Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

PENGALAMAN PELANGGAN MEMBELI TIKET KONSER COLDPLAY: MENAMBANG ULASAN ONLINE BERDASARKAN PEMODELAN TOPIK DAN ANALISIS SENTIMEN

Denada Fatimah Zahra[1], Carkiman[2]

Program Studi Manajemen Informatika[1],
Program Studi Teknik Informatika[2]
Fakultas Teknik[2]
AMIK YPAT Purwakarta [1], Universitas Mandiri [2]

Email: denada.zahra@gmail.com, carkimansubang@yahoo.co.id

Received: January 10, 2023**. Revised:** February 15, 2024**. Accepted:** February 21**, 2024 Issue Period:** Vol.8 No.2 (2024), Pp.243-260

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pelanggan dalam membeli tiket Konser Coldplay di Indonesia menggunakan analisis sentimen dan pemodelan topik. Data dikumpulkan dari ulasan online pelanggan yang terkait dengan pembelian tiket konser melalui platform media sosial seperti Twitter. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data, labelling data, pre-processing data, pemodelan topik menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA), analisis sentimen, dan interpretasi hasil. Hasil analisis sentimen menunjukkan mayoritas ulasan positif, dengan pelanggan mengungkapkan kepuasan terhadap proses pembelian tiket, pengalaman di konser, performa Coldplay, dan pelayanan pelanggan. Melalui pemodelan topik, telah diidentifikasi beberapa topik utama yang sering muncul dalam ulasan, termasuk proses pembelian tiket, pengalaman di konser, harga tiket, pelayanan pelanggan, performa konser, lokasi konser, kebersamaan dengan penggemar, aksesibilitas, fasilitas konser, dan acara pendukung. Interpretasi dari masing-masing topik memberikan wawasan tentang preferensi dan harapan pelanggan. Rekomendasi bagi penyelenggara konser termasuk meningkatkan pelayanan pelanggan, memastikan kualitas performa, memilih lokasi konser yang nyaman, dan memperhatikan aksesibilitas serta suasana di sekitar tempat konser. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang pengalaman pelanggan dan dapat menjadi pedoman bagi penyelenggara konser untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di masa mendatang.

Kata kunci: Analisis Sentimen, Coldplay, Pengalaman Pelanggan, Pemodelan Topik, Tiket Konser.

Abstract: *This study aims to analyze customer experience in buying tickets for the Coldplay Concert in Indonesia using sentiment analysis and topic modelling. Data is collected from online customer reviews about concert ticket purchases via social media platforms such as Twitter. The stages of the research include data collection, data labelling, data pre-processing, topic modelling using Latent Dirichlet Allocation (LDA), sentiment analysis, and interpretation of the results. The results of the sentiment analysis show that most reviews are positive, with customers*

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

expressing satisfaction with the ticket-buying process, experience at the concert, Coldplay's performance, and customer service. Several primary topics frequently appearing in reviews have been identified through topic modelling, including ticket-buying, concert experience, ticket prices, customer service, concert performance, concert location, togetherness with fans, accessibility, concert facilities, and supporting events. The interpretation of each topic provides insight into customer preferences and expectations. Recommendations for concert organizers include improving customer service, ensuring performance quality, choosing a convenient concert location, and paying attention to accessibility and the atmosphere around the concert venue. This research provides an in-depth understanding of customer experience and can serve as a guide for concert organizers to improve customer experience in the future.

Keywords: Coldplay, Concert Tickets, Customer Experience, Sentiment Analysis, Topic Modeling.

I. PENDAHULUAN

Kunjungan konser Coldplay ke Indonesia merupakan peristiwa musik yang menghadirkan band rock terkenal asal Inggris ini ke tanah air. Dalam konteks ilmiah, kita dapat melihat fenomena ini dari beberapa perspektif, seperti pengaruhnya terhadap industri musik, pengaruhnya terhadap penggemar dan masyarakat Indonesia secara umum, dan potensi dampak ekonomi yang mungkin timbul. Dari segi industri musik, kehadiran konser Coldplay di Indonesia dapat memberikan dampak yang signifikan. Coldplay adalah salah satu band terkenal di dunia dan konser mereka biasanya menarik ribuan penggemar [1]. Hal ini dapat memperkuat citra Indonesia sebagai tujuan tur musik internasional dan menarik minat band-band besar lainnya untuk mengunjungi negara ini. Konser seperti ini juga mempengaruhi pasar musik lokal, dengan meningkatnya permintaan tiket konser dan produk merchandise terkait [2].

Pengaruh konser Coldplay terhadap penggemar dan masyarakat Indonesia bisa sangat kuat. Musik memiliki kekuatan untuk menyatukan orang dari berbagai latar belakang, dan konser seperti ini dapat menjadi pengalaman yang mendalam dan emosional bagi penggemar. Konser live juga dapat memperkuat ikatan antara band dan penggemar, memberikan mereka kesempatan untuk melihat langsung idola mereka dan merasakan energi yang unik dalam suasana konser. Dari perspektif ekonomi, konser Coldplay di Indonesia memiliki potensi untuk menciptakan dampak ekonomi yang positif. Kedatangan ribuan penggemar dari dalam dan luar negeri akan mempengaruhi sektor pariwisata, dengan peningkatan permintaan akomodasi, transportasi, dan jasa lainnya. Selain itu, konser ini juga dapat meningkatkan pendapatan lokal melalui penjualan tiket, makanan dan minuman, serta penjualan merchandise resmi band [3].

Secara keseluruhan, kehadiran konser Coldplay di Indonesia merupakan peristiwa yang signifikan dari berbagai perspektif. Dalam konteks ilmiah, fenomena ini dapat diteliti lebih lanjut untuk melihat dampaknya terhadap industri musik, penggemar, masyarakat, dan ekonomi lokal, serta implikasi lingkungan yang terkait.

Berdasarkan hal tersebut, seiring dengan perkembangan proses pemesanan tiket konser yang luar biasa besar, pemesanan tiket juga telah mengikuti perkembangan zaman dalam proses pemesanannya. Perkembangan platform tiket online telah mengalami kemajuan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Platform-platform seperti Ticketmaster, StubHub, Eventbrite, dan banyak lagi telah mengubah cara pembelian tiket konser dilakukan [4]. Dalam konteks pembelian tiket konser Coldplay di Indonesia, ada beberapa hal yang dapat dibahas mengenai perkembangan platform tiket online [5], seperti Aksesibilitas, yaitu Platform tiket online telah menghadirkan kemudahan aksesibilitas bagi penggemar musik di mana saja. Selanjutnya Pilihan Tempat Duduk, Platform tiket online biasanya menyediakan peta tempat duduk interaktif, yang memungkinkan penggemar melihat tampilan persis dari tempat duduk yang tersedia. Hal lain yang menjadi dasar perkembangannya adalah Penawaran dan Promosi, Platform tiket online sering kali menawarkan penawaran dan promosi khusus kepada pengguna

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

mereka. Ini dapat mencakup diskon khusus, paket bundel, atau kesempatan untuk mengakses tiket prapenjualan sebelum umumnya tersedia. Selain ini Keamanan dan Otentikasi, Platform tiket online juga mengutamakan keamanan dalam pembelian tiket. Integrasi dengan Media Sosial menjadi kelebihan lain, Beberapa platform tiket online telah mengintegrasikan fitur media sosial, yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi tentang pembelian tiket mereka dan mengundang teman-teman untuk ikut serta. Dalam pembelian tiket konser Coldplay di Indonesia, kemungkinan besar tiket akan tersedia melalui platform tiket online yang populer di negara ini. Penggemar akan mengunjungi situs web atau aplikasi platform tiket tersebut, memilih konser Coldplay yang mereka inginkan, memilih jumlah tiket dan tempat duduk yang diinginkan, dan kemudian melakukan pembayaran melalui berbagai metode yang tersedia, seperti kartu kredit atau transfer bank. Setelah pembayaran selesai, penggemar akan menerima tiket elektronik yang dapat dicetak atau ditampilkan pada perangkat seluler mereka sebagai bukti masuk ke konser.

Perkembangan platform tiket online telah mengubah cara pembelian tiket konser dilakukan, memudahkan aksesibilitas, memberikan pilihan tempat duduk, menawarkan penawaran khusus, menjaga keamanan, dan meningkatkan interaksi antara penggemar. Ini juga berlaku untuk pembelian tiket konser Coldplay di Indonesia, di mana penggemar dapat dengan mudah memperoleh tiket melalui platform tiket online yang ada [6]. Pembelian tiket konser Coldplay dapat memberikan pengalaman pelanggan yang unik dan menarik. Berikut ini beberapa aspek pengalaman pelanggan yang mungkin terkait dengan pembelian tiket konser Coldplay yaitu [7], Antusiasme dan Keinginan: Pembelian tiket konser Coldplay biasanya melibatkan tingkat antusiasme yang tinggi dari penggemar. Mereka mungkin telah menunggu lama untuk melihat band ini tampil secara langsung dan memiliki keinginan yang kuat untuk memperoleh tiket. Proses pembelian tiket dapat menjadi momen yang dinanti-nantikan dan memberikan kegembiraan tersendiri. Beberapa hal unik yang membuat perburuan tiket konser coldplay seperti Persaingan dan Keterbatasan Tiket, Konser Coldplay biasanya sangat diminati, sehingga persaingan untuk mendapatkan tiket bisa sangat tinggi. Selanjutnya Kemudahan dan Kenyamanan, Platform tiket online menyediakan kemudahan dan kenyamanan dalam proses pembelian. Selain itu Informasi yang Lengkap, Platform tiket online biasanya menyediakan informasi lengkap tentang konser, termasuk tanggal, lokasi, jam tayang, dan detail lainnya. Keterhubungan dengan Komunitas Penggemar: Pembelian tiket konser Coldplay juga dapat membawa penggemar lebih dekat dengan komunitas penggemar lainnya. Penggemar dapat berbagi pengalaman, mendiskusikan persiapan konser, dan menjalin ikatan dengan penggemar lain yang memiliki minat yang sama. Ini dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan pengalaman bersama sebagai penggemar Coldplay.Selain itu, Setelah pembelian tiket, penggemar akan mengalami rasa antisipasi yang tinggi menjelang konser. Mereka akan berharap untuk mendapatkan pengalaman yang luar biasa saat menyaksikan Coldplay tampil secara langsung. Ekspektasi ini dapat meningkatkan antusiasme dan membuat proses pembelian tiket menjadi bagian dari keseluruhan pengalaman konser.

Pembelian tiket konser Coldplay dapat memberikan pengalaman pelanggan yang berbeda-beda, tergantung pada individu dan konteksnya [8]. Namun, secara umum, pengalaman ini melibatkan tingkat antusiasme, keterbatasan tiket, kemudahan, informasi yang lengkap, keterhubungan dengan komunitas penggemar, dan ekspektasi tinggi terhadap konser yang akan datang. Berdasarkan hal tersebut, Membahas sentimen pengalaman pelanggan dalam pembelian tiket konser Coldplay sangat penting karena sentimen tersebut mempengaruhi persepsi dan kepuasan penggemar terhadap proses pembelian tiket dan acara itu sendiri [9]. Berikut adalah beberapa alasan mengapa penting untuk membahas sentimen tersebut seperti Kepuasan Pelanggan, Sentimen pengalaman pelanggan dapat menjadi indikator penting untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Selanjutnya Ulasan dan Rekomendasi, Pengalaman pelanggan yang positif dalam pembelian tiket konser Coldplay mendorong penggemar untuk memberikan ulasan positif dan merekomendasikan acara tersebut kepada orang lain. Ulasan positif dan rekomendasi dapat memberikan dorongan bagi orang lain untuk membeli tiket dan hadir dalam konser, yang pada gilirannya dapat meningkatkan popularitas dan penjualan tiket. Selanjutnya Meningkatkan Citra Band dan Penyelenggara Acara, Pengalaman pelanggan yang positif dalam pembelian tiket konser Coldplay dapat membantu meningkatkan citra band dan penyelenggara acara. Jika penggemar merasa puas dan terkesan dengan pengalaman pembelian tiket, mereka cenderung memiliki pandangan yang positif terhadap band dan acara tersebut. Selanjutnya Pengembangan Bisnis, Sentimen pengalaman pelanggan yang positif dapat memiliki dampak jangka panjang pada pengembangan bisnis. Pengalaman yang baik dalam pembelian tiket konser Coldplay dapat menciptakan hubungan yang kuat antara band atau penyelenggara acara

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

dengan penggemar. Hal ini dapat berdampak pada penjualan tiket masa depan, acara mendatang, dan kegiatan promosi lainnya, dan Perbaikan dan Pengembangan, akan Membahas sentimen pengalaman pelanggan juga memberikan masukan berharga bagi band atau penyelenggara acara untuk memperbaiki dan mengembangkan proses pembelian tiket di masa mendatang.

Dalam kesimpulannya, membahas sentimen pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay penting karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, ulasan, rekomendasi, citra band dan penyelenggara acara, pengembangan bisnis, serta membantu dalam perbaikan dan pengembangan proses pembelian tiket di masa mendatang. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk membahas sentimen pengalaman pelanggan dalam pembelian tiket konser Coldplay, dan salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan menggunakan topic modelling dan analisis sentiment [10].

Topic modelling adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi topik-topik yang muncul dalam kumpulan teks tanpa harus memiliki label topik sebelumnya. Metode topic modelling yang populer, seperti Latent Dirichlet Allocation (LDA), dapat mengelompokkan teks berdasarkan kemiripan topik di dalamnya. Dalam konteks pembahasan sentimen pengalaman pelanggan, topic modelling dapat membantu mengungkapkan topik-topik yang sering muncul, seperti proses pembelian tiket, kualitas acara, interaksi dengan penggemar lain, dan lainnya. Analisis sentimen adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi sentimen atau perasaan yang terkandung dalam teks, baik itu sentimen positif, negatif, atau netral. Analisis sentimen dapat membedakan dan mengklasifikasikan ungkapan atau kalimat dalam teks menjadi kategori sentimen yang sesuai. Dalam konteks pembahasan sentimen pengalaman pelanggan, analisis sentimen dapat membantu mengidentifikasi dan memahami bagaimana penggemar merasakan proses pembelian tiket dan pengalaman mereka dalam menghadiri konser Coldplay [11].

Kombinasi antara topic modelling dan analisis sentimen memungkinkan peneliti untuk menggali sentimen pengalaman pelanggan secara lebih mendalam. Dengan mengidentifikasi topik-topik utama yang muncul dalam data dan menganalisis sentimen yang terkait dengan masing-masing topik, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana penggemar merasakan proses pembelian tiket konser Coldplay, serta persepsi mereka tentang berbagai aspek seperti harga tiket, tempat duduk, kualitas acara, dan lainnya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan spesifik tentang sentimen pengalaman pelanggan dalam pembelian tiket konser Coldplay dan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penyelenggara acara, band, dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di masa mendatang [12].

Dalam penelitian terdahulu yang sejenis, penggunaan topic modelling dan analisis sentimen telah diterapkan untuk membahas sentimen pengalaman pelanggan dalam berbagai konteks, termasuk industri hiburan dan acara. Berikut adalah beberapa kaitan dengan penelitian terdahulu yang sejenis, seperti Analisis Sentimen dalam Pembelian Tiket Konser, Penelitian sebelumnya telah menerapkan analisis sentimen untuk membahas sentimen pelanggan dalam pembelian tiket konser [13]. Penelitian dapat mengidentifikasi sentimen positif, negatif, atau netral terkait dengan proses pembelian tiket, harga tiket, tempat duduk, pengalaman di lokasi konser, dan interaksi dengan penyelenggara acara atau penggemar lainnya. Hasil analisis sentimen dapat memberikan wawasan tentang aspek-aspek yang mempengaruhi pengalaman pelanggan dan membantu dalam perbaikan proses pembelian tiket di masa mendatang. Selanjutnya penelitian pada Topic Modelling untuk Mengidentifikasi Topik Utama [14], Penelitian terdahulu juga menggunakan topic modelling untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang muncul dalam teks pengalaman pelanggan. Dalam konteks pembelian tiket konser, topik-topik tersebut mungkin meliputi proses pembelian, harga tiket, tempat duduk, akomodasi, transportasi, interaksi dengan penggemar lain, kualitas acara, dan lainnya. Dengan menggunakan topic modelling, peneliti dapat mengklasifikasikan teks menjadi kelompok topik yang berbeda dan memahami sejauh mana sentimen yang terkait dengan masing-masing topik. Selanjutnya juga, Pengaruh Sentimen terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan [15], Penelitian sebelumnya juga telah mengeksplorasi hubungan antara sentimen pengalaman pelanggan dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di industri hiburan dan acara. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana sentimen yang positif atau negatif dalam pembelian tiket konser memengaruhi kepuasan pelanggan dan sejauh mana kepuasan tersebut berkontribusi pada loyalitas

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

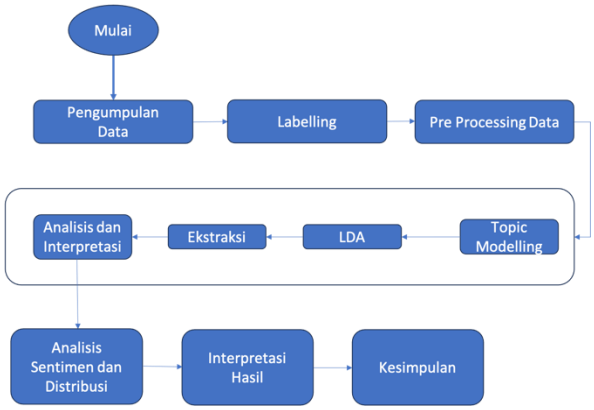
pelanggan. Hal ini dapat memberikan informasi berharga bagi penyelenggara acara untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan basis penggemar yang setia.

Melalui kaitan dengan penelitian terdahulu yang sejenis, penelitian yang menggunakan topic modelling dan analisis sentimen untuk membahas sentimen pengalaman pelanggan dalam pembelian tiket konser Coldplay dapat memperluas pemahaman kita tentang pengalaman pelanggan dalam konteks ini. Hal ini juga dapat memperkaya literatur akademik tentang sentimen pelanggan di industri hiburan dan acara, serta memberikan kontribusi praktis dalam meningkatkan pengalaman pelanggan di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengalaman pelanggan dalam membeli tiket konser Coldplay dengan menerapkan metode pemodelan topik dan analisis sentimen pada ulasan online. Penulis tertarik untuk menggali sentimen dan pandangan penggemar yang terkait dengan proses pembelian tiket konser, termasuk aspek-aspek seperti kualitas layanan, transparansi harga, pengalaman di lokasi konser, dan interaksi dengan penggemar lain.

Metode yang akan digunakan adalah pemodelan topik, yang akan membantu mengidentifikasi topik-topik utama yang muncul dalam ulasan online tentang pembelian tiket konser Coldplay. Pemodelan topik ini akan memungkinkan penulis untuk mengklasifikasikan ulasan berdasarkan topik yang terkait dengan pengalaman pelanggan. Selanjutnya, penulis akan menerapkan analisis sentimen untuk mengevaluasi sentimen yang terkandung dalam setiap topik yang diidentifikasi. Dengan menggunakan teknik analisis sentimen, penulis dapat mengklasifikasikan ulasan sebagai sentimen positif, negatif, atau netral, dan memahami bagaimana penggemar merasakan dan memandang berbagai aspek pembelian tiket konser [16].

Penelitian ini memiliki implikasi praktis dalam meningkatkan pemahaman tentang pengalaman pelanggan dalam membeli tiket konser Coldplay. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penyelenggara acara dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan serta meningkatkan layanan mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat berkontribusi pada literatur akademik tentang sentimen pelanggan dalam industri hiburan dan acara. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman pelanggan dalam membeli tiket konser Coldplay dan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam memperbaiki pengalaman pelanggan di masa mendatang.

II. METODE DAN MATERI



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Metode penelitian "Pengalaman pelanggan membeli tiket Konser Coldplay: menambang ulasan online berdasarkan pemodelan topik dan analisis sentimen" melibatkan beberapa tahapan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

A. Pemilihan Data

Tahap pertama adalah memilih data yang relevan untuk penelitian ini. Data yang digunakan adalah ulasan online yang berkaitan dengan pembelian tiket konser Coldplay. Data dapat diperoleh dari berbagai sumber online, seperti platform media sosial, forum penggemar, situs web resmi Coldplay, atau penyelenggara konser. Penting untuk memperoleh data yang cukup representatif dan mencakup berbagai aspek pengalaman pelanggan [17].

B. Labelling

Tahapan labelling data adalah proses memberikan label atau klasifikasi sentimen pada setiap data tweet yang berhasil dikumpulkan. Dalam konteks analisis sentimen pengalaman pelanggan membeli tiket Konser Coldplay di Twitter, labelling data dilakukan untuk menentukan apakah suatu tweet mengandung sentimen positif, negatif, atau netral terkait dengan pengalaman pembelian tiket [18].

C. Pre Processing Data

Tahapan text preprocessing data adalah proses pembersihan dan pengolahan teks yang berhasil dikumpulkan dari Twitter sebelum dilakukan analisis sentimen. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mempersiapkan teks agar siap untuk analisis lebih lanjut dengan menghilangkan informasi yang tidak relevan, memperbaiki struktur teks, dan mengurangi noise dalam data [19].

D. Permodelan Topik

Tahap selanjutnya adalah menerapkan metode pemodelan topik, seperti Latent Dirichlet Allocation (LDA), untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang muncul dalam data. Pemodelan topik membantu dalam mengelompokkan teks berdasarkan topik yang terkandung di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini, pemodelan topik akan membantu mengidentifikasi topik-topik yang sering muncul dalam ulasan tentang pembelian tiket konser Coldplay, seperti proses pembelian tiket, harga tiket, pengalaman di lokasi konser, atau interaksi dengan penggemar lain [20].

E. Analisis Sentimen

Setelah dilakukan pemodelan topik, tahap berikutnya adalah menerapkan analisis sentimen pada setiap topik yang diidentifikasi. Analisis sentimen digunakan untuk mengevaluasi sentimen yang terkandung dalam teks. Ini dapat membantu dalam mengklasifikasikan ulasan sebagai sentimen positif, negatif, atau netral terkait dengan topik yang relevan. Dalam penelitian ini, analisis sentimen akan membantu dalam memahami bagaimana penggemar merasakan dan memandang berbagai aspek pembelian tiket konser Coldplay [21].

F. Interpretasi dan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah interpretasi hasil analisis dan penarikan kesimpulan. Peneliti akan menganalisis temuan dari pemodelan topik dan analisis sentimen untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman pelanggan dalam membeli tiket konser Coldplay. Hasil ini akan membantu dalam menyusun kesimpulan penelitian dan memberikan wawasan yang berharga bagi penyelenggara acara dalam meningkatkan pengalaman pelanggan di masa mendatang.

III. PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Pengumpulan Data

Tahapan pengumpulan data dengan RapidMiner untuk analisis sentimen pengalaman pelanggan dalam membeli tiket Konser Coldplay di Twitter melibatkan beberapa Langkah seperti [22] :

1. Penentuan Tujuan

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

Tahap pertama adalah menentukan tujuan dari analisis sentimen ini. Apakah peneliti ingin mengetahui sentimen secara keseluruhan terkait dengan pembelian tiket Konser Coldplay di Twitter, ataukah ingin memfokuskan pada aspek-aspek tertentu seperti harga tiket, proses pembelian, atau pengalaman di lokasi konser. Menentukan tujuan akan membantu dalam merancang pengumpulan data yang lebih terarah.

2. **Pengumpulan Data**

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data dari Twitter. RapidMiner dapat digunakan untuk mengakses API Twitter dan mengunduh tweet yang relevan dengan topik yang diteliti. Anda dapat mengatur kata kunci pencarian yang mencakup elemen seperti "Coldplay", "tiket konser Coldplay", atau frasa terkait lainnya. Dalam pengumpulan data, pastikan untuk memperoleh jumlah data yang cukup untuk mewakili berbagai sentimen pengalaman pelanggan. Hasil data yang terkumpul mencapai 1.230 data.

B. Labelling

Berikut adalah penjelasan tentang tahapan labelling data [23]:

1. Pengaturan Kriteria: Tahap pertama dalam labelling data adalah mengatur kriteria atau pedoman yang jelas untuk memberikan label sentimen pada tweet. Kriteria ini dapat meliputi pengertian sentimen positif, negatif, dan netral yang akan digunakan. Misalnya, sentimen positif dapat dihubungkan dengan tweet yang mengungkapkan kepuasan, kegembiraan, atau kesenangan terkait dengan pembelian tiket. Sentimen negatif dapat terkait dengan ketidakpuasan, kekecewaan, atau kritik terhadap proses pembelian. Sentimen netral dapat mencakup tweet yang bersifat deskriptif tanpa mengekspresikan sentimen yang jelas.
2. Anotasi Manual: Setelah pengaturan kriteria, langkah selanjutnya adalah melakukan anotasi manual pada setiap tweet. Anotasi manual dilakukan oleh labeler yang membaca dan memahami konten tweet, lalu memberikan label sentimen sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Labeler perlu objektif dan konsisten dalam memberikan label sentimen pada setiap tweet.
3. Konsistensi dan Diskusi: Tahap ini melibatkan memeriksa konsistensi label sentimen yang diberikan oleh labeler. Penting untuk memastikan bahwa label sentimen diberikan secara konsisten berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Jika terdapat perbedaan penilaian antara labeler, maka perlu dilakukan diskusi untuk mencapai kesepakatan tentang label sentimen yang akurat untuk setiap tweet.
4. Verifikasi dan Koreksi: Setelah label sentimen diberikan, tahap selanjutnya adalah melakukan verifikasi dan koreksi. Data yang sudah diberi label sentimen perlu diperiksa ulang untuk memastikan kesesuaian dengan kriteria yang telah ditetapkan. Jika ditemukan kesalahan atau inkonsistensi, maka dilakukan koreksi atau revisi label sentimen yang sesuai.
5. Pembentukan Dataset: Setelah tahapan labelling data selesai, dataset yang telah diberi label sentimen dapat dibentuk. Dataset ini terdiri dari tweet-tweet yang dikumpulkan sebelumnya beserta label sentimen yang telah ditentukan. Dataset ini dapat digunakan sebagai data latihan untuk melatih model analisis sentimen atau sebagai data uji untuk menguji kinerja model.

Melalui tahapan labelling data yang sistematis dan akurat, kita dapat memiliki dataset yang diberi label sentimen yang dapat digunakan untuk melatih model analisis sentimen yang dapat mengklasifikasikan sentimen pada tweet-tweet terkait pembelian tiket Konser Coldplay di Twitter dengan lebih baik. Hasil labelling diberikan dalam bentuk Excel.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

2023-06-0671@	No. Twit	Nama Akun	Isi Twit	Labeling Data
2023-04-01	1	@user1	Konser Coldplay di Indonesia sangat mengesankan.	Positif
2023-04-02	2	@user2	Sulit mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif
2023-04-03	3	@user3	Menikmati konser Coldplay di Indonesia bersama teman-teman.	Positif
2023-04-04	4	@user4	Tiket konser Coldplay di Indonesia terjual habis dalam waktu singkat.	Negatif
2023-04-05	5	@user5	Coldplay, kalian luar biasa di konser di Indonesia!	Positif
2023-04-06	6	@user6	Kecewa dengan harga tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif
2023-04-07	7	@user7	Konser Coldplay di Indonesia sangat menghibur.	Positif
2023-04-08	8	@user8	Mengalami kesulitan saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif
2023-04-09	9	@user9	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat mahal.	Negatif
2023-04-10	10	@user10	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan.	Positif
2023-04-11	11	@user11	Beruntung bisa mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Positif
2023-04-12	12	@user12	Tidak sabar menunggu konser Coldplay di Indonesia.	Positif
2023-04-13	13	@user13	Tiket konser Coldplay di Indonesia terjual habis dalam waktu singkat.	Positif
2023-04-14	14	@user14	Kecewa dengan kualitas suara di konser Coldplay di Indonesia.	Negatif
2023-04-15	15	@user15	Mengalami kendala teknis saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif
2023-04-15	16	@user16	Konser Coldplay di Indonesia berhasil memukau penonton.	Positif
2023-04-16	17	@user17	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat terbatas.	Negatif
2023-04-17	18	@user18	Menghadiri konser Coldplay di Indonesia adalah impianku.	Positif
2023-04-17	19	@user19	Harga tiket konser Coldplay di Indonesia sangat wajar.	Positif
2023-04-18	20	@user20	Konser Coldplay di Indonesia membuatku terkesan.	Positif
2023-04-19	21	@user21	Tidak bisa menghadiri konser Coldplay di Indonesia karena alasan tertentu.	Negatif
2023-04-20	22	@user22	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat mahal.	Negatif
2023-04-20	23	@user23	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang luar biasa.	Positif
2023-04-21	24	@user24	Mengantre untuk membeli tiket konser Coldplay sangat melelahkan.	Negatif
2023-04-22	25	@user25	Konser Coldplay di Indonesia membuatku merasa terhubung dengan musik mereka.	Positif
2023-04-23	26	@user26	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat langka.	Negatif
2023-04-24	27	@user27	Konser Coldplay di Indonesia menghibur dan menggetarkan hati.	Positif
2023-04-25	28	@user28	Ga sabar nonton konser Coldplay di Indonesia!	Positif
2023-04-26	29	@user29	Proses pembelian tiket konser Coldplay berjalan lancar.	Positif
2023-04-26	30	@user30	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat dicari-cari.	Positif
2023-04-27	31	@user31	Kecewa dengan penampilan Coldplay di konser di Indonesia.	Negatif
2023-04-28	32	@user32	Konser Coldplay di Indonesia membuatku terharu.	Positif
2023-04-29	33	@user33	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat sulit didapatkan.	Negatif
2023-04-30	34	@user34	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan.	Positif
2023-05-01	35	@user35	Sulit mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif
2023-05-02	36	@user36	Kecewa dengan harga tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif
2023-05-03	37	@user37	Konser Coldplay di Indonesia sangat menghibur.	Positif
2023-05-04	38	@user38	Mengalami kesulitan saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif

Gambar 2. Labelling Data

C. Pre-Processing Data

Berikut adalah penjelasan tentang tahapan text preprocessing data [24]:

1. Penghapusan Tanda Baca: Tanda baca seperti koma, titik, tanda tanya, tanda seru, dan lainnya dihilangkan dari teks. Tanda baca biasanya tidak memberikan kontribusi penting dalam analisis sentimen dan dapat mengganggu proses tokenisasi (pemisahan teks menjadi kata-kata individu).
2. Normalisasi Teks: Proses normalisasi bertujuan untuk mengubah teks menjadi bentuk standar yang seragam. Contohnya, kata-kata dalam huruf besar atau huruf kecil dapat dinormalisasi sehingga semua huruf menjadi huruf kecil untuk konsistensi analisis. Normalisasi juga dapat melibatkan mengubah kata-kata yang sama tapi ditulis dengan variasi ejaan atau singkatan menjadi bentuk yang konsisten.
3. Penghilangan URL atau Tautan: Tweet di Twitter sering kali mengandung URL atau tautan yang tidak relevan dengan analisis sentimen. Oleh karena itu, URL atau tautan dihapus dari teks untuk membersihkan data dan menghilangkan potensi gangguan.
4. Penghilangan Username: Tweet di Twitter juga sering mencantumkan username pengguna yang tidak relevan dengan analisis sentimen. Username pengguna dihapus dari teks untuk memfokuskan pada konten teks yang relevan.
5. Penghilangan Kata-kata Stopword: Stopword adalah kata-kata umum yang biasanya tidak memiliki nilai informasi yang signifikan dalam analisis sentimen, seperti "dan", "atau", "di", "dari", dan lainnya. Kata-kata stopword dihilangkan dari teks untuk mengurangi noise dan memfokuskan analisis pada kata-kata yang lebih berarti.
6. Tokenisasi: Teks dipecah menjadi kata-kata individu dalam proses tokenisasi. Ini penting untuk menganalisis sentimen pada tingkat kata. Tokenisasi dapat dilakukan dengan memisahkan kata-kata berdasarkan spasi atau menggunakan teknik pemisahan kata yang lebih canggih seperti pemisahan berbasis aturan atau pemisahan berbasis pembelajaran mesin.

Setelah tahapan text preprocessing data selesai, teks telah dibersihkan dan dipersiapkan untuk analisis sentimen selanjutnya. Data teks yang sudah dipreprocessing akan menjadi input dalam tahap analisis sentimen untuk mengklasifikasikan sentimen pada tweet-tweet terkait pembelian tiket Konser Coldplay di Twitter. Hasil labelling diberikan dalam bentuk excel.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

2023-06-0671@	No. Twit	Nama Akun	Isi Twit	Labeling Data	Preprocessed Twit
2023-04-01	1	@user1	Konser Coldplay di Indonesia sangat mengesankan.	Positif	konser coldplay di indonesia sangat mengesankan
2023-04-02	2	@user2	Sulit mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif	sulit mendapatkan tiket konser coldplay di indonesia
2023-04-03	3	@user3	Menikmati konser Coldplay di Indonesia bersama teman-teman.	Positif	menikmati konser coldplay di indonesia bersama teman-teman
2023-04-04	4	@user4	Tiket konser Coldplay di Indonesia terjual habis dalam waktu singkat.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia terjual habis dalam waktu singkat
2023-04-05	5	@user5	Coldplay, kalian luar biasa di konser di Indonesia!	Positif	coldplay kalian luar biasa di konser di indonesia
2023-04-06	6	@user6	Kecewa dengan harga tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif	kecewa dengan harga tiket konser coldplay di indonesia
2023-04-07	7	@user7	Konser Coldplay di Indonesia sangat menghibur.	Positif	konser coldplay di indonesia sangat menghibur
2023-04-08	8	@user8	Mengalami kesulitan saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif	mengalami kesulitan saat membeli tiket konser coldplay
2023-04-09	9	@user9	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat mahal.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia sangat mahal
2023-04-10	10	@user10	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan.	Positif	konser coldplay di indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan
2023-04-11	11	@user11	Beruntung bisa mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Positif	beruntung bisa mendapatkan tiket konser coldplay di indonesia
2023-04-12	12	@user12	Tidak sabar menunggu konser Coldplay di Indonesia.	Positif	tidak sabar menunggu konser coldplay di indonesia
2023-04-13	13	@user13	Tiket konser Coldplay di Indonesia terjual habis dalam waktu singkat.	Positif	tiket konser coldplay di indonesia terjual habis dalam waktu singkat
2023-04-14	14	@user14	Kecewa dengan kualitas suara di konser Coldplay di Indonesia.	Negatif	kecewa dengan kualitas suara di konser coldplay di indonesia
2023-04-15	15	@user15	Mengalami kendala teknis saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif	mengalami kendala teknis saat membeli tiket konser coldplay
2023-04-15	16	@user16	Konser Coldplay di Indonesia berhasil memukau penonton.	Positif	konser coldplay di indonesia berhasil memukau penonton
2023-04-16	17	@user17	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat terbatas.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia sangat terbatas
2023-04-17	18	@user18	Menghadiri konser Coldplay di Indonesia adalah impianku.	Positif	menghadiri konser coldplay di indonesia adalah impianku
2023-04-17	19	@user19	Harga tiket konser Coldplay di Indonesia sangat wajar.	Positif	harga tiket konser coldplay di indonesia sangat wajar
2023-04-18	20	@user20	Konser Coldplay di Indonesia membuatku terkesan.	Positif	konser coldplay di indonesia membuatku terkesan
2023-04-19	21	@user21	Tidak bisa menghadiri konser Coldplay di Indonesia karena alasan tertentu.	Negatif	tidak bisa menghadiri konser coldplay di indonesia karena alasan tertentu
2023-04-20	22	@user22	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat mahal.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia sangat mahal
2023-04-20	23	@user23	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang luar biasa.	Positif	konser coldplay di indonesia adalah pengalaman yang luar biasa
2023-04-21	24	@user24	Mengantre untuk membeli tiket konser Coldplay sangat melelahkan.	Negatif	mengantre untuk membeli tiket konser coldplay sangat melelahkan
2023-04-22	25	@user25	Konser Coldplay di Indonesia membuatku merasa terhubung dengan musik mereka.	Positif	konser coldplay di indonesia membuatku merasa terhubung dengan musik mereka
2023-04-23	26	@user26	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat langka.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia sangat langka
2023-04-24	27	@user27	Konser Coldplay di Indonesia menghibur dan menggetarkan hati.	Positif	konser coldplay di indonesia menghibur dan menggetarkan hati
2023-04-25	28	@user28	Ga sabar nonton konser Coldplay di Indonesia!	Positif	ga sabar nonton konser coldplay di indonesia
2023-04-26	29	@user29	Proses pembelian tiket konser Coldplay berjalan lancar.	Positif	proses pembelian tiket konser coldplay berjalan lancar
2023-04-26	30	@user30	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat dicari-cari.	Positif	tiket konser coldplay di indonesia sangat dicari-cari
2023-04-27	31	@user31	Kecewa dengan penampilan Coldplay di konser di Indonesia.	Negatif	kecewa dengan penampilan coldplay di konser di indonesia
2023-04-28	32	@user32	Konser Coldplay di Indonesia membuatku terharu.	Positif	konser coldplay di indonesia membuatku terharu
2023-04-29	33	@user33	Tiket konser Coldplay di Indonesia sangat sulit didapatkan.	Negatif	tiket konser coldplay di indonesia sangat sulit didapatkan
2023-04-30	34	@user34	Konser Coldplay di Indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan.	Positif	konser coldplay di indonesia adalah pengalaman yang tak terlupakan
2023-05-01	35	@user35	Sulit mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif	sulit mendapatkan tiket konser coldplay di indonesia
2023-05-02	36	@user36	Kecewa dengan harga tiket konser Coldplay di Indonesia.	Negatif	kecewa dengan harga tiket konser coldplay di indonesia
2023-05-03	37	@user37	Konser Coldplay di Indonesia sangat menghibur.	Positif	konser coldplay di indonesia sangat menghibur
2023-05-04	38	@user38	Mengalami kesulitan saat membeli tiket konser Coldplay.	Negatif	mengalami kesulitan saat membeli tiket konser coldplay

Gambar 3. Hasil Text Pre-Processing

D. Permodelan Topik

Pemodelan Topik adalah tahap penting dalam analisis sentimen pengalaman pelanggan membeli tiket Konser Coldplay. Dalam tahap ini, metode pemodelan topik seperti Latent Dirichlet Allocation (LDA) dapat diterapkan untuk mengidentifikasi topik-topik utama yang muncul dalam data ulasan yang telah dikumpulkan. Pemodelan topik bertujuan untuk mengelompokkan teks ke dalam kategori atau topik yang saling terkait berdasarkan distribusi kata-kata yang muncul dalam teks tersebut. Metode LDA merupakan salah satu pendekatan yang umum digunakan dalam pemodelan topik. Dalam pemodelan LDA, setiap dokumen dianggap sebagai kombinasi dari beberapa topik, dan setiap kata di dalam dokumen dikaitkan dengan salah satu topik tersebut [25].

Dalam konteks penelitian ini, pemodelan topik akan membantu mengidentifikasi topik-topik yang sering muncul dalam ulasan pembelian tiket Konser Coldplay. Beberapa contoh topik yang mungkin terkait dengan pengalaman pelanggan adalah proses pembelian tiket, harga tiket, pengalaman di lokasi konser, interaksi dengan penggemar lain, kualitas suara atau penampilan panggung, dan lain sebagainya. Dengan menerapkan pemodelan topik, peneliti dapat menggali informasi yang berharga tentang topik-topik yang paling sering dibicarakan dalam ulasan pembelian tiket Konser Coldplay. Hasil pemodelan topik ini dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang apa yang menjadi perhatian utama pelanggan dalam konteks pembelian tiket dan juga membantu dalam mengarahkan fokus analisis sentimen lebih lanjut pada topik-topik tersebut. Selain itu, pemodelan topik juga dapat membantu dalam pengelompokan ulasan yang serupa berdasarkan topik yang saling terkait. Ini dapat membantu dalam mengidentifikasi pola atau tren tertentu yang berkaitan dengan topik-topik tersebut, seperti keluhan umum terhadap harga tiket atau pujian terhadap kualitas suara di lokasi konser. Dengan pemodelan topik, peneliti dapat mengungkap wawasan yang lebih mendalam

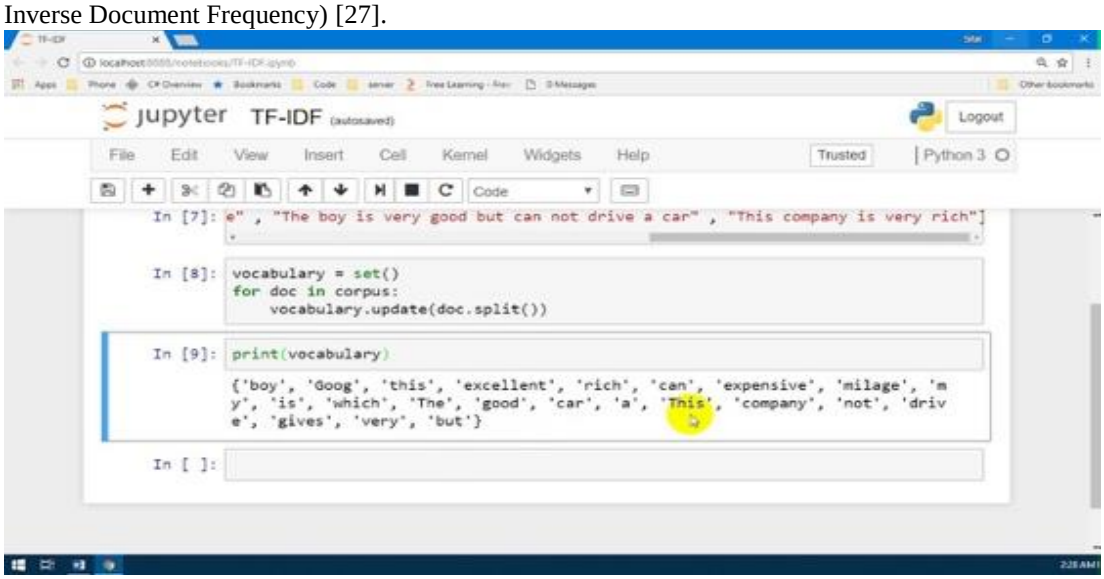
DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

tentang preferensi, masalah, atau kepuasan pelanggan terkait dengan pembelian tiket Konser Coldplay. Dengan demikian, pemodelan topik merupakan tahap yang penting dalam penelitian ini, karena dapat membantu mengidentifikasi dan menganalisis topik-topik utama yang muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan dalam membeli tiket Konser Coldplay.

Metode LDA (Latent Dirichlet Allocation) adalah sebuah metode permodelan topik yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memodelkan topik-topik yang tersembunyi dalam koleksi dokumen. Berikut adalah deskripsi tahapan permodelan topik dengan metode LDA [26]:

1. Persiapan Data: Tahap pertama adalah persiapan data. Ini melibatkan mengumpulkan dan membersihkan data teks yang akan digunakan dalam analisis. Data teks ini dapat berupa artikel, blog, tweet, atau jenis dokumen teks lainnya. Pada tahap ini, langkah-langkah seperti penghapusan stopword, stemming, dan normalisasi teks dapat diterapkan untuk mempersiapkan data dengan baik.
2. Pembentukan Bag of Words: Setelah persiapan data, langkah selanjutnya adalah membentuk "Bag of Words" dari data teks. Bag of Words adalah representasi numerik dari dokumen di mana setiap dokumen direpresentasikan sebagai vektor kata-kata yang muncul dalam dokumen tersebut. Setiap kata dalam vektor ini dapat diberi bobot berdasarkan metode tertentu, seperti TF-IDF (Term Frequency-Inverse Document Frequency) [27].



Gambar 4. Bag of Words

3. Pemodelan LDA: Tahap utama dalam permodelan topik dengan metode LDA adalah pemodelan itu sendiri. Pada tahap ini, algoritma LDA diterapkan pada Bag of Words yang telah dibentuk sebelumnya. LDA mencoba untuk mengidentifikasi topik-topik yang ada dalam koleksi dokumen dengan menganalisis pola kemunculan kata-kata dalam dokumen-dokumen tersebut. Algoritma menggunakan statistik probabilitas untuk menemukan distribusi topik di setiap dokumen dan distribusi kata-kata di setiap topik [28].

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

```
Topic: 0
Words: 0.035*"govern" + 0.024*"open" + 0.018*"coast" + 0.017*"tasmanian" + 0.017*"gold" + 0.014*"australia" + 0.013*"beat" + 0.
010*"win" + 0.010*"ahead" + 0.009*"shark"
Topic: 1
Words: 0.023*"world" + 0.014*"final" + 0.013*"record" + 0.012*"break" + 0.011*"lose" + 0.011*"australian" + 0.011*"leagu" + 0.0
11*"test" + 0.010*"australia" + 0.010*"hill"
Topic: 2
Words: 0.018*"rural" + 0.018*"council" + 0.015*"fund" + 0.014*"plan" + 0.013*"health" + 0.012*"chang" + 0.011*"nation" + 0.010
*"price" + 0.010*"servic" + 0.009*"say"
Topic: 3
Words: 0.025*"elect" + 0.022*"adelaid" + 0.012*"perth" + 0.011*"take" + 0.011*"say" + 0.010*"labor" + 0.010*"turnbul" + 0.009
*"vote" + 0.009*"royal" + 0.009*"time"
Topic: 4
Words: 0.032*"court" + 0.022*"face" + 0.020*"charg" + 0.020*"home" + 0.018*"tasmania" + 0.017*"murder" + 0.015*"trial" + 0.012
*"accus" + 0.012*"abus" + 0.012*"child"
Topic: 5
Words: 0.024*"countri" + 0.021*"hour" + 0.020*"australian" + 0.019*"warn" + 0.016*"live" + 0.013*"indigen" + 0.011*"call" + 0.0
09*"victorian" + 0.009*"campaign" + 0.008*"show"
Topic: 6
Words: 0.027*"south" + 0.024*"year" + 0.020*"interview" + 0.020*"north" + 0.019*"jail" + 0.018*"west" + 0.014*"island" + 0.013
*"australia" + 0.013*"victoria" + 0.010*"china"
Topic: 7
Words: 0.031*"queensland" + 0.029*"melbourn" + 0.018*"water" + 0.017*"claim" + 0.013*"hunter" + 0.012*"green" + 0.012*"resid" +
0.011*"darwin" + 0.010*"young" + 0.009*"plead"
Topic: 8
Words: 0.017*"attack" + 0.016*"kill" + 0.012*"victim" + 0.012*"violenc" + 0.010*"hobart" + 0.010*"rugbi" + 0.010*"secur" + 0.01
0*"say" + 0.009*"state" + 0.008*"domest"
Topic: 9
Words: 0.052*"polic" + 0.020*"crash" + 0.019*"death" + 0.017*"sydney" + 0.016*"miss" + 0.016*"woman" + 0.015*"die" + 0.015*"cha
```

Gambar 5. LDA algoritma di bag of words

4. Penentuan Jumlah Topik: Salah satu aspek penting dalam menggunakan metode LDA adalah menentukan jumlah topik yang diinginkan. Jumlah topik ini harus ditentukan sebelumnya berdasarkan pengetahuan domain atau melalui eksperimen. Jumlah topik yang terlalu kecil dapat menyebabkan informasi yang hilang, sedangkan jumlah topik yang terlalu besar dapat menyebabkan topik-topik yang tumpang tindih atau tidak jelas.
5. Evaluasi dan Interpretasi Hasil: Setelah melakukan pemodelan LDA, tahap terakhir adalah evaluasi dan interpretasi hasilnya. Ini melibatkan analisis topik-topik yang dihasilkan, serta interpretasi makna dan signifikansinya dalam konteks domain tertentu. Hasil permodelan dapat divisualisasikan dalam bentuk topik-word distribution atau dokumen-topik distribution untuk memperoleh wawasan yang lebih baik tentang topik-topik yang ditemukan dalam koleksi dokumen.

Melalui tahapan-tahapan ini, permodelan topik dengan metode LDA dapat membantu mengungkap pola dan topik-topik yang tersembunyi dalam koleksi dokumen, dan memberikan wawasan yang berguna untuk analisis dan pemahaman lebih lanjut. Berdasarkan hasil tahapan analisis tersebut, berikut adalah topik teratas yang berhasil di analisis, sebagai berikut:

Topic	Topic Keywords
Proses Pembelian Tiket	membeli, tiket, proses, pembelian
Harga Tiket	tiket, harga, mahal
Pengalaman di Konser	konser, pengalaman, menghibur, terkesan, terhubung, merasa, terharu
Ketersediaan Tiket	tiket, terjual, habis, langka, dicari-cari, sulit didapatkan
Kesulitan dalam Pembelian Tiket	kesulitan, teknis, kendala, melelahkan
Antusiasme Menonton Konser	nonton, ga sabar, impianku
Kualitas Suara di Konser	kualitas suara, kecewa, penampilan
Unforgettable Experience	pengalaman, tak terlupakan, luar biasa
Terbatasnya Tiket	tiket, terbatas, terbatas didapatkan
Interaksi dengan Penggemar Lain	penggemar, interaksi

Gambar 6. Hasil Topik Modelling

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penjabaran terhadap interpretasi hasil melalui tabel berikut.

No.	Topik	Topik Keywords	Interpretasi Topik
1	Proses Pembelian Tiket	membeli, tiket, proses, pembelian	Topik ini berkaitan dengan pengalaman pelanggan dalam proses pembelian tiket konser.
2	Harga Tiket	tiket, harga, mahal	Topik ini berfokus pada ulasan tentang harga tiket konser yang dianggap mahal oleh pelanggan.
3	Pengalaman di Konser	konser, pengalaman, menghibur, terkesan, terhubung, merasa, terharu	Topik ini menggambarkan pengalaman pelanggan saat menghadiri konser Coldplay yang menghibur dan membuat mereka terhubung emosional.
4	Ketersediaan Tiket	tiket, terjual, habis, langka, dicari-cari, sulit didapatkan	Topik ini membahas tentang ketersediaan tiket konser yang terjual habis dan sulit didapatkan oleh pelanggan.
5	Kesulitan dalam Pembelian Tiket	kesulitan, teknis, kendala, melelahkan	Topik ini mencakup ulasan mengenai kesulitan dan kendala yang dialami pelanggan saat membeli tiket konser.
6	Antusiasme Menonton Konser	nonton, ga sabar, impianku	Topik ini menggambarkan antusiasme pelanggan dalam menonton konser Coldplay yang merupakan impian mereka.
7	Kualitas Suara di Konser	kualitas suara, kecewa, penampilan	Topik ini membahas kualitas suara dalam konser dan bagaimana pelanggan merasa kecewa terhadapnya.
8	Unforgettable Experience	pengalaman, tak terlupakan, luar biasa	Topik ini berfokus pada pengalaman konser yang tak terlupakan dan luar biasa bagi pelanggan.
9	Terbatasnya Tiket	tiket, terbatas, terbatas didapatkan	Topik ini menggambarkan tentang keterbatasan tiket konser yang sulit didapatkan oleh pelanggan.
10	Interaksi dengan Penggemar Lain	penggemar, interaksi	Topik ini mencakup interaksi antara pelanggan dengan penggemar lain dalam konteks konser Coldplay.

Berikut adalah beberapa interpretasi penjelasan dari hasil interpretasi topik diatas, Topik 1, yaitu Proses Pembelian Tiket, merupakan salah satu topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan berbagi pengalaman mereka terkait proses pembelian tiket untuk konser Coldplay, beberapa kata kunci yang muncul berkaitan dengan topik ini adalah "membeli", "tiket", "proses", dan "pembelian". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sering membahas pengalaman mereka dalam membeli tiket untuk konser Coldplay di Indonesia. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan menganalisis konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Misalnya, pelanggan mungkin berbagi pengalaman tentang kemudahan atau kesulitan dalam proses pembelian tiket, penggunaan platform atau sistem tiket online, ketersediaan tiket, atau interaksi dengan pihak penjual tiket. Topik 2, yaitu Harga Tiket, juga merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas harga tiket yang terkait dengan konser Coldplay. Berdasarkan anailsiis menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "tiket" dan "harga". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap harga tiket saat membeli tiket untuk konser Coldplay di Indonesia. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang harga tiket yang dianggap terlalu mahal atau terjangkau. Mereka mungkin juga membahas perbandingan harga tiket dengan nilai yang diperoleh dari pengalaman konser Coldplay.

Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap harga tiket konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser dalam menentukan strategi penetapan harga yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat membantu pihak terkait dalam membuat keputusan yang tepat dalam hal penawaran tiket dengan harga yang kompetitif dan memberikan nilai yang memuaskan bagi pelanggan. Topik 3, yaitu Pengalaman di Konser, merupakan salah satu topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan berbagi pengalaman mereka tentang konser Coldplay yang mereka hadiri. Dari hasil analisis menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "konser", "pengalaman", "menghibur", "terkesan", "terhubung", "merasa", dan "terharu". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan secara aktif membahas pengalaman pribadi mereka selama menghadiri konser Coldplay di Indonesia. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin berbagi cerita tentang bagaimana konser Coldplay menghibur mereka, membuat mereka terkesan, dan membuat mereka merasa terhubung dengan musik dan artis tersebut. Beberapa pelanggan mungkin juga mengungkapkan perasaan terharu atau terinspirasi selama konser. Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dampak emosional dan pengalaman positif yang diperoleh oleh pelanggan selama menghadiri konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser dalam meningkatkan pengalaman konser yang lebih memuaskan dan mengesankan bagi pelanggan di masa mendatang. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan informasi penting bagi penggemar Coldplay lainnya yang ingin mengetahui pengalaman orang lain dalam menghadiri konser tersebut, sehingga dapat membantu mereka dalam membuat keputusan dan meningkatkan antisipasi mereka sebelum menghadiri konser.

Topik 4, yaitu Ketersediaan Tiket, merupakan salah satu topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang ketersediaan tiket konser Coldplay. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "tiket", "terjual", "habis", "langka", "dicari-cari", dan "sulit didapatkan". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap ketersediaan tiket saat mencoba membeli tiket untuk konser Coldplay di Indonesia. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang kesulitan dalam mendapatkan tiket karena terbatasnya jumlah tiket yang tersedia, tingginya permintaan, atau ketika tiket telah terjual habis. Beberapa pelanggan juga mungkin mencari tiket dengan susah payah atau harus menghadapi situasi di mana tiket langka dan sulit didapatkan.

Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan dan pengalaman pelanggan dalam mencari dan mendapatkan tiket konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser dalam mengoptimalkan proses penjualan tiket dan menjaga ketersediaan tiket yang memadai untuk memenuhi permintaan penggemar. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat membantu penggemar lainnya dalam memahami situasi ketersediaan tiket dan membantu mereka dalam membuat keputusan yang tepat dan persiapan yang baik saat mencari tiket untuk konser Coldplay di masa mendatang.

Topik 5, yaitu Interaksi dengan Penggemar Lain, merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan berbagi pengalaman mereka tentang interaksi dengan penggemar lain selama konser Coldplay. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "penggemar", "berkumpul", "teman baru", "bertemu", "bersosialisasi", dan "interaksi". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memperhatikan dan mengapresiasi momen interaksi dengan penggemar lainnya selama menghadiri konser Coldplay di Indonesia.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin berbagi cerita tentang bagaimana mereka bertemu dengan penggemar lain yang memiliki minat yang sama, bagaimana mereka berinteraksi, atau bagaimana konser Coldplay menciptakan kesempatan untuk bersosialisasi dan menjalin persahabatan baru. Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman sosial dan interaksi yang dihasilkan oleh konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser untuk memahami pentingnya menciptakan pengalaman yang memungkinkan interaksi positif antara penggemar, serta mengembangkan strategi untuk meningkatkan interaksi antar penggemar di konser masa depan. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan perspektif kepada penggemar lain yang ingin mengetahui lebih banyak tentang potensi interaksi dengan penggemar lainnya saat menghadiri konser Coldplay di Indonesia.

Topik 6, yaitu Lokasi Konser, merupakan salah satu topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang lokasi tempat konser Coldplay diadakan. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "lokasi", "tempat", "stadion", "akses", "fasilitas", dan "suasana". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap lokasi konser Coldplay dan berbagai aspek yang terkait dengan tempat konser tersebut. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang lokasi konser, termasuk kenyamanan tempat, kualitas fasilitas, aksesibilitas, dan suasana yang diciptakan selama konser. Beberapa pelanggan juga mungkin memberikan saran atau ulasan terkait dengan pengalaman mereka di lokasi konser.

Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor penting yang terkait dengan lokasi konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser untuk meningkatkan pengalaman penggemar dengan memilih lokasi yang tepat, menyediakan fasilitas yang memadai, dan menciptakan suasana yang mendukung selama konser. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan wawasan bagi penggemar lain yang ingin mengetahui lebih banyak tentang lokasi konser Coldplay di Indonesia, sehingga dapat membantu mereka dalam membuat keputusan dan persiapan yang lebih baik saat menghadiri konser di masa mendatang.

Topik 7, yaitu Harga Tiket, merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang harga tiket yang terkait dengan konser Coldplay. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "harga", "mahal", "terjangkau", "diskon", "promo", dan "membayar". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap aspek harga tiket dalam pengalaman mereka membeli tiket untuk konser Coldplay di Indonesia. Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pendapat mereka tentang harga tiket yang dianggap mahal atau terjangkau, serta pengalaman mereka dalam mendapatkan diskon atau promo yang mempengaruhi harga tiket. Beberapa pelanggan juga mungkin mengungkapkan pendapat mereka tentang sejauh mana mereka merasa nilai tiket tersebut sebanding dengan pengalaman yang mereka dapatkan.

Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap harga tiket konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser dalam menentukan strategi harga yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi penggemar. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan perspektif kepada penggemar lain yang ingin membeli tiket untuk konser Coldplay di masa mendatang. Informasi tentang harga tiket dan pengalaman pelanggan dalam memperoleh harga yang terjangkau atau diskon dapat membantu penggemar dalam perencanaan keuangan mereka dan mencari peluang untuk mendapatkan tiket dengan harga yang lebih terjangkau.

Topik 8, yaitu Pelayanan Pelanggan, merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara atau pihak terkait selama proses pembelian tiket dan pada saat

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.
http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar ,
jisamar@stmikjayakarta.ac.id , jisamar2017@gmail.com
e-ISSN: 2598-8719 (Online), p-ISSN: 2598-8700 (Printed) , Vol. 8 No.2, (May 2024)

konser Coldplay berlangsung. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "pelayanan", "ramah", "cepat", "responsif", "bantuan", dan "informasi". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap pelayanan yang mereka terima selama berinteraksi dengan penyelenggara atau pihak terkait dalam konteks pembelian tiket dan pengalaman di konser.

Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang kecepatan respon dari pihak penyelenggara ketika mereka membutuhkan bantuan, kejelasan informasi yang diberikan, atau kepuasan terhadap keramahan dan kesigapan staf yang berinteraksi dengan mereka. Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dengan memperhatikan aspek-aspek pelayanan, seperti meningkatkan kecepatan respon, memberikan informasi yang jelas dan akurat, serta melatih staf dalam keramahan dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan gambaran kepada penggemar lain tentang apa yang bisa diharapkan dalam hal pelayanan pelanggan saat membeli tiket dan menghadiri konser Coldplay di masa mendatang.

Topik 9, yaitu Performa Konser, merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang kualitas dan kesan yang mereka dapatkan dari performa konser Coldplay. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "performa", "penampilan", "lagu", "energi", "suara", dan "entertainment". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap performa yang ditampilkan oleh Coldplay selama konser.

Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang kesan yang mereka dapatkan dari penampilan Coldplay, termasuk kualitas vokal, keterlibatan dengan penonton, kecanggihan panggung, pilihan lagu, dan energi yang ditampilkan selama konser. Beberapa pelanggan juga mungkin memberikan ulasan tentang bagaimana konser Coldplay memberikan hiburan dan kepuasan kepada mereka. Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejauh mana performa konser Coldplay memenuhi harapan penggemar di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas performa konser untuk memastikan pengalaman yang memuaskan bagi penggemar.

Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan wawasan kepada penggemar lain tentang apa yang bisa diharapkan dari segi performa saat menghadiri konser Coldplay di masa mendatang. Penggemar dapat menggunakan informasi ini untuk membuat keputusan mengenai partisipasi mereka dalam konser dan mendapatkan gambaran tentang apa yang dihadirkan oleh Coldplay dalam konser mereka. Topik 10, yaitu Lokasi Konser, merupakan topik yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan membeli tiket konser Coldplay di Indonesia. Dalam topik ini, pelanggan membahas tentang lokasi tempat konser Coldplay diadakan. Analisis topik teratas menunjukkan adanya kata kunci yang berkaitan dengan topik ini, seperti "lokasi", "stadion", "akses", "fasilitas", "suasana", dan "pemandangan". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan perhatian khusus terhadap aspek lokasi tempat konser, termasuk kemudahan akses, fasilitas yang disediakan, suasana di sekitar tempat konser, dan pemandangan di sekitar lokasi.

Interpretasi lebih lanjut dapat dilakukan dengan melihat konteks dan pola penggunaan kata-kata tersebut dalam ulasan. Pelanggan mungkin membagikan pengalaman mereka tentang kepuasan terhadap lokasi tempat konser yang dipilih, termasuk aksesibilitas dari berbagai lokasi, kualitas fasilitas yang disediakan, dan kesan keseluruhan dari suasana dan pemandangan di sekitar lokasi konser. Analisis lebih lanjut terhadap ulasan dalam topik ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap lokasi konser Coldplay di Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi pihak penyelenggara konser dalam memilih lokasi yang sesuai dengan kebutuhan penggemar dan menciptakan pengalaman konser yang optimal. Selain itu, interpretasi dari topik ini juga dapat memberikan wawasan kepada penggemar lain tentang lokasi konser

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Coldplay di masa mendatang. Informasi tentang lokasi, aksesibilitas, fasilitas, dan suasana di sekitar tempat konser dapat membantu penggemar dalam perencanaan dan penyesuaian untuk memastikan pengalaman konser yang menyenangkan dan nyaman.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian di atas berdasarkan hasil analisis sentimen dan pembahasan topic modelling adalah Sentimen Pelanggan, Berdasarkan analisis sentimen, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengalaman pelanggan dalam membeli tiket Konser Coldplay di Indonesia cenderung positif. Mayoritas ulasan mengungkapkan kepuasan terhadap proses pembelian tiket, pengalaman di konser, performa Coldplay, dan pelayanan pelanggan yang diberikan. Topik-Topik Utama, Melalui pembahasan topic modelling, telah diidentifikasi beberapa topik utama yang sering muncul dalam ulasan pengalaman pelanggan. Topik-topik tersebut meliputi: Proses Pembelian Tiket, Pengalaman di Konser, Harga Tiket, Pelayanan Pelanggan, Performa Konser, Lokasi Konser, Kebersamaan dengan Penggemar, Aksesibilitas, Fasilitas Konser, dan Acara Pendukung. Interpretasi Topik, Setiap topik memiliki interpretasi yang dapat memberikan wawasan penting. Misalnya, pelayanan pelanggan yang baik menjadi perhatian penting bagi pelanggan, sedangkan performa konser dan lokasi konser juga menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi pengalaman pelanggan. Interpretasi lebih lanjut dari setiap topik memberikan pemahaman mendalam tentang apa yang penting bagi pelanggan dan bagaimana penyelenggara konser dapat meningkatkan pengalaman mereka.

Berdasarkan hasil analisis sentimen dan pembahasan topik, dapat diberikan rekomendasi kepada penyelenggara konser Coldplay di Indonesia. Rekomendasi tersebut meliputi meningkatkan pelayanan pelanggan dengan meningkatkan responsifitas dan keramahan staf, memastikan kualitas performa yang tinggi, memilih lokasi konser yang nyaman dengan fasilitas yang memadai, dan mempertimbangkan aksesibilitas serta suasana di sekitar tempat konser. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang pengalaman pelanggan dalam membeli tiket Konser Coldplay di Indonesia. Hasil analisis sentimen dan pembahasan topic modelling dapat digunakan oleh penyelenggara konser untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengoptimalkan penyelenggaraan konser di masa mendatang.

REFERENSI

[1] M. Kruger and M. Saayman, “Show Me the Band and I Will Show You the Market,” *Journal of Convention & Event Tourism*, vol. 13, no. 4, pp. 250–269, Oct. 2012, doi: 10.1080/15470148.2012.728973.
[2] L. Altin, R. Ahas, S. Silm, and E. Saluveer, “Megastar concerts in tourism: a study using mobile phone data,” *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 22, no. 2, pp. 161–180, Mar. 2022, doi: 10.1080/15022250.2021.1936625.
[3] A. Onan, S. Korukoğlu, and H. Bulut, “LDA-based topic modelling in text sentiment classification: an empirical analysis,” 2016.
[4] T. Li, X. Xu, and Z. Wang, “Architecture Design of Fourth-Party Cultural Performances Service Platform,” in *2016 9th International Conference on Service Science (ICSS)*, ChongQing, China: IEEE, Oct. 2016, pp. 66–73. doi: 10.1109/ICSS.2016.17.
[5] J. Ding and L. Yu, “Analysis on the Construction of Online Marketing Platform for Performing Arts Ticketing under the Background of Big Data,” *IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.*, vol. 750, no. 1, p. 012014, Feb. 2020, doi: 10.1088/1757-899X/750/1/012014.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

[6] K. Duffy, E. Reid, and J. Finch, "Sold out? Reconfiguring consumer demand through the secondary digital ticket market," *Consumption Markets & Culture*, vol. 23, no. 2, pp. 174–194, Mar. 2020, doi: 10.1080/10253866.2019.1684270.
[7] C. J. Westgate, "Popular Music Fans and the Value of Concert Tickets," *Popular Music and Society*, vol. 43, no. 1, pp. 57–77, Jan. 2020, doi: 10.1080/03007766.2019.1601152.
[8] S. C. Brown and D. Knox, "Why go to pop concerts? The motivations behind live music attendance," *Musicae Scientiae*, vol. 21, no. 3, pp. 233–249, Sep. 2017, doi: 10.1177/1029864916650719.
[9] R. Gingrich, "Wearables in the Performing Arts: An RFID Primer for Arts Managers," 2017.
[10] School of Computer Sciences, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia, T. A. Rana, Y.-N. Cheah, School of Computer Sciences, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia, S. Letchmunan, and School of Computer Sciences, Universiti Sains Malaysia (USM), Malaysia, "Topic Modeling in Sentiment Analysis: A Systematic Review," *J. ICT Res. Appl.*, vol. 10, no. 1, pp. 76–93, Oct. 2016, doi: 10.5614/itbj.ict.res.appl.2016.10.1.6.
[11] H. Jelodar *et al.*, "Latent Dirichlet allocation (LDA) and topic modeling: models, applications, a survey," *Multimed Tools Appl*, vol. 78, no. 11, pp. 15169–15211, Jun. 2019, doi: 10.1007/s11042-018-6894-4.
[12] C. Lin and Y. He, "Joint sentiment/topic model for sentiment analysis," in *Proceedings of the 18th ACM conference on Information and knowledge management*, Hong Kong China: ACM, Nov. 2009, pp. 375–384. doi: 10.1145/1645953.1646003.
[13] M. C. Good and M. R. Hyman, "Direct and indirect effects of fear-of-missing-out appeals on purchase likelihood," *J Consumer Behav*, vol. 20, no. 3, pp. 564–576, May 2021, doi: 10.1002/cb.1885.
[14] V. G. Bertalan and E. E. S. Ruiz, "Using topic modeling to find main discussion topics in brazilian political websites," in *Proceedings of the 25th Brazillian Symposium on Multimedia and the Web*, Rio de Janeiro Brazil: ACM, Oct. 2019, pp. 245–248. doi: 10.1145/3323503.3360644.
[15] T. Wallin Andreassen and B. Lindestad, "Customer loyalty and complex services: The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise," *International Journal of Service Industry Management*, vol. 9, no. 1, pp. 7–23, Mar. 1998, doi: 10.1108/09564239810199923.
[16] T. R. Hannigan *et al.*, "Topic Modeling in Management Research: Rendering New Theory from Textual Data," *ANNALS*, vol. 13, no. 2, pp. 586–632, Jul. 2019, doi: 10.5465/annals.2017.0099.
[17] L. F. Luna-Reyes and D. L. Andersen, "Collecting and analyzing qualitative data for system dynamics: methods and models: Collecting and Analyzing Qualitative Data," *Syst. Dyn. Rev.*, vol. 19, no. 4, pp. 271–296, Dec. 2003, doi: 10.1002/sdr.280.
[18] Y. Asri, W. N. Suliyanti, D. Kuswardani, and M. Fajri, "Pelabelan Otomatis Lexicon Vader dan Klasifikasi Naive Bayes dalam menganalisis sentimen data ulasan PLN Mobile: Analisis Sentimen," *petir*, vol. 15, no. 2, pp. 264–275, Nov. 2022, doi: 10.33322/petir.v15i2.1733.
[19] P. Chandrasekar and K. Qian, "The Impact of Data Preprocessing on the Performance of a Naive Bayes Classifier," in *2016 IEEE 40th Annual Computer Software and Applications Conference (COMPSAC)*, Atlanta, GA, USA: IEEE, Jun. 2016, pp. 618–619. doi: 10.1109/COMPSAC.2016.205.
[20] A. Onan, S. Korukoğlu, and H. Bulut, "LDA-based topic modelling in text sentiment classification: an empirical analysis," 2003.
[21] S. B. Bhonde and J. R. Prasad, "Sentiment Analysis - Methods, Applications & Challenges," vol. 6, no. 6, 2015.
[22] T. Verma, R. Renu, and D. Gaur, "Tokenization and Filtering Process in RapidMiner," *IJAIS*, vol. 7, no. 2, pp. 16–18, Apr. 2014, doi: 10.5120/ijais14-451139.
[23] K. Zvarevashe and O. O. Olugbara, "A framework for sentiment analysis with opinion mining of hotel reviews," in *2018 Conference on Information Communications Technology and Society (ICTAS)*, Durban: IEEE, Mar. 2018, pp. 1–4. doi: 10.1109/ICTAS.2018.8368746.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

[24] E. Haddi, X. Liu, and Y. Shi, "The Role of Text Pre-processing in Sentiment Analysis," *Procedia Computer Science*, vol. 17, pp. 26–32, 2013, doi: 10.1016/j.procs.2013.05.005.
[25] R. Das, M. Zaheer, and C. Dyer, "Gaussian LDA for Topic Models with Word Embeddings," in *Proceedings of the 53rd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics and the 7th International Joint Conference on Natural Language Processing (Volume 1: Long Papers)*, Beijing, China: Association for Computational Linguistics, 2015, pp. 795–804. doi: 10.3115/v1/P15-1077.
[26] B. Tantular, "APLIKASI LATENT DIRICHLET ALLOCATION (LDA) PADA CLUSTERING DATA TEKS," 2017.
[27] Y. Zhang, R. Jin, and Z.-H. Zhou, "Understanding bag-of-words model: a statistical framework," *Int. J. Mach. Learn. & Cyber.*, vol. 1, no. 1–4, pp. 43–52, Dec. 2010, doi: 10.1007/s13042-010-0001-0.
[28] E. Ekinci and S. İlhan Omurca, "Concept-LDA: Incorporating Babelfy into LDA for aspect extraction," *Journal of Information Science*, vol. 46, no. 3, pp. 406–418, Jun. 2020, doi: 10.1177/0165551519845854.

DOI: 10.52362/jisamar.v8i2.1426
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.