

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi smartphone, khususnya fitur kecerdasan buatan (AI) dan inovasi kamera, yang telah mengubah perilaku konsumen dalam memilih perangkat elektronik. Samsung Galaxy S25 Ultra, sebagai flagship terbaru, menghadapi persaingan ketat di pasar Indonesia yang didominasi merek Tiongkok dengan menonjolkan inovasi AI unggul. Rumusan masalah mencakup klasifikasi sentimen komentar media sosial terhadap Galaxy S25 Ultra dan identifikasi tema utama melalui topic modeling. Tujuan penelitian adalah mengevaluasi akurasi model, mengungkap topik dominan, dan menganalisis bobot topik sebagai cerminan preferensi konsumen.

Landasan teori mengacu pada *consumer preference theory*, *text mining*, *sentiment analysis*, dan *topic modelling*. *Sentiment analysis* memanfaatkan model *IndoBERTweet* untuk klasifikasi sentimen teks berbahasa Indonesia, sedangkan topic modeling menggunakan *BERTopic* untuk mengidentifikasi tema utama dalam komentar. Studi terdahulu menunjukkan efektivitas kombinasi kedua metode dalam mengungkap pola preferensi konsumen dengan akurasi hingga 95% pada klasifikasi sentimen bahasa Indonesia.

Metode penelitian bersifat kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui web scraping menggunakan YouTube API dan Apify untuk TikTok. Sebanyak 14.533 komentar dikumpulkan, dibersihkan, dan dilabeli manual oleh tiga penilai sehingga tersisa 1.933 komentar siap analisis. Dataset dibagi rasio 76,5% untuk training, 13,5% untuk validasi, dan 10% untuk testing. Sentiment analysis dilakukan dengan *fine-tuning IndoBERTweet* (skema label biner), sedangkan *topic modelling* menerapkan *BERTopic* untuk mengelompokkan komentar berdasarkan tema dominan.

Hasil penelitian menunjukkan distribusi sentimen hampir seimbang: negatif 52% vs positif 48%, dengan model mencapai akurasi 82% dan F1-score 0,82 untuk negatif serta 0,81 untuk positif. Topic modeling mengidentifikasi tujuh faktor utama. Pada sentimen positif, faktor harga memiliki bobot tertinggi (328), diikuti kamera (45), software (38), dan inovasi/AI (24). Pada sentimen negatif, topik harga juga mendominasi (139), diikuti kamera (83), dan layar (57).

Kesimpulan menegaskan bahwa preferensi konsumen terhadap Galaxy S25 Ultra dipengaruhi oleh persepsi nilai harga, kualitas kamera, dan kelayakan software, sementara kekhawatiran muncul pada aspek harga premium, stabilitas software, dan isu burn-in layar. Rekomendasi praktis meliputi adaptasi strategi penetapan harga, peningkatan optimasi software dan patch, serta penguatan inovasi AI dan kamera. Secara akademis, penelitian ini memperkaya literatur perilaku konsumen dengan pendekatan sentiment analysis dan BERTopic di pasar smartphone flagship Indonesia.

Kata Kunci: analisis sentimen, topic modeling, preferensi konsumen, Samsung Galaxy S25 Ultra, *IndoBERTweet*, *BERTopic*, media sosial