

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peredaran informasi dewasa ini semakin cepat dan mudah diakses dari berbagai teknologi komunikasi yang ada. Hal ini memengaruhi berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya perilaku konsumsi masyarakat. Konsumen umumnya mencari referensi dalam memilih produk untuk memperoleh informasi yang akurat dan kepuasan yang maksimal. Salah satu cara untuk menyebarkan referensi mengenai suatu produk ialah dengan bantuan *word of mouth* atau rekomendasi dari para *influencer* [1]. *Influencer* dan pengaruhnya di media sosial masih menjadi cara terbaik untuk menjalin hubungan dengan konsumen. Keunikan dan identitas yang dibawakan oleh *influencer* dalam mempromosikan produk memengaruhi konsumen untuk memercayai dan membeli produk tersebut [2].

Dalam melakukan pemasaran, *influencer* kerap kali melakukannya dengan cara membuat konten mengenai suatu produk [3]. YouTube dan Instagram menjadi dua platform aplikasi selular berbasis video yang membantu *influencer* untuk memasarkan dirinya sendiri sebagai persona dan produk yang diulas [4]. Maka dari itu, pemasaran dengan konten di media sosial, terutama video menjadi penting dalam promosi suatu produk, tak terkecuali produk kosmetik [5]. Peran konten media sosial yang cukup sentral dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk, terutama produk kosmetik menyebabkan analisis dan pengelolaan konten-konten video dari media sosial *influencer* menjadi penting untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi pencariannya.

Sistem rekomendasi merupakan salah satu model yang digunakan untuk memberikan rekomendasi kepada pengguna yang sesuai dengan karakteristik, perilaku, keinginan, atau harapannya sehingga mempermudah pengambilan keputusan atau memberikan rekomendasi yang belum terpikirkan oleh pengguna [6]. Sistem rekomendasi umumnya akan merekomendasikan hal yang sesuai dengan kesukaan atau karakteristik pengguna tersebut [7]. Sistem rekomendasi dapat dibuat dengan berbagai pendekatan, seperti *collaborative filtering*, *content-based filtering*, dan *hybrid method* [8]. Salah satu pendekatan yang juga dapat digunakan dalam membangun sistem rekomendasi ialah MCDM atau *Multi-Criteria Decision*

Making. Salah satu teknik MCDM yang cukup sering digunakan ialah *Simple Additive Weighting* (SAW). Metode SAW yang dikenal pula sebagai metode penjumlahan dengan bobot ialah metode yang menggunakan nilai ternormalisasi dari masing-masing aspek keputusan dan merumuskan nilai akhir sebagai perkalian antara nilai ternormalisasi dan bobot yang dipilih untuk masing-masing aspek keputusan [9].

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sistem rekomendasi dapat dibangun dengan pendekatan *Multi-Criteria Decision Making*, terutama *Simple Additive Weighting*. Dalam penelitiannya yang berjudul "Recommendation Systems for Online Learning Materials Using Cosine Similarity and Simple Additive Weighting" yang dirilis pada tahun 2021 oleh Yanuartanti et al., sistem rekomendasi materi pembelajaran daring dibuat dengan menggunakan *cosine similarity* dan algoritma *Simple Additive Weighting*. Sistem rekomendasi ini memperoleh nilai *recall* dan presisi yang baik menurut penelitian tersebut [10]. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Santoso et al. yang berjudul "Internship Recommendation System using Simple Additive Weighting," sistem rekomendasi yang membantu pelajar untuk menentukan tempat magang yang baik dibuat. Sistem rekomendasi ini memperoleh akurasi mencapai 100% dan diterima dengan baik dengan nilai *Technology Acceptance Model* yang baik untuk rata-rata responden yang terlibat untuk menguji sistem [11]. Pada penelitian yang dilakukan tahun 2018 oleh Setiawan et al. berjudul "Design and Implementation of the Culinary Recommendation System Using Sentiment Analysis and Simple Adaptive Weighting in Bengkulu, Indonesia," sistem rekomendasi kuliner Provinsi Bengkulu dibangun dengan dua pendekatan, yaitu analisis sentimen dan *Simple Additive Weighting*. Sistem rekomendasi yang melibatkan analisis sentimen memperoleh akurasi sebesar 79% dan sistem rekomendasi menggunakan *Simple Additive Weighting* memperoleh akurasi sebesar 90.83% [12].

Sistem rekomendasi video pada aplikasi UNNIS di PT Keindahan Sejahtera Utama dibuat untuk membantu pengguna aplikasi dalam mengakses video-video dari *influencer* yang dapat membantu mereka dalam menentukan produk-produk dan informasi-informasi yang sesuai dengan karakteristik kulit mereka. Sistem ini diharapkan mampu meningkatkan pengalaman pengguna dalam aplikasi UNNIS. Selain itu, sistem ini diharapkan pula mampu bekerja dengan akurasi yang tinggi, sehingga mampu menghasilkan layanan rekomendasi yang baik.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari kerja magang yang dijalani ialah untuk menerapkan algoritma *Simple Additive Weighting* dalam pembuatan sistem rekomendasi untuk aplikasi UNNIS pada PT Keindahan Sejahtera Utama.

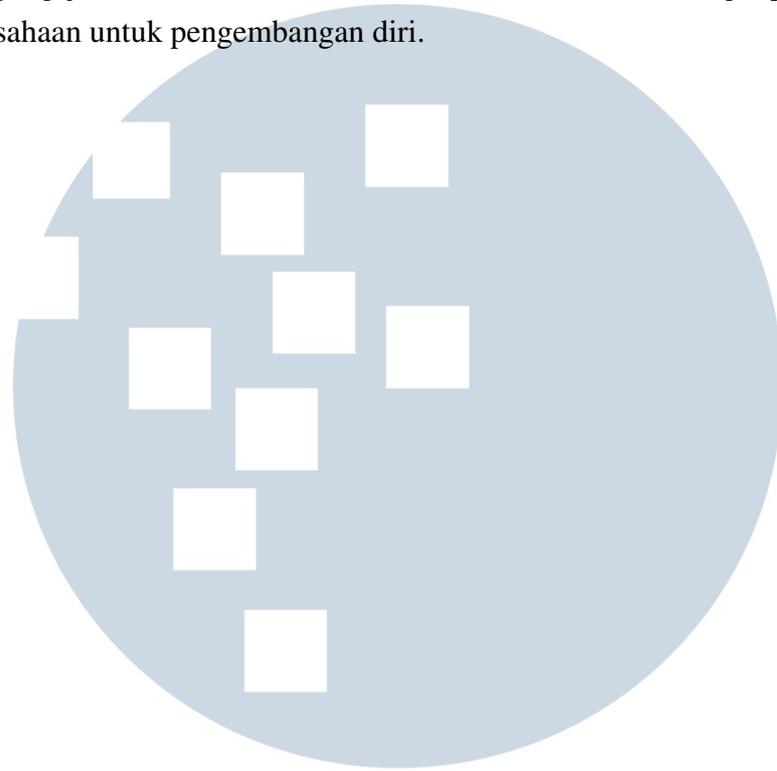
Sedangkan, tujuan dari kerja magang yang dijalani ialah untuk mengukur akurasi, presisi, *recall*, dan skor F1 dari sistem rekomendasi video dengan algoritma *Simple Additive Weighting*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT Keindahan Sejahtera Utama berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal 10 Juli 2023 sampai 9 Januari 2024 dengan ketentuan-ketentuan kerja sebagai berikut.

1. Waktu kerja magang adalah dari hari Senin sampai hari Jumat, pukul 08.00 sampai 17.00 WIB (Waktu Indonesia Barat).
2. Pada 3 (tiga) bulan pertama masa kerja magang, magang dilaksanakan secara *full onsite/full-WFO (Work From Office)*. Setelah 3 (tiga) bulan pertama masa kerja magang (setelah tanggal 10 Oktober 2023), perusahaan memberikan kesempatan untuk melaksanakan kerja magang dari rumah atau WFH (*Work From Home*) pada hari Rabu atau Kamis setiap minggunya dengan syarat bahwa pada minggu yang bersangkutan tidak ada hari libur atau cuti bersama.
3. Ketika pekerjaan dilakukan secara WFH (*Work From Home*), terdapat laporan wajib yang perlu diselesaikan pada hari yang sama dengan hari WFH yang memuat tugas yang dikerjakan pada hari yang bersangkutan beserta dengan dokumentasinya serta tugas yang rencananya akan dikerjakan pada hari selanjutnya.
4. Tugas yang diberikan umumnya berupa target harian, mingguan, atau bulanan yang telah didiskusikan bersama dengan supervisor lapangan dan atasan lainnya yang terkait. Tugas yang telah selesai dilaporkan langsung ke supervisor dan dimasukkan ke repositori perusahaan di aplikasi GitHub.
5. Setiap harinya, melakukan absensi pagi (pada saat memulai pekerjaan) dan absensi sore (pada saat selesai melakukan pekerjaan) serta melaporkan tugas yang akan dikerjakan pada hari yang bersangkutan pada aplikasi Swit.

6. Perusahaan dapat memberikan tugas dan tanggung jawab di luar tugas dan tanggung jawab utama di divisi IT selama masih dalam lingkup pekerjaan perusahaan untuk pengembangan diri.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA