



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran teknologi informasi dan komunikasi sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia di era digital ini. Berbagai teknologi yang dapat dinikmati saat ini, Sebagian besar terhubung dengan internet/*online*. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2021, sekitar 196 juta penduduk atau 73,7 persen dari populasi di Indonesia sudah mendapatkan akses internet[1].

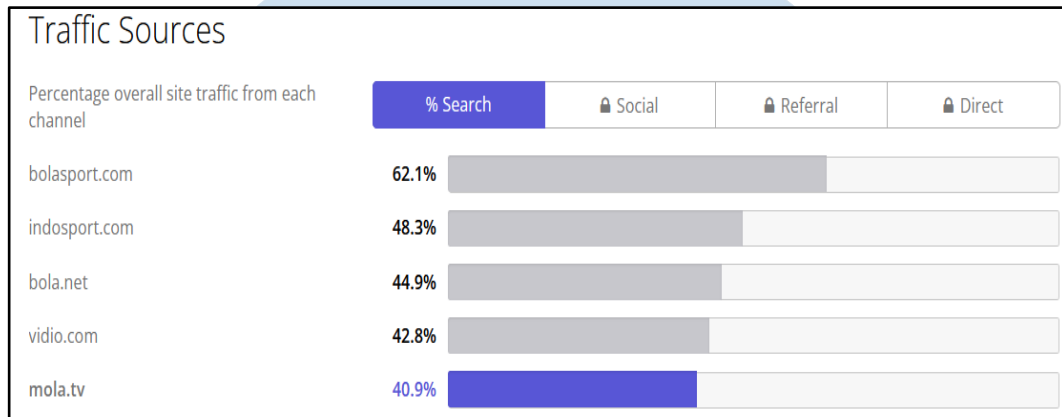
Dengan banyaknya masyarakat di Indonesia yang telah menggunakan internet, MolaTV hadir untuk menjawab kebutuhan pasar di Indonesia akan layanan *video-on-demand* yang menyediakan layanan konten *multimedia* seperti tayangan olahraga, *podcast*, *film* dan lain sebagainya.

Didirikan pada tahun 2019, MolaTV merupakan perusahaan yang merupakan bagian dari anak usaha Polytron, sebuah raksasa teknologi asal Indonesia. MolaTV menyajikan konten-konten digital yang lebih lengkap dan baru/*fresh* dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan sejenis yang sudah ada sebelumnya.

MolaTV juga secara resmi merupakan pemegang hak siar berbagai macam lisensi olahraga dan juga berkerjasama dengan berbagai asosiasi olahraga di Indonesia. Disamping itu MolaTV juga berkolaborasi dengan puluhan stasiun tv baik dalam maupun luar negeri. Hal ini menjadikan MolaTV sebagai *fastest-growing entertainment network in Indonesia*, dengan pertumbuhan mencapai 100% dan pada awal tahun 2021, MolaTV sudah memiliki 3 juta pelanggan berbayar[2].

MolaTV sebagai *newcomer* sudah dapat bersaing dengan kompetitornya di Indonesia yang terlebih dahulu berkecimpung di industri *sport-entertainment network*, pada gambar 1.1. dapat dilihat jumlah *traffic*/pengunjung dari MolaTV telah mulai menyaingi kompetitor-kompetitornya. Penelitian ini berfokus untuk

melakukan perbandingan analisis sentimen/*sentiment analysis* ulasan masyarakat terhadap layanan MolaTV pada toko aplikasi Google Playstore.



Gambar 1. 1 Top 5 Sport-Entertainment Company Ranking in Indonesia

Menurut Bing Liu, analisis sentimen berkaitan erat dengan penggalian opini dan penting untuk mengembangkan perusahaan ke arah yang lebih baik[3]. Analisis sentimen MolaTV pada Google Playstore bertujuan untuk mengetahui opini dari masyarakat terhadap MolaTV, karena meski mengalami pertumbuhan yang pesat, MolaTV juga menuai berbagai tanggapan positif maupun negatif dalam masyarakat.

Penelitian ini menggunakan data dari ulasan pelanggan MolaTV pada Google Playstore yang dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes*, *Decision Tree* dan *Support Vector Machine (SVM)* akan di klasifikasikan agar menghasilkan tingkat akurasi yang tinggi serta melakukan *text classification* menggunakan *software RapidMiner*. Hasil dari penelitian ini akan menghasilkan sentimen masyarakat terhadap layanan MolaTV yang diklasifikasikan menjadi dua, yaitu positif dan negatif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang ada, maka didapatkan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana hasil akhir dari perbandingan analisis sentiment terhadap MolaTV menggunakan metode *Naïve Bayes*, *Decision Tree* dan *Support Vector Machine (SVM)*?
- 2) Berapakah hasil akhir dari perbandingan analisis sentiment terhadap MolaTV dengan menggunakan nilai *Area Under Curve (AUC)*.
- 3) Bagaimana cara mendapatkan ulasan MolaTV pada Google Playstore yang akan dijadikan sumber data?

1.3 Batasan Masalah

Ada beberapa batasan masalah yang ditemukan pada penelitian ini yaitu:

- 1) Sumber data pada penelitian ini adalah toko aplikasi Google Playstore.
- 2) Metode yang dipakai untuk melakukan analisis sentimen adalah algoritma *Naïve Bayes*, *Decision Tree*, dan *Support Vector Machine*.
- 3) *Case Study*/Studi kasus pada analisis sentimen di penelitian ini adalah tingkat sentimen publik terhadap penyedia layanan MolaTV.
- 4) Dasar dari pemilihan metode yang tepat pada penelitian terhadap layanan MolaTV ini adalah nilai *Area Under Curve (AUC)*.
- 5) Pengumpulan data dilakukan pada toko aplikasi Google Playstore dari tanggal 1 Desember 2020 sampai dengan 1 Desember 2021.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Terdapat juga tujuan dan manfaat penelitian yang akan didapatkan di dalam penelitian ini:

1.4.1 Tujuan Penelitian

- 1) Melakukan klasifikasi opini publik terhadap MolaTV di Indonesia memanfaatkan Google Playstore sebagai sumber data.

- 2) Melakukan perbandingan akurasi terhadap algoritma *Naïve Bayes*, *Decision Tree*, dan *Support Vector Machine (SVM)* sehingga didapatkan algoritma yang tepat untuk menganalisa sentimen pada penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pembelajaran serta acuan untuk penelitian selanjutnya dalam menambah wawasan.
- 2) Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan terhadap MolaTV dalam meningkatkan kualitas layanannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

- 1) BAB I LATAR BELAKANG: Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- 2) BAB II LANDASAN TEORI: Berisi tentang penjelasan teori-teori yang terkait di dalam penelitian ini.
- 3) BAB III METODOLOGI PENELITIAN: Berisi objek penelitian, Teknik pengumpulan data serta alur penelitian.
- 4) BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN: Berisi isi dan penjelasan dari penelitian ini sesuai dengan alur yang telah dibuat.
- 5) BAB V KESIMPULAN DAN SARAN: Berisi tentang simpulan dari penelitian ini serta saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A