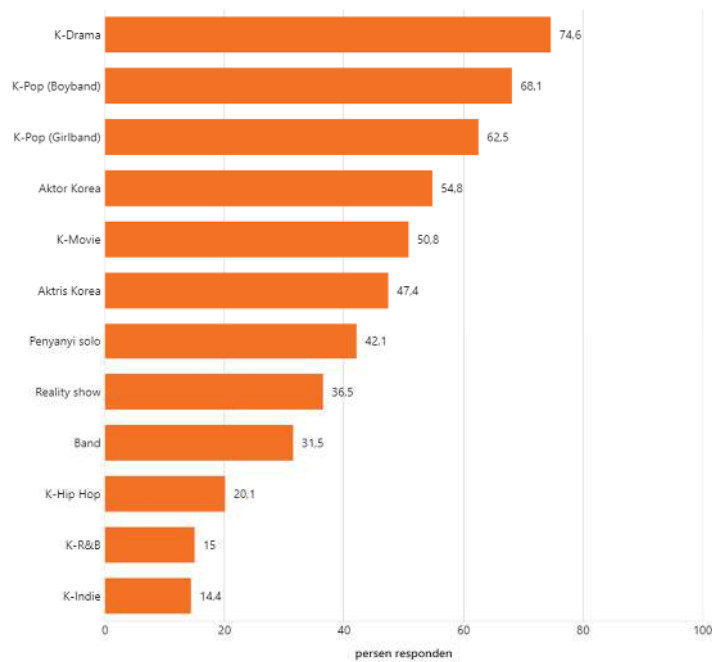
Dampak dari globalisasi yang tengah berlangsung saat ini dapat kita rasakan di lingkungan sekitar kita, di mana salah satu perubahan paling signifikan adalah kemajuan teknologi. Penyebaran internet yang semakin meluas di seluruh dunia memungkinkan informasi dapat diakses oleh masyarakat global tanpa batasan waktu dan tempat. Salah satu hal yang paling cepat berkembang berkat internet adalah hiburan dan budaya, yang akhirnya melahirkan fenomena budaya populer atau *pop culture*. *Pop culture* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sebuah budaya yang populer di kalangan masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Persebaran *pop culture* di seluruh dunia menjadi semakin cepat akhir-akhir ini seiring dengan berkembangnya akses jaringan internet di dunia [1].



Gambar 1.1 Persebaran pop culture (Sumber: lowyinstitute.org)

Berdasarkan data dari Lowy Institute pada Gambar 1.1, Korea Selatan tercatat sebagai negara dengan budaya paling populer ketujuh di dunia pada tahun 2023. Ekspansi global budaya Korea Selatan yang cepat, terutama melalui industri hiburannya, merupakan contoh fenomena yang dikenal sebagai Hallyu atau Korean Wave [2]. Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center, produk budaya Hallyu yang paling banyak dikenal adalah musik pop

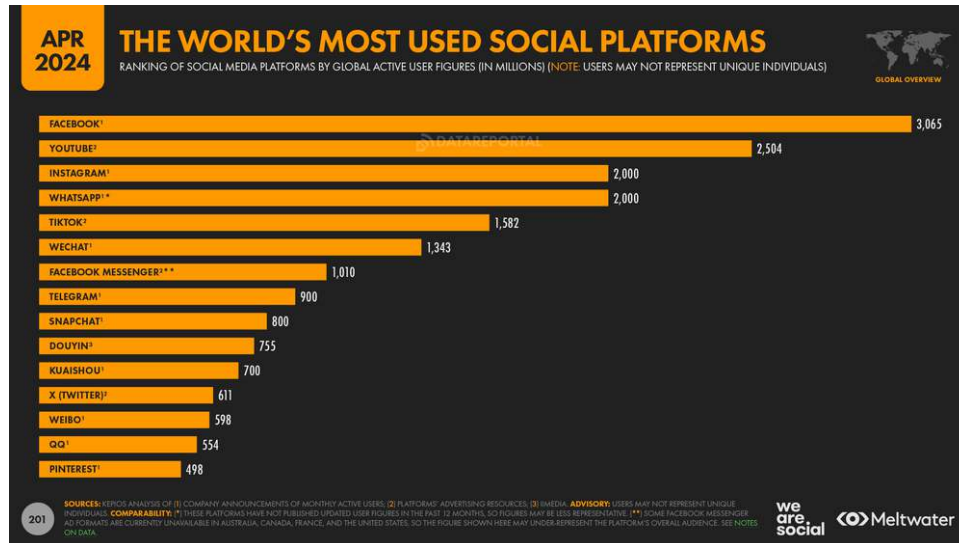
dan drama, yang biasa dikenal dengan sebutan K-pop dan K-drama. K-pop merupakan genre musik pop yang berasal dari Korea Selatan, sedangkan K-drama mengacu pada drama televisi yang diproduksi di negara tersebut. Data demografis tentang bentuk budaya pop Korea Selatan yang paling populer diilustrasikan pada Gambar 1.2, yang menyoroti bahwa K-drama dan K-pop menempati dua posisi teratas [3].



**Gambar 1.2** Demografi produk Hallyu (Sumber: databoks.katadata.co.id)

Menurut laporan yang dikutip dari CNN Indonesia, hasil analisis yang dilakukan oleh Korea Foundation menunjukkan bahwa jumlah penggemar Hallyu telah mencapai lebih dari 178 juta orang pada tahun 2022. Penyebaran budaya pop ini terjadi dengan sangat cepat, yang tidak terlepas dari peran besar media sosial sebagai sarana distribusinya. Platform media sosial "X" menjadi salah satu elemen penting yang mempercepat penyebaran budaya pop Korea Selatan[4]. Berdasarkan informasi dari tempo.co, terdapat sekitar 7,5 miliar cuitan mengenai K-pop selama periode 2020-2021, dengan Indonesia mencatatkan jumlah cuitan terbanyak[5]. Gambar 1.3 di bawah ini menunjukkan hasil survei yang dilakukan oleh We Are Social tentang platform

media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. pada April 2024, platform “X” tetap menjadi salah satu jaringan media sosial yang paling banyak digunakan secara global, dengan basisi pengguna sekitar 611 juta pengguna [6].



**Gambar 1.3** Sosial Media Paling Populer di Dunia (Sumber: datareportal.com)

Meskipun jumlah pengguna platform “X” masih kalah dengan YouTube namun ada beberapa alasan mengapa platform ini dipilih untuk dilakukan penelitian analisis sentimen. Format teks pendek dengan jumlah posting yang besar dan cepat pada platform “X” akan mempermudah dilakukan analisis sentimen terutama pada topik terbaru karena data tweet adalah contoh sumber data real-time dunia nyata. Pengumpulan data dengan *crawling* menggunakan *keyword* pada platform “X” akan mencakup sentimen masyarakat dengan lebih luas. Maraknya fenomena *Hallyu* yang terjadi tentu menimbulkan berbagai opini di berbagai lapisan masyarakat. Ada kelompok yang menilai bahwa fenomena ini menyebabkan dampak negatif pada anak muda karena menjadikan mereka lebih mencintai budaya negara lain dibandingkan budaya sendiri. Dampak buruk lainnya adalah munculnya sikap fanatisme, banyak membuang waktu, banyak menghamburkan uang untuk hal yang tidak perlu, dan masalah kesehatan karena banyak menatap layar. Ada juga kelompok yang beropini bahwa fenomena ini memberi dampak positif bagi anak muda seperti dapat

menjadikan budaya Korea menjadi inspirasi. *Hallyu* juga dapat menjadi sarana untuk dapat bersosialisasi dan mengembangkan diri, dapat memberi motivasi dan semangat, serta dapat menjadi media penghilang rasa stress. Terlepas dari kedua opini tersebut ada juga kelompok masyarakat yang mengambil sikap netral dalam menanggapi fenomena *Hallyu* ini [7].

Analisis sentimen publik terhadap fenomena *Hallyu* dilakukan dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari platform “X” antara 1 Januari 2018 dan 31 Desember 2024. Analisis sentimen melibatkan identifikasi pola atau kecenderungan dalam teks dan mengkategorikannya ke dalam sentimen seperti positif, negatif, atau netral. Berbagai teknik dapat diterapkan untuk melakukan analisis sentimen, termasuk algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*, yang keduanya digunakan dalam penelitian ini. Algoritma *Naïve Bayes* adalah teknik klasifikasi berbasis *text mining* yang beroperasi berdasarkan Teorema Bayes. Sebaliknya, *Support Vector Machine* menggunakan fungsi *hyperplane* untuk membedakan kelas data berlabel, sehingga memungkinkan prediksi klasifikasi yang akurat [8].

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Mujaddid Izzul Fikri dkk. (2022) mengevaluasi kinerja *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM) dalam analisis sentimen di Twitter. Temuan menunjukkan bahwa *Naïve Bayes* mencapai akurasi 73,65%, sedangkan SVM mencapai 70,20% [8]. Sementara itu, studi Sanjay Dey dkk. (2020) pada ulasan produk Amazon menemukan akurasi *Naïve Bayes* 82,875% dan SVM 84% [8]. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa kinerja metode dipengaruhi oleh karakteristik dataset dan konteks studi kasus. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengangkat topik "Perbandingan Metode *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* untuk Analisis Sentimen Fenomena *Hallyu*" [9].

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, *hallyu* memunculkan perbedaan pendapat pada masyarakat dalam menyikapinya. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa *hallyu* dapat memicu masalah seperti

munculnya sikap fanatisme berlebihan terhadap budaya populer Korea sehingga mengurangi rasa cinta terhadap budaya negara sendiri dan kurang bijak dalam menanggapi hal yang berhubungan dengan budaya Korea. Sebagian masyarakat yang lain berpendapat bahwa *hallyu* adalah kesempatan untuk mempelajari budaya baru sehingga bisa menambah wawasan dan dapat menginspirasi untuk menerapkan hal positif dari budaya Korea pada kehidupan sehari-hari, sedangkan sebagian lainnya memilih untuk bersikap netral. Perbedaan opini publik telah memotivasi penelitian tentang analisis sentimen terhadap fenomena Hallyu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam dengan menggunakan dua metode yang berbeda: *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*. Penelitian ini juga bertujuan untuk membandingkan performa dari kedua metode tersebut dengan mengevaluasi akurasi yang dicapai oleh masing-masing metode.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana opini masyarakat terhadap fenomena *Hallyu*?
2. Bagaimana kinerja metode *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam analisis sentimen ketika dievaluasi berdasarkan tingkat akurasinya?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana opini masyarakat terhadap fenomena *Hallyu*.
2. Menganalisis perbedaan tingkat akurasi antara metode *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam melakukan analisis sentimen masyarakat terhadap fenomena *Hallyu*.

### **1.5. Batasan Penelitian**

1. Penelitian ini hanya mencakup data yang diperoleh antara 1 Januari 2018 hingga 31 Desember 2024.
2. Sumber data yang digunakan untuk analisis sentimen terbatas pada platform "X".
3. Budaya Korea yang dibahas pada penelitian ini terbatas pada musik *K-pop*, dan *K-drama*.

4. Algoritma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*.
5. Sentimen yang dianalisis dikategorikan menjadi tiga kelas, yaitu positive, negative, dan neutral.
6. Dataset yang digunakan pada penelitian ini hanya berupa *tweet* berupa teks.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti dan akademisi:
  - a. Menawarkan perspektif baru dalam membandingkan kinerja algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam analisis sentimen.
  - b. Memberikan kontribusi referensi ilmiah yang dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi masyarakat:
  - a. Dapat menjadi gambaran tentang opini dan sentimen masyarakat terhadap fenomena *hallyu*.
  - b. Dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat tentang sikap apa yang harus diambil dalam menanggapi maraknya fenomena *hallyu*.
3. Bagi para pelaku bisnis:
  - a. Dapat memberi gambaran produk apa yang sedang diminati oleh pasar.
4. Bagi para pekerja di bidang hiburan:
  - a. Dapat memberi gambaran selera hiburan yang sedang diminati oleh para penikmat hiburan.
  - b. Dapat menjadi role model dalam membuat sebuah karya dan hiburan.
5. Bagi para pengamat sosial politik dan budaya:
  - a. Dapat memberi gambaran negara mana yang akan dibangun kerja sama dalam politik dan kebudayaan.