

RESEARCH ARTICLE

Analisis Sentimen Film *The Wild Robot* Berdasarkan Ulasan Di Imdb

Nadyya Anggreini and Nurvita Trianasari*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

*Corresponding author: nurvitatrianasari@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

The Wild Robot (2024) merupakan film animasi adaptasi novel yang menduduki puncak *Box Office* pada pekan pertama penayangan, namun mengalami penurunan stabilitas peringkat di minggu-minggu berikutnya. Fenomena ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman menonton penonton. Indikasi tersebut tercermin di platform IMDb. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen penonton terhadap film *The Wild Robot* berdasarkan ulasan IMDb, mengidentifikasi aspek film yang dominan memperoleh sentimen positif maupun negatif, serta mengevaluasi performa algoritma klasifikasi dalam mengelompokkan sentimen secara akurat. Tujuan ini mendasari dua pendekatan yaitu analisis sentimen keseluruhan dan analisis sentimen berdasarkan aspek. Penelitian ini terdiri dari 951 data ulasan dari IMDb, dilanjutkan dengan tahapan *preprocessing*. klasifikasi sentimen keseluruhan dilakukan menggunakan algoritma SVM dan SGD, sedangkan analisis sentimen berdasarkan aspek dilakukan menggunakan metode VADER terhadap tujuh aspek film yaitu karakter, konflik, penyuntingan, lokasi, suara, *mise-en-scène*, dan sinematografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 91% ulasan sentimen positif, dengan aspek konflik menjadi yang paling dominan pada sentimen positif (90%) sekaligus aspek yang paling banyak dikritik. Aspek sinematografi memperoleh proporsi tertinggi untuk sentimen positif (96%). Sementara karakter memiliki proporsi sentimen negatif relatif tertinggi (13%). Evaluasi performa model menunjukkan bahwa algoritma SGD memiliki hasil evaluasi secara keseluruhan lebih tinggi dengan akurasi 91% dan F1-Score 88% dibandingkan SVM. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan pada pemasaran film, khususnya dalam menjaga stabilitas peringkat *Box Office* melalui penguatan aspek naratif dan visual. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan sumber data. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperkaya data serta mengeksplorasi algoritma lain guna meningkatkan akurasi klasifikasi.

Key words: Analisis Sentimen, ABSA, IMDb, SGD, SVM

Pendahuluan

Film "*The Wild Robot*" (Gambar 1) merupakan film *non-franchise* yang diadaptasi dari novel karya Peter Brown yang di sutradarai oleh Chris Sanders, yang dikenal sukses melalui karya-karyanya seperti *Lilo & Stitch* (2002) dan *How to Train Your Dragon* (2010) [1]. Selain itu, film "*The Wild Robot*" juga sukses meraih penghargaan *Truly Moving Picture Award* di ajang *Heartland Film*. Penghargaan film ini tidak luput dari perusahaan yang memproduksi yaitu DreamWorks Animation [2]. Film "*The Wild Robot*" tayang perdana pada tanggal 8 September 2024 di Toronto International Film Festival, sebelum akhirnya dirilis pada beberapa bioskop di Amerika pada tanggal 27 September 2024 [3]. Selanjutnya film "*The Wild Robot*" tayang pada 3.962 bioskop di beberapa negara [4]. Beberapa penonton bahkan mengklaim bahwa film ini mampu membuatnya merenungkan kembali hubungannya dengan teknologi dan alam karena film ini bukan hanya sekadar film keluarga, tetapi juga karya seni yang menginspirasi serta mendidik [5]. Adapun prestasi film "*The Wild Robot*" pada saat Annie Awards, film tersebut mampu menyapu bersih kemenangan dengan mendapatkan sembilan kemenangan termasuk menjadi film terbaik [6].



Gambar 1. Poster Film *The Wild Robot*

Date ~	DOW	Rank C	Daily	%t YD	%t LW	Theaters C	Avg C	To Date C	Day
Sep 27	Friday	1	\$11,197,075	-	-	3,962	\$2,826	\$11,197,075	1
Sep 28	Saturday	1	\$14,405,440	+28.7%	-	3,962	\$3,635	\$25,602,515	2
Sep 29	Sunday	1	\$10,187,635	-29.3%	-	3,962	\$2,571	\$35,790,150	3
Sep 30	Monday	1	\$2,295,955	-77.5%	-	3,962	\$579	\$38,086,105	4
Oct 1	Tuesday	1	\$3,123,780	+36.1%	-	3,962	\$788	\$41,209,885	5
Oct 2	Wednesday	1	\$1,822,355	-41.7%	-	3,962	\$459	\$43,032,240	6
Oct 3	Thursday	1	\$2,251,820	+23.6%	-	3,962	\$568	\$45,284,060	7
Oct 4	Friday	2	\$4,926,820	+118.8%	-56%	3,997	\$1,232	\$50,210,880	8
Oct 5	Saturday	2	\$8,153,915	+65.5%	-43.4%	3,997	\$2,040	\$58,364,795	9
Oct 6	Sunday	2	\$5,815,330	-28.7%	-42.9%	3,997	\$1,454	\$64,180,125	10
Oct 7	Monday	2	\$1,299,670	-77.7%	-43.4%	3,997	\$325	\$65,479,795	11
Oct 8	Tuesday	2	\$2,077,060	+59.8%	-53.5%	3,997	\$519	\$67,556,855	12
Oct 9	Wednesday	1	\$1,281,615	-38.3%	-29.7%	3,997	\$320	\$68,838,470	13
Oct 10	Thursday	1	\$1,448,720	+13%	-55.7%	3,997	\$362	\$70,287,190	14
Oct 11	Friday	2	\$3,843,625	+165.3%	-22%	3,854	\$997	\$74,130,815	15
Oct 12	Saturday	2	\$5,513,915	+43.5%	-32.4%	3,854	\$1,430	\$79,644,730	16
Oct 13	Sunday	2	\$4,643,405	-15.8%	-20.2%	3,854	\$1,204	\$84,288,135	17
Oct 14	Monday	1	\$3,506,865	-24.5%	+169.8%	3,854	\$909	\$87,795,000	18
Indig. Peoples' Day									

Gambar 2. Tabel Rangking pendapatan Domestik Harian

Berdasarkan gambar 2 "Rangking pendapatan Domestik Harian" pada data dari *Box Office*, film "*The Wild Robot*" mendapatkan peringkat pertama pada tujuh hari pertama penayangannya. Namun, pada hari kedelapan hingga hari dua belas rangking pendapatan domestik harian pada *Box Office* mengalami penurunan menjadi rangking dua dengan penurunan pendapatan sebesar 56% tetapi kembali mendapatkan peringkat pertama pada hari ke tiga belas dan empat belas dan rangkingnya turun kembali pada hari ke lima belas hingga hari ke tujuh belas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya ketidakstabilan performa rangking *Box Office* pada film "*The Wild Robot*". Film ini tidak mampu mempertahankan rangking satu seperti yang terjadi pada seminggu pertama penayangan di bioskop yaitu pada tanggal 27 September 2024 hingga 03 Oktober 2024 [4]. Hal ini menarik untuk diteliti bagaimana sentimen penonton film "*The Wild Robot*" yang merupakan film *non-franchise* sekaligus adaptasi dari novel yang diulas melalui IMDb. Pengambilan data dalam penelitian ini yaitu selama 10 bulan yakni dari bulan September 2024 hingga Juni 2025 yaitu sebelum dan sesudah film ini tayang pada layanan digital [7]. Analisis sentimen memungkinkan peneliti untuk mengekstrak ulasan penonton menjadi dua bagian yaitu sentimen positif dan sentimen negatif yang nantinya akan diberikan label yang sesuai dengan ulasan penonton di IMDb dan analisis sentimen ini berguna untuk melihat ulasan yang mempunyai kutipan ambigu yang diawali dengan menggunakan teknik *preprocessing* merupakan proses persiapan serta transformasi data dari data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami. Pada penelitian ini menggunakan tiga tahap proses *preprocessing* yaitu *lowercasing*, *removing stopwords*, dan *lemmatization* [8].

Disisi lain, penelitian ini menggunakan VADER untuk melihat aspek dominan menggunakan metode ABSA pada tujuh aspek yaitu *character*, *mise-en-scène*, *conflict*, *editing*, *location*, *sound*, dan *cinematography* yang memiliki sentimen positif dan negatif pada ulasan yang akan memungkinkan perusahaan untuk memperkuat maupun memperbaiki film tersebut [9]. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka peneliti memberi judul penelitian ini: "Analisis Sentimen Film *The Wild Robot* Berdasarkan Ulasan di IMDb".

Tinjauan Pustaka

Manajemen

Manajemen merupakan sebuah seni untuk mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama dalam suatu organisasi atau bisnis yang efektif dan efisien [10] dan manajemen merupakan proses yang digunakan pada suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi dengan

berbagai macam proses yang saling melengkapi satu sama lainnya [11].

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan sebuah sistem keseluruhan dari aktivitas bisnis yang diperuntukkan untuk menyusun, menetapkan harga, dan promosi serta menyalurkan barang yang dapat memenuhi kebutuhan dan meraih sasaran pasar serta tujuan perusahaan [12] dan manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dalam penetapan harga, promosi, hingga distribusi ide, barang, serta jasa untuk memenuhi tujuan individu dan perusahaan [13].

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses dimana konsumen memilih, membeli, menggunakan, atau mendorong produk serta layanan [13]. Adapun pengertian lainnya yaitu perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan hingga proses psikologis yang dapat mendorong tindakan tersebut dari sebelum membeli, pada saat membeli, menggunakan hingga pada saat menghabiskan produk ataupun jasa [14].

Online Customer Review

Ulasan konsumen secara daring merupakan proses dimana pengguna memberikan umpan balik di suatu platform [15] dan rekomendasi ulasan daring sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen [13].

Big Data

Big data merupakan istilah umum yang digunakan pada data yang ukurannya terlalu besar dan biasanya bersifat kompleks yang mungkin terstruktur atau tidak terstruktur [16] dan *big data* merupakan sekumpulan data yang mempunyai volume, kecepatan yang sulit untuk dikelola, diproses, serta dilakukan analisis menggunakan data base tradisional [17].

Natural Language Processing (NLP)

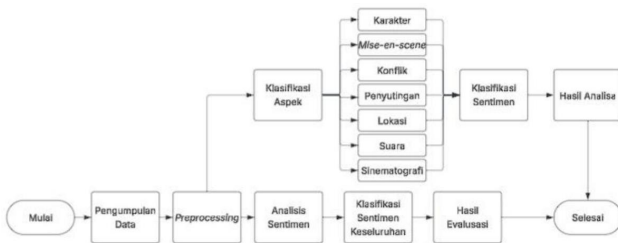
Natural Language Processing atau yang biasa disebut NLP merupakan bidang kecerdasan buatan yang membantu komputer dalam memahami teks manusia [16] dan NLP merupakan bagian dari kecerdasan buatan yang menitikberatkan pada interaksi antara komputer dan manusia dengan menggunakan bahasa alami [18].

Text Mining

Text mining merupakan pendefinisian teks yang menggunakan istilah kunci agar dapat memperoleh wawasan yang bermakna dan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh peneliti [16] dan *text mining* merupakan proses untuk mendapatkan informasi yang berkualitas tinggi dari teks dengan memperhatikan pola [19].

Analisis Sentimen

Analisis sentimen merupakan proses menganalisis teks untuk menentukan apakah sentimen yang terkandung di dalamnya bersifat positif, negatif, atau netral [16] dan analisis sentimen terdiri dari berbagai macam komponen yaitu listener yang merupakan komponen yang terhubung ke aplikasi/web dengan API, *storm spout* yang berisi kutipan ulasan, *storm bolt* untuk menganalisis dan menghitung sentimen [17].



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

Support Vector Machine (SVM)

Support Vector Machine atau yang biasa disebut SVM merupakan salah satu teknik *machine learning* yang berguna untuk melakukan klasifikasi linear dan non linear hingga regresi [16] dan SVM pada tahap awal berfokus untuk menentukan titik yang terdekat dengan *hyperplane* pemisah antara dua kategori yaitu positif dan negatif [20].

Stochastic Gradient Descent (SGD)

Stochastic Gradient Descent atau yang biasa disebut dengan SGD merupakan algoritma pengoptimalan populer untuk melatih model *machine learning* [21]. Sedangkan, menurut sumber lain SGD merupakan sebuah pendekatan yang sederhana dan efisien pada saat melakukan klasifikasi secara linear menggunakan pembelajaran diskriminatif [22].

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3 berikut.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang berupa tekstual dari pengguna IMDb pada ulasan di film "*The Wild Robot*" dengan kurun waktu 10 bulan pengumpulan data, yaitu dari September 2024 hingga Juni 2025. Data tersebut mencakup 951 ulasan yang menggunakan Bahasa Inggris. Panjang masing-masing teks ulasan tersebut sangat bervariasi.

Teknik Analisis Data

1. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan *Instant Data Scarper*. Merupakan sebuah ekstensi dari Google Chrome yang dapat mengekstrak data dari halaman web yang dinamis seperti IMDb [23].

2. Preprocessing

Preprocessing data merupakan tahap awal dalam pengelolaan data mentah agar dapat digunakan dalam analisis atau model *machine learning* [24]. Pada penelitian ini terdapat tiga tahap *preprocessing* yaitu, sebagai berikut:

a. Lowercasing

Lowercasing merupakan proses untuk mengubah ulasan dari huruf kapital menjadi huruf kecil [8].

b. Removing Stop Words

Removing stop words merupakan proses untuk menghapus kata-kata yang tidak berguna dalam analisis sentimen [8].

c. Lemmatization

Lemmatization merupakan proses untuk mengubah kata ke bentuk dasarnya [8].

Table 1. Confusion Matrix

		Nilai Prediksi	
		Positif	Negatif
Nilai Aktual	Positif	TP	FN
	Negatif	FP	TN

3. Analisis Sentimen

Pada tahap ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen ulasan film "*The Wild Robot*" dari IMDb ke dalam kelas sentimen positif atau negatif. Setelah melakukan pelabelan pada ulasan, kemudian peneliti mengetahui aspek dominan pada film "*The Wild Robot*" menggunakan metode ABSA [8].

a. Klasifikasi Hasil Evaluasi SVM dan SGD

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi dan menghitung akurasi dan F1-Score dengan menggunakan Confusion Matrix, yang merupakan teknik penilaian yang digunakan untuk mengukur seberapa baik kinerja metode klasifikasi metode. Dalam mengukur metode klasifikasi metode terdapat empat nilai prediksi dan nilai aktual yaitu True Positive (TP) prediksi positif dan nilai aktual positif, True Negative (TN) prediksi negatif dan nilai aktual negatif, False Positive (FP) prediksi positif, tetapi nilai aktual negatif, dan False Negative (FN) prediksi negatif, tetapi nilai aktual positif [25]. Untuk mengukur performa dari hasil nilai prediksi model dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

- (i) Akurasi berguna untuk mengukur sejauh mana nilai prediksi cocok dengan nilai aktual dalam keseluruhan data [26].

$$accuracy = \frac{TP + TN}{TP + TN + FP + FN} \quad (1)$$

- (ii) Precision berguna untuk mengukur seberapa akurat model dalam memprediksi kelas positif dan juga untuk mengidentifikasi False Positive dalam evaluasi kinerja model [26].

$$precision = \frac{TP}{TP + F} \quad (2)$$

- (iii) Recall berguna untuk mengukur seberapa banyak model yang dapat mengidentifikasi nilai Actual Positive dengan benar dan mengkategorikannya sebagai True Positive. Recall juga menjadi metrik penting untuk mengevaluasi kinerja model ketika nilai False Negative besar [26].

$$recall = \frac{TP}{TP + FN} \quad (3)$$

- (iv) F1-Score berguna untuk mengukur rata-rata harmonis dari nilai precision dan recall, yang memberikan keseimbangan antara keduanya [26].

$$f1 \text{ score} = 2x \frac{\text{precision} \times \text{recall}}{\text{precision} + \text{recall}} \quad (4)$$

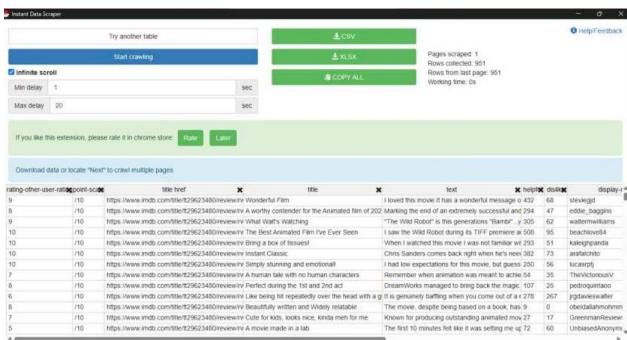
4. Analisis Sentimen Berdasarkan Aspek

a. Klasifikasi Aspek

Pada tahap ini dilakukan klasifikasi aspek berdasarkan kata kunci. Proses ini tidak menggunakan algoritma pembelajaran mesin, melainkan pendekatan berbasis kata kunci tertentu pada tujuh aspek yaitu karakter, mise-en-scène, konflik, penyuntingan, lokasi, suara, dan sinematografi [9].

b. Klasifikasi Sentimen

Setelah itu, menggunakan metode VADER (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner). Metode yang dirancang untuk menganalisis sentimen positif dan negatif pada teks ulasan [9].



Gambar 4. Pengumpulan Data

Table 2. Hasil *Preprocessing* Pada Text Ulasan

Text Ulasan	<i>lowercasing</i>	<i>stopword removal</i>	<i>lemmization</i>
<i>I heard nothing</i>	<i>i heard nothing</i>	<i>heard nothing</i>	<i>heard nothing</i>
<i>but the greatest</i>	<i>but the greatest</i>	<i>greatest things</i>	<i>greatest thing</i>
<i>things about..</i>	<i>things about..</i>	<i>movie leading..</i>	<i>movie leading..</i>

Table 3. Jumlah Analisis Sentimen Keseluruhan

Positif	870(91%)
Negatif	81(9%)

c. Hasil Analisa

Hasil analisis menunjukkan variasi sentimen pada masing-masing aspek film. Temuan ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kekuatan utama film. Ataupun aspek mana saja yang perlu ditingkatkan, baik dalam proses produksi maupun promosi film [9].

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Data

Penelitian ini memanfaatkan data sekunder yang berupa tekstual dari pengguna IMDb pada ulasan di film "The Wild Robot" dengan kurun waktu 10 bulan pengumpulan data, yaitu dari September 2024 hingga Juni 2025. Data tersebut mencakup sekitar 951 ulasan yang menggunakan Bahasa Inggris. Panjang masing-masing teks ulasan tersebut sangat bervariasi yang mencerminkan keragaman ekspresi dan penilaian pengguna terhadap film.

Hasil Pengolahan Data

1. Pengumpulan Data

Visualisasi pengumpulan data dapat dilihat pada gambar 4 di atas ini.

2. *Preprocessing*

Hasil *Preprocessing* dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

3. Analisis Sentimen

a. Jumlah Ulasan Positif dan Negatif

Jumlah ulasan positif dan negatif tersaji dalam tabel 3 berikut.

b. Klasifikasi Hasil Evaluasi SVM dan SGD

Pada tabel 4 Hasil nilai prediksi model SVM dan SGD, menunjukkan bahwa SGD mempunyai performa yang lebih baik dibandingkan.

4. Analisis Sentimen Berdasarkan Aspek

a. Jumlah Ulasan Positif dan Negatif Berdasarkan Aspek

Berdasarkan Tabel 6 "Jumlah Ulasan Positif dan Negatif Berdasarkan Aspek" yaitu aspek konflik memiliki jumlah kalimat terbanyak

Table 4. Hasil nilai prediksi model SVM dan SGD

	SVM	SGD
Akurasi	91%	91%
F1-Score	87%	88%

Table 5. Jumlah Ulasan Positif dan Negatif Berdasarkan Aspek

Aspek	Positif	Negatif
Character (karakter)	553 (87%)	82 (13%)
Cinematography (Sinematografi)	343 (96%)	16 (4%)
Conflict (Konflik)	1172 (88%)	154 (12%)
Editing (Penyuntingan)	238 (89%)	31 (11%)
Location (Lokasi)	438 (89%)	56 (11%)
Mise-en-scène	307 (90%)	35 (10%)
Sound (Suara)	338 (95%)	16 (5%)

yaitu 1326 kalimat, dengan 1172 kalimat positif (88%) dan 154 kalimat negatif (12%). Selanjutnya, aspek karakter memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 769 kalimat, dengan 669 kalimat positif (87%) dan 100 kalimat negatif (13%). Selanjutnya, aspek sinematografi memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 359 kalimat, dengan 343 kalimat positif (96%) dan 16 kalimat negatif (4%). Selanjutnya, aspek penyuntingan memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 269 kalimat, dengan 238 kalimat positif (88%) dan 31 kalimat negatif (12%). Selanjutnya, aspek lokasi memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 494 kalimat, dengan 438 kalimat positif (89%) dan 56 kalimat negatif (11%). Selanjutnya, aspek mise-en-scene memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 307 kalimat, dengan 307 kalimat positif (90%) dan 35 kalimat negatif (10%). Dan terakhir, aspek suara memiliki jumlah kalimat terbanyak yaitu 354 kalimat, dengan 338 kalimat positif (95%) dan 16 kalimat negatif (5%).

Berdasarkan analisis sentimen berbasis aspek, diketahui bahwa aspek sinematografi mendapatkan persentase sentimen positif paling tinggi, hal tersebut menandakan bahwa visual, pencahayaan, dan teknik pengambilan gambar dalam film "The Wild Robot" sudah sangat diapresiasi penonton dan menjadi kekuatan utama film. Aspek konflik juga menunjukkan dominasi sentimen positif, tetapi sekaligus juga menjadi aspek yang paling sering dikritik, hal tersebut menandakan adanya kompleksitas persepsi penonton terhadap alur cerita. Sebaliknya, aspek karakter memperoleh persentase sentimen negatif tertinggi, hal tersebut mengindikasikan perlunya penguatan dalam pengembangan tokoh, kedalaman emosi, dan penyampaian narasi karakter. Aspek-aspek lain seperti mise-en-scène, penyuntingan, lokasi, dan suara menunjukkan sebaran sentimen yang lebih berimbang, tetapi tetap dapat diperhatikan lebih lanjut untuk mendukung pengalaman menonton yang menyeluruh. Dengan demikian, peningkatan kualitas film dapat difokuskan pada penguatan narasi karakter, pematangan konflik, dan mempertahankan kualitas sinematografi sebagai elemen visual unggulan. Bisa dilihat di tabel 6 "Contoh Ulasan Positif dan Negatif Berdasarkan Aspek"

Analisis Pembahasan

Penelitian ini menyajikan analisis sentimen komprehensif terhadap ulasan daring film "The Wild Robot" yang bersumber dari platform IMDb. Temuan-temuan yang dihasilkan, mulai dari sentimen keseluruhan hingga analisis berbasis aspek dan evaluasi model klasifikasi yang

Table 6. Contoh Ulasan Positif dan Negatif Berdasarkan Aspek

Aspek	Positif	Negatif
Character (Karakter)	"actor voice roz animal perfect."	"motif ... artificiality talking animal exotic alien believable ..."
Cinematography (Sinematografi)	"make monet painting set ... miyazaki 's forest certain shot ..."	"visual part also cut previous work studio."
Conflict (Konflik)	"story amazing perfectly executed."	"expecting storyline movie follow storyline book ... taken wrong opinion."
Editing (Penyuntingan)	"editing: good helped make movie feel highbudget."	"pacing issue feel bit forced."
Location (lokasi)	"background animation lush, painterly like miyazaki."	"concept death ... still kill ."
Mise-en-scène	"visuals ... painterly like miyazaki."	"gosling ...shunned goose child monster..."
Sound (Suara)	"sound: good used well help show world."	"music ruining everything , match scene."

memiliki urgensi dan implikasi bagi manajemen bisnis di industri perfilman, khususnya dalam manajemen pemasaran dalam pengembangan produk dan pengambilan keputusan yang strategis. Perlu dicatat bahwa penggunaan data dari satu platform yaitu IMDb dapat memiliki keterbatasan dalam generalisasi temuan ke seluruh populasi penonton atau platform ulasan lainnya, dan fokus pada ulasan berbahasa Inggris mungkin tidak sepenuhnya menangkap spektrum sentimen dari penonton global yang memiliki perspektif bahasa yang beragam. Selain itu, periode pengumpulan data yang spesifik (September 2024 hingga Juni 2025) bisa berbeda dari persepsi jangka panjang jika melebihi bulan Juni 2025. Pada penelitian ini, proses *preprocessing* seperti *lowercasing*, *stopword removal*, dan *lemmatization* yang membantu menghasilkan representasi data teks yang lebih bersih dan terstruktur. Langkah ini penting untuk meningkatkan akurasi dalam proses klasifikasi sentimen. Hasil klasifikasi menunjukkan bahwa 91% ulasan tergolong positif, yang mengindikasikan bahwa film ini memperoleh respons emosional yang kuat dan dominan dari penonton. Hal ini sejalan dengan artikel yang mengklaim bahwa film ini mampu membuat penonton terpukau [5].

Dari perspektif manajemen pemasaran, angka ini merupakan aset yang sangat krusial dan berpotensi besar dalam mendorong ulasan positif yang merupakan salah satu faktor paling berpengaruh dalam keputusan penonton. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ulasan positif ini dapat mencerminkan bagaimana penonton memberikan makna melalui interpretasi dan perspektif individual [27]. Terakhir, hasil perbandingan model klasifikasi menunjukkan bahwa model SGD memiliki performa yang sedikit lebih unggul dibandingkan model SVM dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan film "*The Wild Robot*" dalam penelitian. Meskipun dominasi positif sangat terasa, analisis sentimen negatif juga memberikan nuansa penting. Sejalan dengan tingginya volume diskusinya secara keseluruhan, aspek konflik juga tercatat sebagai aspek dengan jumlah absolut kalimat negatif terbanyak yaitu 154 dari 1172 kalimat. Hal tersebut wajar karena aspek konflik merupakan aspek yang paling banyak dibahas juga, sehingga berpotensi mendapatkan lebih banyak variasi ulasan, termasuk kritik. Namun, jika dilihat dari proporsi kritik tertinggi relatif terhadap total pembicaraan masing-masing aspek, maka karakter menjadi yang paling menonjol dengan 13% sentimen negatif atau 100 dari 769 kalimat. Berdasarkan tabel 6 "Contoh Ulasan Positif dan Negatif" pada aspek konflik contoh kalimat positifnya yaitu seperti naratif yang solid dan kemampuan membangun ikatan emosional. Dari temuan tersebut menunjukkan bahwa film "*The Wild Robot*" mempunyai brand promise yang kuat terhadap keunikan cerita dan kekuatan emosional yang dirasakan oleh penonton. Namun, menurut Haque-Fawzi dkk., [28] *brand*

promise bersifat sementara dan dapat kehilangan relevansinya apabila tidak didukung oleh *brand purpose* yang lebih bermakna.

Di sisi lain terdapat ulasan negatif yang bisa memberikan insight yang krusial untuk menjaga stabilitas peringkat film di *Box Office*. Salah satu contoh kalimatnya mengenai ketidaksesuaian cerita dengan novelnya. Ulasan ini, sebagaimana yang dibahas oleh Wahyu febrian, [29] bahwa ketidak konfirmasiannya ekspektasi pada film adaptasi dari novel dapat menimbulkan kekecewaan pada penggemar yang loyal pada isi cerita dalam novel tersebut. Untuk mengelola ekspektasi dengan lebih baik, diperlukan tiga pendekatan manajerial utama yaitu pertama, pemanfaatan parateks secara cermat menjadi krusial karena ini akan mencakup framing yang jelas dalam materi promosi misalnya, dengan menambahkan "terinspirasi oleh novel" bukan "adaptasi setia", transparansi dari tim kreatif mengenai visi dan alasan di balik pilihan adaptasi melalui wawancara atau fitur *behind-the-scenes*, serta memastikan klip promosi secara akurat merefleksikan nada dan gaya film yang sebenarnya, bukan menjanjikan kesetiaan harfiah jika tidak demikian [30]. Kedua, meskipun melakukan inovasi dalam adaptasinya, perusahaan tetap berupaya untuk tetap menghormati esensi emosional novel yang sering kali lebih dihargai penonton daripada detail pada plot. Oleh karena itu, fokus pada pemertahanan tema inti dan karakterisasi esensial dapat menjembatani potensi kekecewaan [31].

Ketiga, keterlibatan dengan komunitas penggemar dan influencer memegang peran penting baik untuk pada saat pertama kali tayang maupun saat menjaga stabilitas minat penonton. Adapun, langkah pralilis seperti penayangan eksklusif di festival film sebagaimana dilakukan DreamWorks di Toronto Film Festival yang mendukung pencapaian peringkat pertama di minggu awal yang berhasil membangun momentum awal [32]. Oleh karena itu, untuk mengatasi potensi ketidakstabilan peringkat setelahnya, keterlibatan komunitas yang berkelanjutan menjadi krusial. Dialog aktif, respons terhadap umpan balik yang muncul dalam komunitas, dan mobilisasi penggemar sebagai advokat dapat membantu mempertahankan ulasan positif dan memitigasi dampak kritik, sehingga berpotensi menjaga kestabilan peringkat. Sebagaimana dinyatakan dalam penelitian sebelumnya bahwa persepsi pengguna memainkan peran penting dalam strategi perbaikan dan komunikasi perusahaan [33]. Tetapi, penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan penelitian yaitu pertama penelitian ini masih berbasis algoritma klasik SVM dan SGD dan belum memanfaatkan model bahasa terkini yang sudah berbasis deep learning seperti salah satu contohnya yaitu menggunakan *Bidirectional Encoder Representations from Transformers* (BERT) yang sudah terbukti secara ilmiah bahwa *deep learning* mempunyai performa yang lebih baik dibanding model klasik [34].

Kedua, jumlah data yang digunakan hanya sedikit dan relatif terbatas. Keterbatasan jumlah data ini dapat mempengaruhi generalisasi hasil. Khususnya dalam mendapatkan variasi opini yang lebih luas dari penonton film "*The Wild Robot*" di platform IMDb. Ketiga, pendekatan aspek dalam analisis sentimen berdasarkan aspek masih menggunakan kata kunci tertentu untuk mengidentifikasi aspek pada film. Sehingga pendekatan ini belum otomatis, dan berisiko kehilangan aspek penting dalam ulasan yang disebutkan secara implisit atau dalam teks ulasan karena mengandalkan kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya [35].

Kesimpulan

Peneliti menyadari terdapat keterbatasan penelitian ada pada data dan metode yang digunakan sehingga, belum tentu dapat digunakan oleh penelitian selanjutnya. Sehingga, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Sentimen penonton terhadap film "*The Wild Robot*" didominasi dengan ulasan positif. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat respons menyenangkan dan menyentuh secara emosional yang kuat terhadap film ini bagi sebagian besar penonton.
2. Aspek yang paling dominan mendapatkan sentimen positif yaitu aspek konflik. Konflik dalam cerita dianggap kuat dan menarik, serta mampu membangun ketegangan emosional yang membuat penonton terlibat secara mendalam. Aspek ini paling sering disebut dalam ulasan positif, baik dari segi kuantitas kemunculan ulasan maupun pujian yang diberikan oleh penonton. Selain aspek konflik, adapun aspek sinematografi mencatat proporsi pujian tertinggi menunjukkan apresiasi penonton terhadap kualitas produksi visual.
3. Aspek yang paling dominan mendapatkan sentimen negatif juga berasal dari aspek konflik. Kritik umumnya dari penonton yang membandingkan film dengan novel aslinya dan merasa bahwa penyampaian konflik dalam film kurang sesuai dibandingkan versi novelnya. Sementara itu, dari segi proporsi kritik relatif tertinggi, aspek karakter merupakan aspek yang paling menonjol. Ini menunjukkan bahwa meskipun volume diskusinya lebih kecil, penonton cenderung lebih kritis terhadap aspek tersebut ketika menjadi fokus ulasan.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kualitas film adaptasi di masa depan yaitu dengan mempertahankan kekuatan pada aspek konflik sebagai elemen cerita utama, namun tetap memperhatikan konsistensi serta kedalamannya seperti novel. Kemudian, film adaptasi perlu menjaga kualitas sinematografi karena aspek ini memiliki persentase terbesar pada ulasan positif. Dan terakhir, melakukan perbaikan pada aspek karakter agar mempunyai perkembangan yang jelas dan relevan dengan alur cerita

Daftar Pustaka

1. Ntim Z, Goodfellow M. 'The Wild Robot' Sequel In The Works At DreamWorks With Director Chris Sanders. Deadline. 2024. Available from: <https://deadline.com/2024/10/the-wild-robot-sequel-dreamworks-chris-sanders-dreamworks-animation-1236114190/>.
2. IMDb. The Wild Robot; 2024. Available from: <https://www.imdb.com/title/tt29623480/>.
3. Nuri E. Sinopsis Film The Wild Robot: Kisah Unik Hubungan Teknologi dan Alam Liar; 2024.
4. IMDbPro. Domestic Weekly Box Office Mojo by IMDbPro; 2024. Available from: https://www.boxofficemojo.com/release/r13443949569/weekly/?ref=bo_r1.tab#tabs.
5. Rijaldi AWA. The Wild Robot: Menggugah Emosi dan Imajinasi dalam Dunia Robot; 2024. Available from: <https://www.rri.co.id/hiburan/1043874/the-wild-robot-menggugah-emosi-dan-imajinasi-dalam-dunia-robot>.
6. Lewis H. Annie Awards: 'The Wild Robot' Sweeps Its Categories With Nine Wins, Including Best Feature. The Hollywood Reporter. 2025. Available from: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/2025-annie-awards-winners-list-1236131218/>.
7. Lammers T. 'The Wild Robot' Debuts On Digital Streaming; 2024.
8. Gunawan PH, Alhafidh TD, Wahyudi BA. The Sentiment Analysis of Spider-Man: No Way Home Film Based on IMDb Reviews. Jurnal RESTI. 2022;6(1):177-82.
9. Pandunata P, Nurdiansyah Y, Alfina FD. Aspect-Based Sentiment Analysis of Avatar 2 Movie Reviews on IMDb Using Support Vector Machine. In: E3S Web of Conferences. vol. 448; 2023. p. 02041.
10. Mulyadi. Pengantar Manajemen; 2020.
11. Fakhrurozi M, et al. Pengantar Manajemen. Aikomedia Press; 2024.
12. Yulianti F, Lamsah, Periyadi. Manajemen Pemasaran. Deepublish; 2019.
13. Solomon MR, Russell CA. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson; 2024.
14. Ningsih ER. Perilaku Konsumen; 2021.
15. Maity M. Information as a Service. In: Customer Centric Support Services in the Digital Age. Springer International Publishing; 2024. p. 29-30.
16. Balusamy B, R NA, Kadry S, Gandomi AH. Big Data; 2021.
17. Santoso JT. Analisis Big Data; 2020.
18. Syaftahan P. Apa Itu Natural Language Processing? Pengertian dan Cara Kerjanya; 2024. Available from: <https://aihub.id/pengetahuan-dasar/natural-language-processing>.
19. Deolika A, Luthfi ET. Analisis Pembobotan Kata pada Klasifikasi Text Mining. Jurnal Teknologi Informasi. 2019;3(2).
20. Trianasari N. Analysis of Product Recommendation Models at Each Fixed Broadband Sales Location Using K-Means, DBSCAN, Hierarchical Clustering, SVM, RF, and ANN. Journal of Applied Data Sciences. 2024;5(2):636-52.
21. Tian Y, Zhang Y, Zhang H. Recent Advances in Stochastic Gradient Descent in Deep Learning. Mathematics. 2023;11(3):682.
22. Admojo FT, Sulistya YI. Analisis Performa Algoritma Stochastic Gradient Descent (SGD) Dalam Mengklasifikasi Tahu Berformalin. Indonesian Journal of Data and Science. 2022;3(1):1-8.
23. Arreeras S, Phonsitthangkun S, Arreeras T, Arimura M. Spatial Analysis on the Service Coverage of Emergency Facilities for Fire Disaster Risk in an Urban Area Using a Web Scraping Method: A Case Study of Chiang Rai City, Thailand. Urban Science. 2024;8(3):140.
24. Alghifari F, Juardi D. Penerapan Data Mining Pada Penjualan Makanan dan Minuman Menggunakan Metode Algoritma Naïve Bayes. Jurnal Ilmiah Informatika. 2021;9(2):75-81.
25. Gilbert SA, Sulistyo MI. Analisis Sentimen Berdasarkan Ulasan Pengguna Aplikasi MyPertamina pada Google Playstore Menggunakan Metode Naïve Bayes. Storage: Jurnal Ilmiah Teknik dan Ilmu Komputer. 2023;2(3):100-8.
26. Nurian A, Ma'arif MS, Amalia IN, Rozikin C. Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi Shopee pada Situs Google Play Menggunakan Naive Bayes Classifier. Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan. 2024;12(1).
27. Octavia D, Nasution RA, Yudoko G. A Conceptual Framework for Food Sharing as Collaborative Consumption. Foods. 2022;11(10).
28. Haque-Fawzi MG, Iskandar AS, Erlangga H, Nurjaya, Sunarsi D. Strategi Pemasaran; 2022.
29. Wahyufebrian A. Analisis Continuance Use Intention pada Layanan Streaming Berbayar Netflix Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM); 2022.

30. Ohrvik A. What is close reading? An exploration of a methodology. *Rethinking History*. 2024;28(2):238-60.
31. Khairunnisa NG. Wicked (2024): Kesuksesan atau Kegagalan?; 2024. Available from: <https://www.kompasiana.com/anya9778/67596f80c925c43b7d021193/wicked-2024-kesuksesan-atau-kegagalan>.
32. Hammond P. 'The Wild Robot' Review: Stunning Animation and a Story with Wit, Excitement and Soul. *Deadline*. 2024. Available from: <https://deadline.com/2024/09/the-wild-robot-review-stunning-animation-and-a-story-with-wit-excitement-and-soul-make-this-gorgeous-film-one-from-the-heart-toronto-film-festival-1236081892/>.
33. Trianasari N, Ariyanti M, Mulyani LS. Comparative Analysis of Online Review Platforms: Implication in Electronic Service Quality for Video Players and Editor Apps (YouTube and TikTok); 2023.
34. Sanwal M, Mamoon Mazhar M. Performance Comparison of Machine Learning and Deep Learning Models for Sentiment Analysis of Hotel Reviews. *International Journal of Information Technology and Applied Sciences*. 2023;5(1).
35. Zhang W, Li X, Deng Y, Bing L, Lam W. A Survey on Aspect-Based Sentiment Analysis: Tasks, Methods, and Challenges. *arXiv preprint*. 2022. Available from: <http://arxiv.org/abs/2203.01054>.