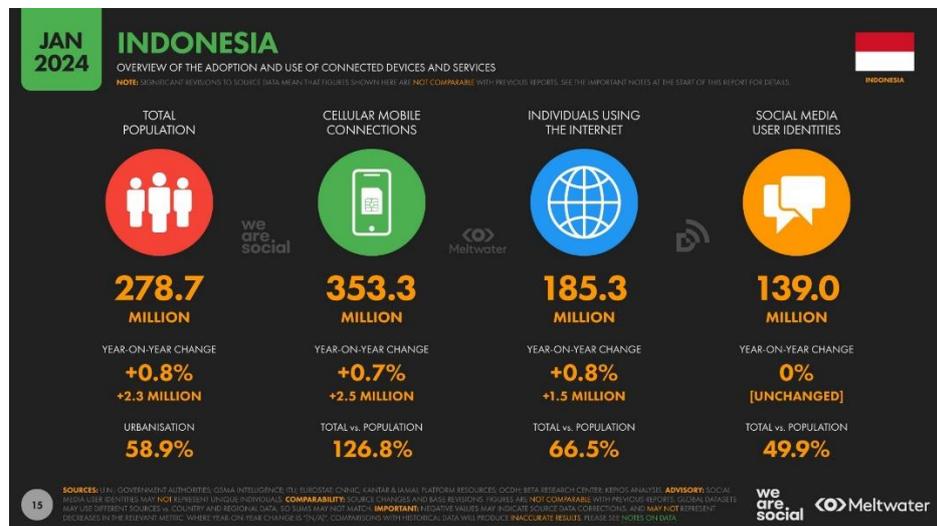


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi pada masa globalisasi ini berjalan sangat cepat, hal ini memberikan pengaruh yang sangat besar pada umat manusia, salah satunya dalam penggunaan internet. Sebagai salah satu produk teknologi, internet menjadi produk yang banyak digunakan oleh masyarakat. Jika sebelum ada internet masyarakat harus berinteraksi secara tatap muka, dengan adanya internet, interaksi sosial dapat menjadi lebih praktis karena dilakukan di dunia maya atau secara *online*. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Meltwater* yang berjudul “Digital 2024”, jumlah pengguna internet di Indonesia sendiri per Januari 2024 telah mencapai 185,3 juta atau sama dengan 66% penduduk di Indonesia yang telah terpapar dengan internet. Dari sejumlah pengguna internet tersebut, 139 juta jiwa atau sekitar 49,9% populasi di Indonesia merupakan seorang pengguna aktif media sosial (Kemp, 2024).



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Sumber: *We Are Social*, 2024)

Pemanfaatan internet pun telah berkembang dengan cepat, yang tadinya hanya sebagai alat komunikasi, sekarang internet juga menjadi elemen yang sulit dipisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan platform media sosial. Terutama pada media sosial dengan tingkat pertumbuhannya yang sangat pesat.

Beberapa dari media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, Twitter atau yang sekarang berubah namanya menjadi X, Facebook, Youtube, TikTok, dan Whatsapp. Dengan banyaknya opsi yang tersedia untuk penggunaannya, persaingan antara aplikasi media sosial ini pun semakin meningkat. Penggunaan media sosial di zaman sekarang ini, banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi dan mengekspresikan diri yang kerap berlebihan, seperti menjadi sarana yang menggantikan kehidupan seseorang di dunia maya. Dengan adanya media sosial, penggunaannya tidak hanya dapat mengirim pesan saja, melainkan juga dapat mengunggah rekaman suara, foto, dan video, berkomentar terhadap unggahan orang lain, mencari teman, koneksi, pekerjaan, mencari pasangan, dan masih banyak lagi.

Beberapa platform media sosial yang sangat diminati oleh milenial dan generasi Z Indonesia adalah Instagram dan X. Menurut laporan Digital 2024, per Januari 2024, pengguna Instagram mencapai angka 100,9 juta pengguna, sedangkan X mencapai 24,69 juta pengguna (Kemp, 2024). X, yang telah ada sejak tahun 2006, terkenal sebagai platform *microblogging* yang digunakan untuk berbagai keperluan seperti berbagi cerita, memberikan opini, berjualan, dan menyampaikan informasi melalui pesan teks. Dengan batasan 280 karakter untuk pengguna *non-subscriber* dan 14000 karakter untuk pengguna *subscriber*, X memiliki fitur utama bernama *retweet* untuk membantu pengguna memberikan konteks tambahan jika dalam satu unggahan telah mencapai batas karakternya (Anastasya, 2021). Selain X, Instagram juga menjadi pilihan utama di dunia media sosial sejak 2010. Instagram memungkinkan penggunaannya mengunggah foto dan video dengan teks tambahan (Liany, et al., 2021). Pengguna dapat saling berinteraksi, memberikan dukungan dengan menyukai dan berkomentar, serta berkomunikasi melalui teks pesan atau video.

Pada tanggal 5 Juli 2023, Instagram meluncurkan aplikasi baru bernama "*Threads, an Instagram app*" yang memiliki fitur utama yang serupa dengan fitur *retweet* milik X. Peluncuran ini menciptakan sensasi besar di media sosial, dengan aplikasi baru tersebut berhasil mencatat lebih dari 50 juta unduhan pada *Google Play Store* hanya dalam beberapa hari setelah peluncurannya. Dilansir dari CNBC Indonesia (Dewi, 2023), aplikasi *Threads, an Instagram app* (atau disingkat

menjadi *Threads*), dapat disebut sebagai aplikasi kloning X yang berbasis teks dari Instagram. Mulai dari antarmuka hingga penggunaannya pun secara umum sangat mirip dengan aplikasi X, unggahan teks dibatasi hingga 500 karakter dan pengguna juga dapat menambahkan foto dan video ke dalam unggahan tersebut, serta membuat balasan dari unggahan pengguna lain. Per Februari 2024, berdasarkan *Google Play Store*, *Threads* berhasil diunduh lebih dari 100 juta kali dengan angka penilaian sebesar 3.9 dari 5 bintang, serta memiliki 381 ribu ulasan yang ditulis oleh pengguna di seluruh dunia. Dalam penerimaannya, aplikasi ini memang mendapat banyak perhatian pada awal perilisan, namun banyak diantara penggunanya yang segera meninggalkan aplikasi ini karena kurangnya fitur dan kemiripan yang terlalu berat dengan aplikasi media sosial X. Sehingga banyak diantara penggunanya yang kembali ke aplikasi X.

Peluncuran *Threads* ini juga disebut sebagai sebuah upaya untuk mengatasi tren pengguna yang meninggalkan X di tengah kontroversi terkait media sosial tersebut di bulan Juli kemarin (Vanian, 2023). Upaya yang disengaja ini membuat jejaring sosial baru tersebut menjadi saingan utama X yang memiliki fitur dan tampilan yang mirip. Penerimaannya di kalangan pengguna media sosial pun sangat luar biasa, hal ini dibuktikan dalam empat jam setelah diluncurkan, *Threads* telah menerima lebih dari lima juta pengguna dan puluhan juta pendaftar di beberapa hari pertama setelah diluncurkan. Hingga Februari 2024, Mark Zuckerberg pun menyatakan bahwa *Threads* telah memiliki lebih dari 130 juta pengguna aktif (Perez, 2024).

Dengan adanya kemiripan yang sangat ekstrim, menjadikan sebuah persaingan yang ketat antar kedua platform media sosial tersebut. Sebagai sebuah pendatang baru dalam dunia media sosial dan langsung menerima perhatian yang banyak, tentunya *Threads* dapat memperhatikan opini pengguna sebagai acuan untuk melakukan pembaharuan dan pengembangan aplikasi. Pada *Google Play Store*, pengguna aplikasi diberikan kesempatan untuk menulis ulasan berupa pendapat atau opini mengenai penilaiannya terhadap aplikasi yang digunakan. Ribuan ulasan yang bersentimen positif dan negatif dapat diproses secara otomatis melalui analisis sentimen, kemudian hasilnya dapat di analisa untuk memberikan solusi dalam meningkatkan aplikasi menjadi lebih baik dan nyaman untuk

digunakan oleh pengguna dan calon pengguna, serta dapat memberikan rekomendasi sebagai pengambilan keputusan untuk para pengembang.

Analisis Sentimen merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi teks dalam dokumen ulasan (atau jenis dokumen lain), sehingga dapat dikategorikan sebagai sentimen positif atau sentimen negatif. Proses pengumpulan data dalam proses analisis sentimen, dilakukan untuk mengatur opini yang tadinya berupa teks menjadi sebuah entitas tertentu, baik itu sebuah produk, layanan, tokoh atau orang, fenomena, dan sebagainya (Sari & Wibowo, 2019). Melalui penelitian sebelumnya oleh (Rahayu et al., 2022) dengan judul “Komparasi Algoritma Naïve Bayes Dan Support Vector Machine (SVM) Pada Analisis Sentimen Spotify” diketahui *accuracy score* untuk penggunaan algoritma *Naïve Bayes* sebesar 86,4%, sedangkan penggunaan SVM mendapat nilai lebih kecil sebesar 84%. Kemudian diikuti dengan penelitian yang berjudul “Analisa Sentimen Terhadap Review Fintech Dengan Metode Naive Bayes Classifier Dan K-Nearest Neighbor” yang dilakukan oleh (Surohman et al., 2020) yang menghasilkan nilai akurasi untuk algoritma *Naïve Bayes* sebesar 84,85% sedangkan algoritma KNN lebih kecil, yaitu 82,92%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai penggunaan metode algoritma *Naïve Bayes* dalam membangun model klasifikasi untuk menganalisis sentimen ulasan pengguna menggunakan data ulasan yang diperoleh dari *Google Play Store*, dapat dilihat bahwa algoritma *Naïve Bayes* cocok untuk dijadikan sebagai metode untuk penelitian ini karena tingkat akurasi yang kerap memiliki nilai lebih besar dibandingkan dengan jenis algoritma lainnya. Maka dari itu, akan dilakukan analisis masalah terkait *review* pengguna aplikasi *Threads* pada platform *Google Play Store* dan melihat bagaimana performa dari algoritma *Naïve Bayes* yang dihasilkan pada penelitian ini. Kemudian, dari hasil analisis dapat dijadikan sebagai rekomendasi dan saran untuk aplikasi *Threads* guna mengembangkan aplikasi kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan rumusan masalah di penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana sentimen pengguna terhadap kualitas performa dan layanan aplikasi *Threads*?
2. Bagaimana algoritma *Naïve Bayes* digunakan untuk membangun model klasifikasi sentimen positif dan negatif dari ulasan pengguna aplikasi *Threads* di *Google Play Store*?
3. Bagaimana kinerja dari model klasifikasi algoritma *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi sentimen pengguna aplikasi *Threads* di *Google Play Store*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang ada, yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis pengalaman pengguna terhadap performa dan layanan aplikasi *Threads* dan memberikan rekomendasi yang sesuai untuk kepentingan aplikasi berdasarkan sentimen pengguna.
2. Membangun model klasifikasi sentimen positif dan negatif dari ulasan pengguna aplikasi *Threads* di *Google Play Store* menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.
3. Mengetahui kinerja model klasifikasi algoritma *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi sentimen pengguna aplikasi *Threads* di *Google Play Store*.

1.4 Ruang Lingkup

Agar penelitian dapat dilaksanakan sesuai dengan pembahasannya, maka akan dibuat ruang lingkungannya, sebagai berikut:

1. Data yang dianalisis diperoleh dari ulasan pengguna aplikasi *Threads* pada *Google Play Store* di jangka waktu antara Juli 2023 hingga Februari 2024 dengan jumlah ulasan sebanyak 3322 ulasan yang berbahasa Indonesia.
2. Metode klasifikasi yang digunakan adalah algoritma *Naïve Bayes*, spesifiknya salah *Multinomial Naïve Bayes*
3. Pengolahan data menggunakan bahasa pemrograman *Python*.
4. Klasifikasi ulasan pengguna dibagi menjadi 2 kelas, yaitu kelas dengan sentimen positif dan sentiment negatif.

5. Dilakukan visualisasi dengan membuat halaman web dari hasil analisis klasifikasi guna mempermudah dalam pemahaman informasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan informasi mengenai gambaran sentimen pengguna dari aplikasi *Threads* secara mendalam.
2. Memberikan pengetahuan dan referensi kepada pembaca mengenai cara kerja dari algoritma *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi untuk analisis sentimen pada ulasan aplikasi di *Google Play Store*.
3. Meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna saat menggunakan aplikasi *Threads*.
4. Membantu pengembang aplikasi *Threads* untuk mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan aplikasi, mendapatkan rekomendasi dan pertimbangan yang sesuai untuk mengambil keputusan guna meningkatkan aplikasi menjadi lebih baik.

1.6 Luaran Yang Diharapkan

Dari penelitian ini, luaran yang diharapkan adalah:

1. Terbentuknya model klasifikasi algoritma *Naïve Bayes* dari sentimen positif dan negatif pada ulasan aplikasi *Threads* di *Google Play Store*.
2. Memberikan hasil *interface* berupa halaman web untuk visualisasi hasil analisis klasifikasi yang dapat memudahkan pemahaman mengenai sentiment pengguna *Threads*.
3. Memberikan rekomendasi yang berguna untuk pihak pengembang aplikasi *Threads* melakukan perbaikan dan optimasi atau pemeliharaan pada kinerja dan layanan aplikasi.
4. Menjadi acuan untuk peneliti lain dalam melakukan pengembangan serupa di masa yang akan datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang proses penelitian ini, disusunlah sebuah sistematika penulisan agar memudahkan pembaca dalam

memahami isi dari laporan tugas akhir ini. Sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan, dan batasan masalah dari topik penelitian. Dilanjut dengan tujuan, manfaat, dan luaran yang diharapkan dari dijalankannya penelitian ini, serta yang terakhir adalah berisikan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua berisikan tentang penjelasan dari konsep dan teori-teori pendukung dari penelitian sebagai acuan dalam menjalankan penelitian dan penyusunan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, dijabarkan tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan secara terperinci untuk mencapai tujuan dari penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan dari hasil penelitian dan bagaimana tahapan-tahapan yang dijelaskan pada BAB III dieksekusi sehingga diperoleh hasil dari penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab terakhir ini berisi simpulan dari penelitian yang dilakukan dan beberapa saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini, berisi daftar yang mencantumkan judul referensi (buku, jurnal, dan lain-lain), yang disusun dengan *APA style*.