

ABSTRAK

YouTube merupakan media sosial berbagi video dimana penggunanya dapat mengunggah, menonton, dan berbagi konten video. Banyak pengguna menggunakan YouTube sebagai tempat untuk berkarya sekaligus menjadi tempat sumber pendapatan bagi pengguna jika konten video yang diunggah memiliki banyak penonton. Saat ini pengguna YouTube menggunakan *clickbait* sebagai alat pemasaran untuk menarik lebih banyak penonton untuk meningkatkan penayangan dan menghasilkan lebih banyak pendapatan. *Clickbait* adalah menciptakan judul yang terkesan dilebih-lebihkan untuk mengundang banyak pengunjung tanpa memperhatikan kualitas dari konten video tersebut. Kurangnya informasi yang pengguna ketahui menyebabkan pengguna tertipu dan mengunjungi konten tersebut, sehingga pengguna biasanya akan melampiaskan rasa kesal dan kecewanya dengan mengisi kolom komentar yang tersedia di setiap konten video yang mereka tonton. Oleh karena itu, dapat dilakukan suatu analisis sentimen pada kolom komentar konten video YouTube yang berupaya untuk mengetahui konten video mana yang termasuk *clickbait* dan *non-clickbait*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data komentar yang berkaitan dengan video *clickbait* dan *non-clickbait* dengan jumlah data sebanyak 2250. Penelitian ini menggunakan metode *Support Vector Machine* dalam melakukan analisis sentimen komentar untuk klasifikasi video *clickbait* dan *non-clickbait*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan didapatkan parameter terbaik pada algoritma *Support Vector Machine* yaitu dengan *kernel = rbf*, $C = 1$, dan $\gamma = 1$ pada $k\text{-fold} = 3$. Dari pengujian tersebut didapatkan hasil akurasi terbaik sebesar 91,38% untuk akurasi komentar dan 93,33% untuk akurasi video.

Kata kunci : Video *clickbait*, video *non-clickbait*, YouTube, analisis sentimen, *support vector machine*, klasifikasi.

ABSTRACT

YouTube is a video-sharing social media where users can upload, watch, and share video content. Many users use YouTube as a place to work as well as a source of income for users if the uploaded video content has many viewers. Today YouTubers use clickbait as a marketing tool to attract more viewers to increase views and generate more revenue. Clickbait is creating titles that seem exaggerated to invite many visitors without paying attention to the quality of the video content. The lack of information that users know causes users to be tricked into visiting the content, so users will usually vent their frustration and disappointment by filling in the comment's column provided for each video content they watch. Therefore, a sentiment analysis can be carried out in the comment's column of YouTube video content which attempts to find out which video content is clickbait and non-clickbait. The data used in this research is commentary data related to clickbait and non-clickbait videos with a total of 2250 data. This study uses the Support Vector Machine method in conducting comment sentiment analysis for the classification of clickbait and non-clickbait videos. Based on the tests carried out, the best parameters were obtained in the Support Vector Machine algorithms, namely with kernel = rbf, $C = 1$, and $\gamma = 1$ at $k\text{-fold} = 3$. From these tests, the best accuracy results were obtained at 91,38% for comment accuracy and 93,33% for video accuracy.

Keywords : Clickbait video, non-clickbait video, YouTube, sentiment analysis, support vector machine, classification.