

ABSTRAK

Instagram Reels berkembang pesat, namun keberhasilan konten sering hanya diukur melalui *like*, *share*, *views*, dan jumlah komentar, sementara isi komentar yang memuat opini, saran, kritik, dan ide audiens kerap terabaikan, padahal komentar merupakan sumber informasi berharga. Penelitian ini bertujuan untuk mengklasifikasikan aspek komentar *Instagram Reels* secara otomatis menggunakan model *Transformer* IndoBERT dan IndoRoBERTa, sehingga *content creator* dan *brand* dapat memahami isi komentar secara lebih mendalam. Dataset diperoleh dari hasil *scraping* 661 link *Instagram Reels* yang mencakup beragam jenis konten publik di Indonesia, seperti kuliner, ulasan produk, hiburan, edukasi, dan gaya hidup, untuk memperoleh variasi konteks bahasa dan topik. Komentar asli yang belum berlabel diproses dengan bantuan *Large Language Model* (LLM) untuk mempelajari pola bahasa dan menghasilkan data sintesis berlabel. Data sintesis digunakan sebagai data latih, validasi, dan uji setelah pra-pemrosesan, dan model dilatih selama lima *epoch*. Hasil menunjukkan IndoBERT unggul dengan akurasi 92% dan *F1-score* 93%, sedangkan IndoRoBERTa memperoleh akurasi 91% dan *F1-score* 91%. Klasifikasi aspek ini terbukti membantu menganalisis komentar secara rinci dan menjadi dasar rekomendasi strategis bagi *content creator* dan *brand*.

Kata Kunci: *Instagram Reels*, Komentar, Opini Audiens, Klasifikasi Aspek, *Transformer*, IndoBERT, IndoRoBERTa.