#### **BAB I PENDAHULUAN**

# 1.1. Latar Belakang

Pers adalah subsistem dari *system* sosial. Perkembangan pers dan teknologinya mengikuti perkembangan masyarakat barat yang berjalan secara linear. Budaya membaca dan pendidikan tumbuh ketika adanya penemuan mesin cetak pada 1450. Teknologi visual berupa kamera/film ditemukan 400 tahun kemudian, 50 tahun berikutnya pers masuk ke media audio dengan ditemukannya pemancar radio. Penemuan media berbasis audio-visual yang dikenal dengan tabung gambar atau televisi 30 tahun berikutnya memperpendek masa-masa penemuan teknologi pers. 10 tahun berikutnya teknologi satelit komunikasi ditemukan oleh masyarakat barat (Achmad, 2014).

Di era *Internet of Things* (IoT) ini perkembangan teknologi tersebut dapat kita nikmati melalui satu perangkat smartphone. Apple, Windows dan Android menyediakan berbagai *platform* untuk menikmati konten-konten digital. Kita hanya perlu menginstall aplikasi dan menyediakan kuota data internet untuk mengakses konten yang dimaksud. Seperti jika kita ingin menikmati konten visual seperti berita teks atau info grafis melalui *web browser*, konten audio melalui *Spotify* atau konten audio-visual melalui *YouTube*.

Nielsen Cross-Platform pada tahun 2017 melakukan survei terhadap pengguna internet. Survei tersebut menunjukkan terjadinya peningkatan akses internet oleh penggunanya di banyak tempat, Di antaranya adalah (51%) di kafe atau restoran dan (53%) kendaraan umum. Begitu pula yang terjadi pada acara konser yang mengalami peningkatan (24%) dalam jumlah akses media digital dibanding tahun 2015. Rumah dan tempat kerja juga mengalami peningkatan akses internet. Berbagai portal berita seperti jawapos.com, detik.com, kompas.com, tribun.com dan tempo.co merupakan contoh media yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi. Semula media tersebut hanya menyajikan produk cetak berupa koran, majalah atau buku. Tayangan televisi pun menyesuaikan

perkembangan teknologi seiring masuknya internet. Salah satu layanan penyiaran popular berbasis audio-visual adalah *YouTube*. Selain sebagai media penyiaran, *YouTube* juga media sosial yang memungkinkan komunikasi antar penggunanya. *YouTube* adalah salah satu platform yang banyak dimanfaatkan TV untuk mempublish siarannya. Seperti Kick Andy di Metrotv, Indonesia Lawyers club di TvOne, dan Aiman di Kompas TV yang juga mempublish tayangannya di *YouTube*.

Di masa pandemi seperti saat ini, masyarakat memerlukan informasi dari sumber terpercaya untuk menghadapi pandemi. Najwa Shihab melalui program Mata Najwa di Trans TV berusaha mencari kejelasan informasi dari Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto. Wawancara tersebut juga di publish melalui kanal *YouTube* Najwa Shihab setelah acara tersebut ditayangkan di TV secara live. Dalam acara tersebut Najwa Shihab mewawancarai kursi kosong yang direpresentasikan sebagai Menteri Kesehatan saat Pandemi COVID-19 mewabah. Wawancara tersebut dilakukan Najwa Shihab karena Menteri Kesehatan sangat jarang memberikan keterangan mengenai pandemi COVID-19.

Wawancara dengan kursi kosong biasa dilakukan di luar negeri yang memiliki histori pers yang lama. Seperti yang dilakukan Piers Morgan di CNN dan Kay Burley di acara Kay Burley Show di Sky News. Namun Hal tersebut belum pernah dilakukan di Indonesia sehingga menuai pro dan kontra yang memicu penonton tayangan #MataNajwaMenantiTerawan mengungkapkan emosinyanya. Emosi yang diluapkan di kolom komentar tayangan #MataNajwaMenantiTerawan inilah yang menjadi fokus peneliti melakukan analisis sentimen dengan metode *Naïve Bayes Classfifier*.

### 1.2. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, ada dua pokok pembahasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Cara algoritma *Naive Bayes Classifier* melakukan klasifikasi komentar pengguna *YouTube* terhadap tayangan #MataNajwaMenantiTerawan secara otomatis.

2. Akurasi dari algoritma *Naive Bayes Classifier* untuk mengklasifikasi komentar tayangan #MataNajwaMenantiTerawan.

#### 1.3. Batasan Masalah

Agar tidak keluar dari topik yang dibahas, maka penulis harus membatasi masalah. Berikut ini batasan masalah yang diuraikan:

- 1. Data dalam penelitian ini bersumber dari teks komentar pengguna *YouTube* yang mengomentari tayangan #MataNajwaMenantiTerawan.
- 2. Metode yang digunakan adalah Naive Bayes Classifier.
- 3. Komentar yang dianalisis adalah komentar yang berbahasa Indonesia.

# 1.4. Tujuan

Tuj<mark>uan penelitian ini sebagai berikut:</mark>

- 1. Mengklasifikasikan komentar penonton tayangan #MataNajwaMenantiTerawan di YouTube dengan metode Naive Bayes Classifier.
- 2. Mengetahui akurasi yang diperoleh dari metode *Naive Bayes Classifier*untuk melakukan klasifikasi komentar tayangan
  #MataNajwaMenantiTerawan.

# 1.5. Manfaat

Penelitian Analisis Sentimen Tayangan #MataNajwaMenantiTerawan terdapat beberapa manfaat yaitu:

- 1. Membantu menganalisis sentimen komentar pengguna *YouTube* dengan metode *Naïve Bayes Classifier*.
- 2. Menjadi rujukan untuk peneliti mendatang yang melakukan penelitian dengan tema terkait.