

# Analisis Sentimen Komentar Review Samsung A56 Channel GadgetIn untuk Marketing Mix 7P

Ivo Arlian Febriananda Priatama<sup>\*1</sup>, Budi Prasetyo<sup>2</sup>, Regina Ayumi Ulayyaa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Semarang; Sekaran, Gunung Pati, Semarang, Jawa Tengah, Telp. (024) 8508093

Jurusan Ilmu Komputer, FMIPA UNNES, Semarang

e-mail: <sup>\*</sup>ivoarlian1@students.unnes.ac.id, <sup>2</sup>bprasetyo@mail.unnes.ac.id,

<sup>3</sup>reginaayumi@students.unnes.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen komentar pengguna pada video review produk Samsung A56 di channel YouTube GadgetIn dan mengaplikasikan hasilnya untuk menyusun strategi marketing mix 7P bagi produk penerusnya, Samsung Galaxy A57. Data komentar dikumpulkan dari video review Samsung A56 di channel GadgetIn, dengan target 4.436 data komentar. Analisis sentimen yang dilakukan menggunakan lexicon-based dengan bantuan bahasa pemrograman Python. Tahapan pra-pemrosesan data meliputi penghapusan emoji, penghapusan tanda baca, penghilangan imbuhan kata (stemming), penghilangan kata hubung (stopword removal), perubahan huruf menjadi kecil semua (case folding), dan tokenisasi. Sentimen diklasifikasikan menjadi positif, negatif, dan netral. Hasil analisis sentimen, termasuk kata-kata yang paling sering muncul pada setiap kategori sentimen, kemudian digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategi marketing mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) untuk Samsung Galaxy A57. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru dan actionable insights bagi pemasar produk Samsung Galaxy A57 dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan suara konsumen.

**Kata kunci**—Analisis Sentimen, Lexicon-Based, Marketing Mix 7P, Komentar YouTube

## Abstract

This study aims to analyze user sentiment in comments on Samsung A56 product review videos on the GadgetIn YouTube channel. The results will be applied to develop a 7P marketing mix strategy for the Samsung Galaxy A57, the A56's successor. Comment data was collected from Samsung A56 review videos on the GadgetIn channel, aiming for 4,436 data points. Sentiment analysis was conducted using a lexicon-based approach with the help of the Python programming language. Data preprocessing stages included removing emojis and punctuation, stemming, removing stop words, folding cases, and tokenizing. Sentiments were classified as positive, negative, or neutral. The sentiment analysis results, including the most frequent words in each category, were used to formulate 7P marketing mix strategy recommendations (product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence) for the Samsung Galaxy A57. This study is expected to provide marketers of the Samsung Galaxy A57 with new, actionable insights for designing more effective marketing strategies based on consumer feedback.

**Keywords**—Sentiment Analysis, Dictionary-Based, 7P Marketing Mix, YouTube Comments

## 1. PENDAHULUAN

Ulasan daring telah menjadi faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen dalam menanggapi suatu produk [1], terutama untuk produk elektronik seperti telepon pintar (*Smart Phone*). Platform video seperti YouTube berperan sebagai sumber informasi bagi konsumen, dimana konsumen dapat menemukan ulasan mendalam mengenai produk, demonstrasi produk, dan opini dari pengguna lainnya sebelum melakukan pembelian. Di Indonesia, channel YouTube seperti GadgetIn telah menjadi sumber yang populer sebagai tujuan konsumen untuk mendapatkan informasi lebih dari setiap produk *gadget* terbaru yang rilis. Samsung Galaxy A56, sebagai salah satu produk dari portofolio Samsung yang baru dirilis akhir-akhir ini tidak luput dari ulasan konsumen. Komentar yang ditinggalkan penonton pada video *review* seperti pada channel GadgetIn merupakan sumber data yang kaya akan persepsi dan opini konsumen. Analisis terhadap komentar-komentar ini dapat memberikan wawasan berharga yang bisa jadi tidak tertangkap melalui riset pasar tradisional.

Penelitian ini mengangkat bagaimana perusahaan dapat mengekstrak informasi dari besar data komentar pengguna di media sosial untuk meningkatkan aspek-aspek pemasaran dari produk, khususnya dalam penelitian ini adalah Samsung Galaxy A56. Metode analisis sentimen menjadi solusi dalam pengolahan data tekstual tidak terstruktur menjadi informasi terstruktur pada polaritas opini (positif, negatif, atau netral) [2]. Metode analisis sentimen yang banyak digunakan pada ulasan suatu produk di *e-commerce* atau media sosial meliputi metode *Naive Bayes*, *Support Vector Machine* (SVM), atau *Lexicon-Based* [3], [4].

Banyak penelitian sebelumnya yang melakukan analisis sentimen pada ulasan produk di banyak platform dengan menggunakan berbagai metode analisis sentiment, misalnya, penelitian yang dilakukan oleh [5] melakukan analisis sentiment di platform Grab pada Google Play Store menggunakan metode SVM. Penelitian lain oleh [6] melakukan pendekatan *lexicon-based* dan IndoBERT untuk analisis pada aplikasi PLN Mobile. Penelitian [7] juga menyoroti pentingnya pra-pemrosesan pada teks, termasuk normalisasi pada kata slang dan penghapusan *stopword*, untuk meningkatkan akurasi pada analisis sentiment berbahasa Indonesia. Metode *lexicon-based* sering kali digunakan dalam analisis sentimen. Keunggulan metode *lexicon-based* adalah kemampuannya untuk secara langsung mengidentifikasi polaritas sentimen kata tanpa memerlukan proses training model yang kompleks, meskipun tantangan seperti penanganan sarkasme dan ambiguitas bahasa informal tetap ada.

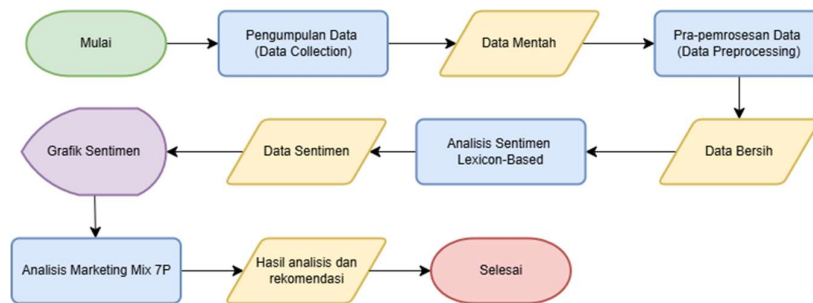
Penerapan hasil analisis dari sentimen komentar YouTube secara spesifik ditujukan untuk perumusan strategi marketing mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical, Evidence) [8] bagi produk penerus (Samsung Galaxy A57) berdasarkan *feedback* terhadap produk pendahulunya (Samsung Galaxy A56) dalam pasar Indonesia. Penelitian yang mengintegrasikan antara analisis sentiment dari komentar ulasan video YouTube dengan kerangka kerja 7P untuk strategi pengembangan produk baru di industri *smartphone* yang ada di Indonesia masih terbatas. Banyak penelitian yang berfokus pada analisis sentiment produk yang sudah ada atau evaluasi layanan [9], namun belum ditemukan yang secara eksplisit mengarahkan hasilnya untuk strategi pemasaran produk suksesor.

Penelitian ini akan melakukan serangkaian proses mulai dari pengumpulan data komentar dari video *review* pada produk Samsung Galaxy A56 dari channel YouTube GadgetIn dengan target data lebih dari 1000 komentar. Data teks yang dikumpulkan kemudian akan dilakukan *preprocessing* meliputi penghapusan emoji, penghapusan tanda baca, *case folding*, tokenisasi, penghilangan imbuhan kata, dan penghapusan kata hubung (*stopword removal*). Analisis sentiment dilakukan dengan metode *lexicon-based* menggunakan kamus sentiment bahasa Indonesia yang disesuaikan berdasarkan topik *gadget* untuk mengklasifikasi setiap komentar ke dalam kategori positif, negative, dan netral. Hasil dari sentimen ini akan dianalisis dampaknya terhadap produk Samsung Galaxy A56. Lebih lanjut, temuan ini akan digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rekomendasi strategi marketing mix 7P yang relevan untuk produk Samsung Galaxy penerusnya. Pengolahan data dalam penelitian ini diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman Python.

---

## 2. METODE PENELITIAN

Metodologi dalam penelitian ini dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu dengan menganalisis sentimen dari komentar pada video *review* produk Samsung Galaxy A56 dari *channel* YouTube GadgetIn dan menerapkannya untuk perumusan strategi marketing mix 7P produk Samsung Galaxy penerusnya. Tahapan penelitian yang dilakukan diilustrasikan dalam **Gambar 1** dan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

### 2.1 Pengumpulan Data (Data Collection)

Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari komentar pengguna pada video *review* produk Samsung Galaxy A56 yang diunggah *channel* YouTube GadgetIn yang berjudul **“Anti Gagal - Review Samsung Galaxy A56 Indonesia!”**. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *scraping* menggunakan API (*Application Programming Interface*) YouTube. Jumlah data yang dikumpulkan mencapai 4.436 komentar. Komentar yang diambil adalah komentar publik yang ada terdapat di video *review* tersebut.

### 2.2 Pra-pemrosesan Data (Data Preprocessing)

Pra-pemrosesan dilakukan untuk membersihkan data teks mentah menjadi data dengan format yang lebih terstruktur dan layak untuk dianalisis. Proses ini sangat penting karena kualitas data yang input akan sangat mempengaruhi hasil analisis sentiment, terutama dalam teks berbahasa Indonesia yang bersifat informal dan banyak mengandung variasi [10]. Tahapan pemrosesan yang dilakukan meliputi penghapusan emoji, penghapusan tanda baca, case folding, tokenisasi, penghilangan kata hubung (*stopword removal*), dan penghilangan imbuhan kata (*stemming*).

### 2.3 Analisis Sentimen Lexicon-Based

Analisis sentiment dilakukan dengan pendekatan berbasis leksikon (*lexicon-based*). Metode ini bekerja dengan memanfaatkan kamus sentimen yang berisi daftar kata beserta skor polaritas sentimennya (positif, negative, atau netral) [11]. Dalam penelitian ini digunakan kamus sentiment bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan topik *gadget* di pasar Indonesia.

Proses penentuan sentimen yang dilakukan untuk setiap komentar adalah sebagai berikut:

- Setiap kata dalam komentar yang telah melalui pra-pemrosesan akan dicocokkan dengan kata-kata pada kamus sentiment yang telah dibuat berdasarkan topik *gadget* dipasar Indonesia.
- Jika kata pada komentar ditemukan dalam kamus, skor sentimen kata tersebut akan diambil. Skor sentimen total untuk satu komentar dihitung dengan menjumlahkan skor sentimen dari semua kata yang relevan dengan kamus dalam komentar tersebut.
- Berdasarkan skor sentimen total, komentar akan diklasifikasikan menjadi:

- **Positif:** Jika skor total  $> 0$ .
- **Negatif:** Jika skor total  $< 0$ .
- **Netral:** Jika skor total  $= 0$  atau tidak ada kata bersentimen yang ditemukan.

Contoh Potongan Kode Python untuk Perhitungan Sentimen (Ilustratif):

```
def analyze_sentiment_lexicon(text):
    try:
        if not text or text.strip() == '':
            return "NEUTRAL", 0.0

        # Stem teks
        stemmed_text = stemmer.stem(text)
        words = stemmed_text.split()

        # Hitung skor sentimen
        score = 0
        found_words = 0

        for word in words:
            if word in sentiment_lexicon:
                score += sentiment_lexicon[word]
                found_words += 1

        # Hitung confidence
        confidence = min(1.0, abs(score) / 3) if found_words > 0 else 0.0

        # Tentukan sentimen
        if score > 0:
            return "POSITIVE", confidence
        elif score < 0:
            return "NEGATIVE", confidence
        else:
            return "NEUTRAL", confidence
```

Kode tersebut menggambarkan logika perhitungan skor sentimen berdasarkan kamus sentimen, kemudian mengklasifikasikannya.

#### 2.4 Analisis Marketing Mix 7P

Setelah setiap komentar diklasifikasi, dilakukan analisis mengenai bagaimana temuan sentimen ini dapat diterapkan pada kerangka marketing mix 7P untuk produk Samsung Galaxy A65. Analisis menghubungkan aspek-aspek yang disukai atau tidak disukai dari Samsung A56 (berdasarkan komentar) dengan elemen-elemen 7P untuk Samsung Galaxy A57.

- Product (Produk):** Menganalisis komentar yang membahas fitur misalnya, kamera, baterai, layar, kinerja, desain, dan perangkat lunak Samsung A56. Sentimen positif terhadap fitur tertentu dapat menjadi dasar untuk mempertahankan atau meningkatkan fitur tersebut pada A57. Sebaliknya, sentimen negatif dapat mengindikasikan area yang memerlukan perbaikan atau inovasi pada A57.
- Price (Harga):** Menganalisis persepsi konsumen terhadap harga Samsung A56, apakah dianggap sepadan dengan kualitas (*value for money*), terlalu mahal, atau kompetitif

dibandingkan produk lain. Ini akan memberikan masukan untuk strategi penetapan harga A57.

- c. **Place (Tempat/Distribusi):** Meskipun komentar pada review produk jarang membahas distribusi secara mendalam, setiap penyebutan terkait ketersediaan produk, kemudahan pembelian, atau pengalaman saluran distribusi akan dicatat untuk strategi distribusi A57.
- d. **Promotion (Promosi):** Menganalisis bagaimana review dari GadgetIn itu sendiri diterima dan aspek apa dari A56 yang paling menonjol (baik positif maupun negatif) bagi audiens berdasarkan komentar. Ini membantu merumuskan pesan promosi yang efektif untuk A57, menyoroti keunggulan yang terbukti disukai atau mengatasi kekhawatiran yang muncul dari A56.
- e. **People (Orang/SDM):** Komentar yang mungkin menyinggung pengalaman dengan layanan pelanggan Samsung terkait A56 (meskipun jarang muncul di komentar review produk) dapat memberikan masukan untuk peningkatan kualitas layanan SDM dalam konteks peluncuran A57.
- f. **Process (Proses):** Menganalisis komentar terkait pengalaman pengguna (UX) dengan perangkat lunak A56 (misalnya, One UI), kemudahan pengaturan awal, proses pembaruan perangkat lunak, atau interaksi layanan lainnya. Temuan ini dapat mengarahkan perbaikan proses untuk A57.
- g. **Physical Evidence (Bukti Fisik):** Komentar mengenai estetika desain, kualitas material, kesan premium, kelengkapan dalam kotak penjualan (misalnya, ada atau tidaknya charger), dan pengalaman *unboxing* A56. Ini akan menjadi acuan untuk desain fisik, material, dan presentasi produk A57.

Keluaran dari tahap ini adalah serangkaian rekomendasi strategis untuk setiap elemen 7P bagi Samsung Galaxy A57, yang didasarkan pada analisis sentimen ulasan Samsung A56. Fokusnya adalah untuk mengidentifikasi ekspektasi konsumen dan area potensial untuk perbaikan atau penekanan fitur pada produk penerus.

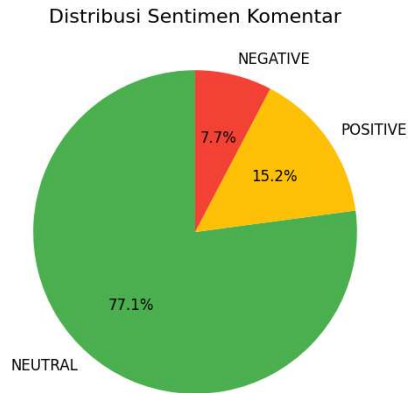
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis sentimen terhadap komentar audiens pada video review Samsung A56 di channel YouTube GadgetIn, diikuti dengan pembahasan mendalam mengenai implikasinya terhadap strategi marketing mix 7P untuk produk Samsung Galaxy A57.

#### 3.1 Hasil Analisis Sentimen Komentar Samsung A56

Setelah melalui proses pengumpulan data dari video review Samsung A56 di channel YouTube GadgetIn dan melakukan pra-pemrosesan terhadap 4.436 komentar yang terkumpul, dilakukan analisis sentimen menggunakan metode *lexicon-based*. Tahap ini bertujuan untuk mengklasifikasikan setiap komentar ke dalam kategori sentimen positif, negatif, atau netral, guna memahami persepsi umum audiens terhadap produk tersebut.

Distribusi sentimen komentar pengguna terhadap Samsung Galaxy A56 berdasarkan review GadgetIn disajikan pada **Gambar 2** dan **Tabel 1**. Visualisasi ini memberi gambaran umum mengenai polaritas opini audiens.



Gambar 2. Distribusi Sentimen Komentar Samsung A56 di Channel GadgetIn

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Sentimen Komentar Samsung A56

Kategori Sentimen	Jumlah Komentar	Presentase
Netral	3.275	77.1%
Positif	797	15.2%
Negatif	364	7.7%
<b>Total</b>	<b>4.436</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan **Gambar 2** dan **Tabel 1**, terlihat bahwa sentimen mayoritas pengguna terhadap Samsung A56 adalah netral, mencapai 77.1% dari total komentar. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar audiens channel GadgetIn memang menonton video tersebut sebagai referensi mereka untuk menentukan keputusan beli terhadap produk Samsung Galaxy A56. Artinya para audiens belum banyak yang menggunakan produk tersebut, sehingga komentar audiens berisi seputar pertanyaan atau perbandingan mengenai produk tersebut. Sentimen positif tercatat sebesar 15.2%. Sentimen positif ini menunjukkan bahwa produk tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi banyak penonton, setidaknya berdasarkan informasi yang disajikan dalam review. Sentimen negatif sebesar 7.7% yang menandakan adanya kritik atau ketidakpuasan terhadap beberapa aspek produk. Meskipun minoritas, angka ini tetap memerlukan perhatian lebih lanjut untuk mengidentifikasi area perbaikan.

### 3.2 Word Clouds Hasil Analisis Sentimen

Untuk mendapatkan gambaran visual mengenai kata-kata yang paling sering muncul dan menjadi fokus utama dalam setiap kategori sentimen, disajikan *word cloud*. *Word cloud* merepresentasikan frekuensi kata; semakin besar ukuran kata, semakin sering kata tersebut muncul dalam kumpulan komentar.



Gambar 3. Word Cloud pada Semua Komentar Samsung A56

**Gambar 3** menampilkan *word cloud* dari keseluruhan komentar tanpa membedakan sentimen. Kata-kata yang dominan menunjukkan bahwa topik-topik inilah yang menjadi pusat perhatian dan diskusi utama para audiens.

### 3.3 Pembahasan Mendalam Temuan Topik dari Sentimen

Analisis lebih lanjut terhadap tema-tema yang muncul dari setiap kategori sentimen memberikan pemahaman yang lebih kaya dan kontekstual mengenai persepsi audiens terhadap Samsung Galaxy A56:

- Tema Positif:** Pengguna secara konsisten memuji kualitas **kamera** Samsung A56, tidak hanya secara umum tetapi seringkali merujuk pada hasil foto yang tajam, reproduksi warna yang baik, dan kemampuan dalam kondisi pencahayaan yang beragam, serta fitur-fitur fotografi pendukungnya seperti mode malam atau stabilisasi video. **Memori** juga menjadi poin plus yang signifikan, dengan banyak komentar menyatakan bahwa kapasitas yang besar memberikan kesempatan pengguna untuk menyimpan lebih banyak file, terutama file foto dan video momen penting pengguna.
- Tema Negatif:** Aspek **harga** menjadi salah satu sumber sentimen negatif yang paling umum. Beberapa pengguna merasa harga Samsung Galaxy A56 kurang sebanding dengan spesifikasi yang ditawarkan, terutama jika dibandingkan dengan produk kompetitor di kelas harga yang sama yang mungkin menawarkan chipset lebih bertenaga atau fitur tambahan. Ketiadaan fitur seperti **wireless charging** juga menjadi catatan minus bagi sebagian pengguna yang mengharapkan fitur kenyamanan tersebut hadir di segmen harga ini, yang dianggap sebagai standar pada beberapa merek lain. Beberapa komentar juga menyinggung **performa chipset** yang dianggap standar atau kurang optimal untuk menjalankan aplikasi berat atau *gaming* dengan grafis tinggi, yang mungkin tidak memenuhi ekspektasi pengguna yang mencari performa lebih.
- Tema Netral:** Komentar netral banyak berisi pertanyaan teknis mengenai detail spesifikasi yang mungkin belum terjawab tuntas di video, seperti jenis proteksi layar, versi Bluetooth, atau dukungan sensor tertentu. Banyak juga yang melakukan **perbandingan** langsung dengan model lain, baik dari Samsung (misalnya seri A lainnya atau seri M) maupun dari merek kompetitor. Ada juga ekspresi penantian terhadap **penurunan harga** di masa mendatang atau menunggu rilis produk baru (generasi penerus atau model lain) sebelum memutuskan pembelian.

### 3.4 Analisis Sentimen per Elemen Marketing Mix 7P untuk Samsung A56

Analisis yang dilakukan menyajikan hasil sentimen yang dikategorikan berdasarkan tujuh elemen marketing mix (7P) untuk Samsung A56. "Sentimen Net" dihitung sebagai (Jumlah Positif - Jumlah Negatif).

Tabel 2. Hasil Analisis Sentimen per Elemen 7P untuk Samsung A56

Elemen 7P	Positif	Netral	Negatif	Sentimen Net
Product	158	229	62	96
Price	67	139	47	20
Place	8	26	2	6
Promotion	42	299	28	14
People	4	4	1	3
Process	6	16	4	2
Physical	39	36	6	33

Pembahasan Tabel 2:

- **Product:** Mendapatkan sentimen net tertinggi (96), menunjukkan bahwa meskipun banyak komentar netral, aspek produk secara keseluruhan lebih banyak mendapat respons positif daripada negatif. Rekomendasi untuk A56 adalah fokus pada peningkatan baterai dan kamera, menandakan area ini penting bagi konsumen.
- **Price:** Sentimen net jauh lebih rendah (20), mengindikasikan adanya sensitivitas harga atau persepsi bahwa harga kurang sepadan, meskipun komentar positif masih lebih banyak dari negatif. Rekomendasi evaluasi harga untuk A56 sangat relevan.
- **Place:** Sentimen net positif (6) namun dengan jumlah komentar terkait yang rendah, menunjukkan ini bukan topik utama diskusi. Rekomendasi peningkatan ketersediaan di marketplace untuk A56 adalah langkah praktis.
- **Promotion:** Sentimen net positif (14) dengan jumlah komentar netral yang sangat tinggi (299). Ini bisa berarti promosi (video review itu sendiri) berhasil menarik banyak diskusi, namun tidak selalu opini kuat. Rekomendasi pemanfaatan konten positif untuk UGC (User-Generated Content) pada A56 adalah strategi yang baik.
- **People:** Jumlah komentar sangat sedikit, namun sentimen net positif (3). Rekomendasi peningkatan layanan pelanggan untuk A56 bersifat umum namun penting.
- **Process:** Jumlah komentar juga sedikit, sentimen net positif tipis (2). Rekomendasi penyederhanaan proses garansi untuk A56 menyoroti potensi *pain point*.
- **Physical (Evidence):** Sentimen net cukup baik (33). Rekomendasi perbaikan kemasan produk untuk A56 menunjukkan perhatian pada aspek fisik di luar perangkat itu sendiri.

### 3.5 Analisis Dampak Sentimen terhadap Marketing Mix 7P Samsung Galaxy A57

Temuan analisis sentimen dari review Samsung A56 ini memberikan landasan yang kuat dan berbasis data untuk merumuskan strategi marketing mix 7P bagi Samsung Galaxy A57. Tujuannya adalah untuk secara proaktif memanfaatkan keunggulan yang telah diapresiasi dari A56, mengatasi kelemahan yang dikeluhkan, dan memenuhi ekspektasi konsumen yang terungkap melalui komentar-komentar tersebut.

#### a. Product (Produk):

- **Temuan Sentimen A56:** Sentimen positif yang kuat teridentifikasi pada kualitas kamera (hasil foto, fitur), daya tahan baterai, kualitas layar dan desain pada A56. Di sisi lain, sentimen negatif muncul terkait ketiadaan fitur *wireless charging* yang diharapkan dan persepsi performa chipset yang dianggap standar atau kurang kompetitif untuk segmen harganya.
- **Implikasi Strategis A57:** Untuk Samsung Galaxy A57, menjadi sangat krusial untuk **mempertahankan atau bahkan meningkatkan** kualitas pada aspek-aspek yang telah menjadi kekuatan A56. Ini berarti investasi lebih lanjut pada teknologi



kamera (misalnya, sensor dengan resolusi lebih tinggi, OIS yang lebih baik, kemampuan AI fotografi yang ditingkatkan), memastikan daya tahan baterai tetap menjadi unggulan (mungkin dengan kapasitas baterai yang sama atau lebih besar dengan optimasi perangkat lunak yang lebih baik), serta mempertahankan standar kualitas layar dan desain yang premium. Samsung perlu **mempertimbangkan secara serius untuk menyertakan fitur *wireless charging*** pada A57, karena ini jelas merupakan poin keluhan pada A56 dan menjadi ekspektasi yang meningkat di pasar smartphone kelas menengah ke atas. Terkait chipset, A57 sebaiknya ditenagai oleh chipset yang menawarkan peningkatan performa yang nyata dan terukur dibandingkan A56, atau setidaknya mampu memberikan persepsi nilai yang lebih baik untuk harganya, terutama untuk menunjang kebutuhan *gaming* kasual hingga menengah dan *multitasking* berat. Peningkatan pada sistem pendingin (misalnya, *vapor chamber* yang lebih besar atau material penghantar panas yang lebih baik) juga bisa dipertimbangkan untuk mengatasi potensi isu suhu yang dikeluhkan pada A56.

b. **Price (Harga):**

- **Temuan Sentimen A56:** Sentimen terhadap harga A56 cenderung beragam, dengan sebagian konsumen menganggap harga tersebut sepadan dengan kualitas dan fitur yang ditawarkan, namun tidak sedikit pula yang merasa bahwa harga tersebut terlalu mahal (*overpriced*), terutama ketika dibandingkan dengan produk-produk kompetitor yang menawarkan spesifikasi serupa atau bahkan lebih tinggi dengan harga yang lebih terjangkau.
- **Implikasi Strategis A57:** Samsung perlu melakukan analisis harga kompetitif yang sangat cermat dan mendalam untuk Samsung Galaxy A57. Jika A57 hadir dengan peningkatan signifikan dan fitur-fitur baru yang bernilai tinggi (misalnya, chipset yang jauh lebih bertenaga, penambahan *wireless charging*, peningkatan signifikan pada kamera), maka penetapan harga yang sedikit lebih tinggi dari A56 mungkin dapat diterima oleh pasar, asalkan *value proposition*-nya dikomunikasikan dengan sangat jelas dan meyakinkan kepada konsumen. Namun, jika peningkatan yang ditawarkan bersifat minor, mempertahankan atau bahkan sedikit menyesuaikan (menurunkan) harga A56 bisa menjadi strategi yang lebih aman untuk menjaga daya saing. Opsi *bundling* produk dengan aksesori pelengkap (misalnya, *charger* 45W jika tidak disertakan dalam paket penjualan, *earbuds* berkualitas, atau *casing* pelindung) atau penawaran program cicilan menarik dengan bunga rendah atau tanpa bunga dapat menjadi cara efektif untuk meningkatkan persepsi nilai dan meringankan beban biaya bagi konsumen.

c. **Place (Tempat/Distribusi):**

- **Temuan Sentimen A56:** Komentar pada video review produk umumnya tidak banyak membahas aspek distribusi atau ketersediaan produk secara mendalam, karena fokus utama biasanya pada fitur dan performa produk itu sendiri.
- **Implikasi Strategis A57:** Meskipun tidak ada data spesifik mengenai distribusi dari analisis komentar ini, strategi standar untuk memastikan ketersediaan produk yang luas dan merata baik secara daring (melalui platform e-commerce terkemuka, situs resmi Samsung.com) maupun luring (melalui gerai resmi Samsung Experience Store, mitra ritel elektronik, dan distributor resmi) saat peluncuran Samsung Galaxy A57 tetap menjadi faktor krusial. Kemudahan akses bagi konsumen untuk mendapatkan produk dan informasi ketersediaan yang akurat dan *real-time* perlu dioptimalkan. Strategi pra-pemesanan (*pre-order*) dengan bonus menarik juga dapat dipertimbangkan untuk menciptakan antusiasme awal dan mengukur permintaan pasar.

d. **Promotion (Promosi):**

- **Temuan Sentimen A56:** Aspek kamera, daya tahan baterai, dan desain adalah fitur-fitur yang paling sering mendapatkan pujian dan berhasil menarik perhatian audiens channel GadgetIn, menunjukkan bahwa ini adalah *selling points* yang kuat. *Review* dari *influencer* teknologi terkemuka seperti GadgetIn terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi dan minat konsumen.
  - **Implikasi Strategis A57:** Kampanye promosi untuk Samsung Galaxy A57 harus secara cerdas **menonjolkan dan memperkuat keunggulan-keunggulan yang telah terbukti disukai** pada A56, seperti kemampuan kamera yang mungkin telah ditingkatkan (misalnya dengan demo hasil foto/video yang superior), daya tahan baterai yang tetap superior, dan desain yang semakin menawan atau inovatif. Jika Samsung Galaxy A57 hadir dengan fitur-fitur baru yang signifikan seperti *wireless charging* atau chipset yang jauh lebih bertenaga, maka fitur-fitur baru ini harus menjadi *key selling points* utama yang digaris bawahi dalam semua materi promosi. Kolaborasi berkelanjutan dengan *tech reviewer* dan *influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi dan jangkauan audiens yang luas, seperti GadgetIn, sangat penting untuk membangun kepercayaan, menghasilkan *buzz*, dan menjangkau target pasar secara efektif. Materi promosi sebaiknya menggunakan visual yang menarik, video demo produk yang informatif, dan testimoni pengguna (jika memungkinkan) yang menekankan pengalaman pengguna positif terkait fitur-fitur unggulan tersebut. Pesan promosi juga perlu secara halus namun efektif mengatasi potensi kekhawatiran yang mungkin muncul dari A56, misalnya dengan menekankan peningkatan performa, efisiensi termal yang lebih baik, atau nilai tambah fitur baru yang menjawab kebutuhan konsumen.
- e. **People (Orang/SDM):**
- **Temuan Sentimen A56:** Tidak banyak komentar yang secara spesifik membahas interaksi dengan staf penjualan Samsung atau kualitas layanan pelanggan terkait produk A56 dalam konteks komentar pada video review produk. Fokus utama adalah pada produk itu sendiri.
  - **Implikasi Strategis A57:** Meskipun demikian, peluncuran produk baru selalu menjadi momen penting untuk memastikan kesiapan dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam penjualan dan layanan purna jual. Staf penjualan di gerai fisik (Samsung Experience Store, mitra ritel) maupun tim penjualan daring harus memiliki *product knowledge* yang mendalam dan komprehensif mengenai Samsung Galaxy A57, termasuk fitur-fitur unggulannya, perbedaannya dengan model A56 dan produk kompetitor, serta mampu menjawab pertanyaan konsumen dengan akurat dan persuasif. Tim layanan pelanggan (baik melalui telepon, email, media sosial, maupun pusat layanan fisik) juga harus dilatih dan disiapkan untuk menangani pertanyaan teknis, permintaan bantuan, dan potensi keluhan awal yang mungkin muncul pasca-peluncuran produk dengan cepat, ramah, dan solutif.
- f. **Process (Proses):**
- **Temuan Sentimen A56:** Pengalaman pengguna dengan antarmuka One UI pada Samsung A56 umumnya mendapatkan respons positif, dianggap intuitif, kaya fitur, dan menarik secara visual. Potensi keluhan minor mungkin terkait dengan kelancaran proses pembaruan perangkat lunak atau adanya *bug* minor pada rilis awal serta rekomendasi penyederhanaan proses garansi untuk A56.
  - **Implikasi Strategis A57:** Samsung perlu memastikan bahwa versi One UI yang dijalankan pada Galaxy A57 telah dioptimalkan secara maksimal untuk memberikan pengalaman pengguna yang sangat mulus, responsif, intuitif, dan bebas dari *bug* mayor saat produk diluncurkan ke pasar. Proses pembaruan perangkat lunak (baik pembaruan sistem operasi Android maupun patch keamanan) harus direncanakan dengan jadwal yang jelas, dikomunikasikan secara transparan
-

kepada pengguna, dan dieksekusi tepat waktu untuk menjaga keamanan dan fungsionalitas perangkat. Selain itu, kemudahan dalam proses pembelian (baik daring maupun luring), proses aktivasi produk yang sederhana, kemudahan migrasi data dari perangkat lama ke Samsung Galaxy A57 dan proses gransi yang mudah juga perlu diperhatikan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

g. **Physical Evidence (Bukti Fisik):**

- **Temuan Sentimen A56:** Desain premium, kualitas rakitan (*build quality*), dan material yang digunakan pada Samsung A56 (misalnya, penggunaan kaca atau frame metal) mendapat apresiasi tinggi dari para komentator, yang menunjukkan bahwa aspek estetika dan rasa genggam (*feel*) produk sangat dihargai. Kelengkapan paket penjualan, khususnya mengenai ada atau tidaknya *charger* dalam kotak penjualan pada beberapa model Samsung, seringkali menjadi poin diskusi dan terkadang keluhan.
- **Implikasi Strategis A57:** Samsung Galaxy A57 sebaiknya **melanjutkan atau bahkan meningkatkan filosofi desain premium** yang telah berhasil pada A56. Pilihan material (misalnya, penggunaan material ramah lingkungan namun tetap terkesan mewah), kualitas rakitan yang presisi, dan detail estetika (seperti penempatan modul kamera, pilihan warna, dan finishing bodi) harus mencerminkan posisinya di pasar dan memberikan kesan produk yang berkualitas tinggi. Pengalaman *unboxing* juga merupakan bagian penting dari bukti fisik; kemasan yang dirancang dengan baik, menarik secara visual, dan informatif, serta kelengkapan aksesoris (atau kejelasan mengenai apa saja yang termasuk dan tidak termasuk dalam paket penjualan) akan sangat mempengaruhi persepsi awal konsumen terhadap produk. Jika *charger* tidak disertakan dalam paket penjualan A57, komunikasi yang transparan mengenai alasan di baliknya dan ketersediaan *charger* yang kompatibel dengan harga yang wajar menjadi sangat penting untuk menghindari kekecewaan konsumen.

Tabel 3. Rekomendasi Strategi Marketing Mix 7P untuk Samsung Galaxy A57

Elemen 7P	Rekomendasi Strategis (Samsung Galaxy A57)
Product	Prioritaskan peningkatan signifikan pada kualitas baterai dan kamera sebagai <i>key selling points</i> . Inovasi pada fitur produk berdasarkan <i>feedback</i> negatif dan netral A56.
Price	Lakukan analisis harga kompetitif yang cermat; pastikan <i>value for money</i> A57 lebih superior dibandingkan persepsi harga A56. Pertimbangkan skema peluncuran yang menarik.
Place	Pastikan ketersediaan yang kuat di marketplace populer dan saluran distribusi utama lainnya sejak awal peluncuran A57.
Promotion	Rancang kampanye yang mendorong <i>User-Generated Content</i> (UGC), menyoroti keunggulan A57 (terutama perbaikan dari A56). Sediakan informasi produk yang jelas dan persuasif untuk mengurangi komentar netral.
People	Tingkatkan <i>product knowledge</i> staf penjualan mengenai A57 dan sediakan layanan pelanggan yang responsif dan berkualitas tinggi.
Process	Sederhanakan proses garansi dan layanan purna jual untuk A57, ciptakan pengalaman pelanggan yang efisien dan positif.
Physical	Desain produk dan kemasan A57 yang lebih menarik dan fungsional. Pastikan desain fisik perangkat A57 mencerminkan kualitas dan inovasi.

### 3.6 Diskusi dengan Literatur

Dominasi sentimen netral dalam diskusi produk di YouTube, memberikan perspektif tambahan pada studi-studi sebelumnya yang mungkin lebih fokus pada polaritas positif atau negatif [12]. Tingginya komentar netral bisa mengindikasikan bahwa platform review sering digunakan sebagai forum diskusi dan pencarian informasi aktif, bukan hanya sebagai tempat menyalurkan opini. Penggunaan analisis 7P untuk mengkategorikan sentimen dan memberikan rekomendasi spesifik sejalan dengan pendekatan holistik dalam pemasaran modern.

### 3.7 Pemahaman Baru yang Dihasilkan

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai bagaimana analisis sentimen komentar YouTube, bahkan ketika didominasi oleh sentimen netral, dapat diurai lebih lanjut dengan kerangka kerja marketing mix 7P untuk menghasilkan *insight* yang *actionable*. Rekomendasi yang muncul untuk setiap elemen P pada produk pendahulu (A56) menjadi dasar yang kuat untuk merumuskan strategi yang tepat bagi produk penerus (A57), dengan fokus pada area perbaikan dan penguatan yang teridentifikasi. Ini menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat menjadi alat strategis untuk siklus pengembangan produk berkelanjutan.

### 3.8 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, metode *lexicon-based* mungkin masih kurang sensitif terhadap kata slang, ironi, atau konteks kalimat yang kompleks. Kedua, data komentar berasal dari hanya satu video review di satu channel YouTube, yang mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan seluruh populasi pengguna. Ketiga, kategorisasi komentar ke dalam elemen 7P mungkin memerlukan interpretasi manual atau model klasifikasi teks tambahan yang canggih untuk akurasi optimal.

## 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis sentimen komentar pengguna pada video review Samsung Galaxy A56 di channel YouTube GadgetIn untuk merumuskan strategi marketing mix 7P bagi Samsung Galaxy A57. Ditemukan bahwa sentimen mayoritas (77.1%) terhadap Samsung A56 adalah Netral, diikuti Positif (15.2%) dan Negatif (7.7%). Analisis lebih lanjut per elemen 7P untuk A56 menunjukkan sentimen net tertinggi pada aspek Produk (96) dan Fisik (33), sementara Harga (20) menunjukkan sensitivitas yang lebih tinggi. Rekomendasi spesifik untuk A56 meliputi peningkatan baterai/kamera, evaluasi harga, peningkatan ketersediaan di marketplace, pemanfaatan UGC, peningkatan layanan pelanggan, penyederhanaan proses garansi, dan perbaikan kemasan.

Temuan ini ditransformasikan menjadi rekomendasi strategis untuk Samsung Galaxy A57. Untuk **Product**, A57 harus unggul signifikan di baterai dan kamera. **Price** A57 harus menawarkan *value for money* yang lebih baik. **Place** menekankan ketersediaan luas di marketplace. **Promotion** A57 harus mendorong UGC dan memberikan informasi jelas. **People** memerlukan SDM yang terlatih. **Process** harus menyederhanakan layanan purna jual. **Physical Evidence** A57 harus memperhatikan desain kemasan dan perangkat. Penelitian ini menunjukkan bagaimana analisis sentimen produk pendahulu, bahkan dengan dominasi sentimen netral, dapat memberikan arahan strategis berbasis data untuk produk penerusnya.

## 5. SARAN

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode analisis sentimen yang lebih canggih seperti *machine learning* atau *deep learning* (misalnya IndoBERT ) untuk perbandingan dan potensi peningkatan akurasi dalam menangani nuansa bahasa. Selain itu,

---

pengumpulan data dari berbagai sumber review (channel YouTube lain, forum online, e-commerce) dapat memberikan gambaran sentimen yang lebih holistik. Pengembangan analisis sentimen berbasis aspek (*aspect-based sentiment analysis*) juga dapat memberikan wawasan yang lebih granular terhadap fitur-fitur spesifik produk.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Budi Prasetyo selaku dosen pembimbing dan Regina Ayumi Ulayyaa selaku asisten peneliti atas segala bimbingan, arahan, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak channel YouTube GadgetIn yang telah menyediakan konten video review yang menjadi sumber data utama penelitian ini, serta kepada para pengguna YouTube yang telah memberikan komentar dan opininya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pemasaran di industri teknologi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Li, F. Meng, M. Jeong, and Z. Zhang, "To follow others or be yourself? Social influence in online restaurant reviews," *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 32, no. 3, pp. 1067–1087, Apr. 2020, doi: 10.1108/IJCHM-03-2019-0263.
- [2] A. Mahariye and N. Goyal, "A Comprehensive Study on Sentiment Analysis Methods and Tools," 2503. [Online]. Available: [www.ijfmr.com](http://www.ijfmr.com)
- [3] H. S. Hota, D. K. Sharma, and N. Verma, "Lexicon-based sentiment analysis using Twitter data," in *Data Science for COVID-19 Volume 1: Computational Perspectives*, Elsevier, 2021, pp. 275–295. doi: 10.1016/B978-0-12-824536-1.00015-0.
- [4] M. Maulidah, A. Ardiansyah, L. Putri Gemilang, and N. Fitria Indriarti, "Analisis Sentimen Pada Ulasan Aplikasi Superbank Dengan Metode Support Vector Machine Dan Naive Bayes," *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, vol. 10, no. 2, pp. 147–155, 2024, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse>
- [5] R. Wahyudi *et al.*, "Analisis Sentimen pada review Aplikasi Grab di Google Play Store Menggunakan Support Vector Machine," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 8, no. 2, 2021, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji>
- [6] Y. Asri, D. Kuswardani, W. N. Suliyanti, Y. O. Manullang, and A. R. Ansyari, "Sentiment analysis based on Indonesian language lexicon and IndoBERT on user reviews PLN mobile application," *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, vol. 38, no. 1, p. 677, Apr. 2025, doi: 10.11591/ijeecs.v38.i1.pp677-688.
- [7] S. K. Dirjen, P. Riset, D. Pengembangan, R. Dikti, S. Khomsah, and A. S. Aribowo, "Terakreditasi SINTA Peringkat 2 Model Text-Preprocessing Komentar Youtube Dalam Bahasa Indonesia," *masa berlaku mulai*, vol. 1, no. 3, pp. 648–654, 2017.
- [8] I. Ketut, M. J. Kusuma, G. Ginaya, I. Made, and D. Oka, "Marketing Mix Digitalization as a Business Strategy at Holiday Resort Lombok", doi: 10.58982/injogt.
- [9] T. Henny Febriana Harumy and M. Amirul Ilmi, "SENTIMENT ANALYSIS BASED ON 7P MARKETING MIX ASPECTS OF THE INDRIVER APPLICATION SERVICE USING THE BERT ALGORITHM, BASED ON USER REVIEWS ON THE GOOGLE PLAY STORE," *J Theor Appl Inf Technol*, vol. 15, p. 19, 2023, [Online]. Available: [www.jatit.org](http://www.jatit.org)

- [10] Y. Fauziah, B. Yuwono, and A. S. Aribowo, "Lexicon Based Sentiment Analysis in Indonesia Languages : A Systematic Literature Review," *RSF Conference Series: Engineering and Technology*, vol. 1, no. 1, pp. 363–367, Dec. 2021, doi: 10.31098/cset.v1i1.397.
  - [11] A. Mukhopadhyay, S. Patel, and V. Parmar, "Sentiment Analysis on YouTube using Lexicon Based Approach," *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering Impact Factor 7.39 / □ Vol*, vol. 11, 2022, doi: 10.17148/IJARCCE.2022.11376.
  - [12] S. Jabeen, "Decoding consumer sentiments: Advanced nlp techniques for analyzing smartphone reviews," *Revista de Administracao Contemporanea*, vol. 28, no. 4, Jul. 2024, doi: 10.1590/1982-7849rac2024240102.en.
-