

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi yang pesat telah membawa berbagai inovasi, termasuk internet. Internet memungkinkan setiap orang untuk mengakses berbagai sumber informasi dari lokasi yang berbeda, sehingga sangat memudahkan pertukaran informasi [1]. Menurut *Internet World Stats*, berdasarkan laporan dari *databoks.katadata.co.id*, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 76,3% pada Juli 2022, menempati peringkat ke-20 di antara 20 negara Asia dengan tingkat penetrasi internet tertinggi [2]. Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 215,63 juta jiwa dari total populasi 278,69 juta jiwa pada tahun 2022-2023 [3]. Besarnya jumlah pengguna internet membuka peluang munculnya *media online*. Media baru, atau biasa disebut *new media*, mengacu pada alat atau *platform* untuk mengirim pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital dan jaringan komunikasi dan informasi. Seiring berkembangnya media baru, tentunya memiliki karakteristik unik yang berbeda karena adanya konvergensi, termasuk *media online* [4].

*Platform media online* yang saat ini semakin populer adalah *live streaming*. *Live streaming* adalah jenis konten video yang didistribusikan secara langsung melalui internet tanpa melalui proses pengeditan atau produksi setelah disiarkan. *Live streaming* memungkinkan penonton untuk tidak hanya menonton konten, tetapi juga berkomentar dan bereaksi secara *real time* selama siaran berlangsung.

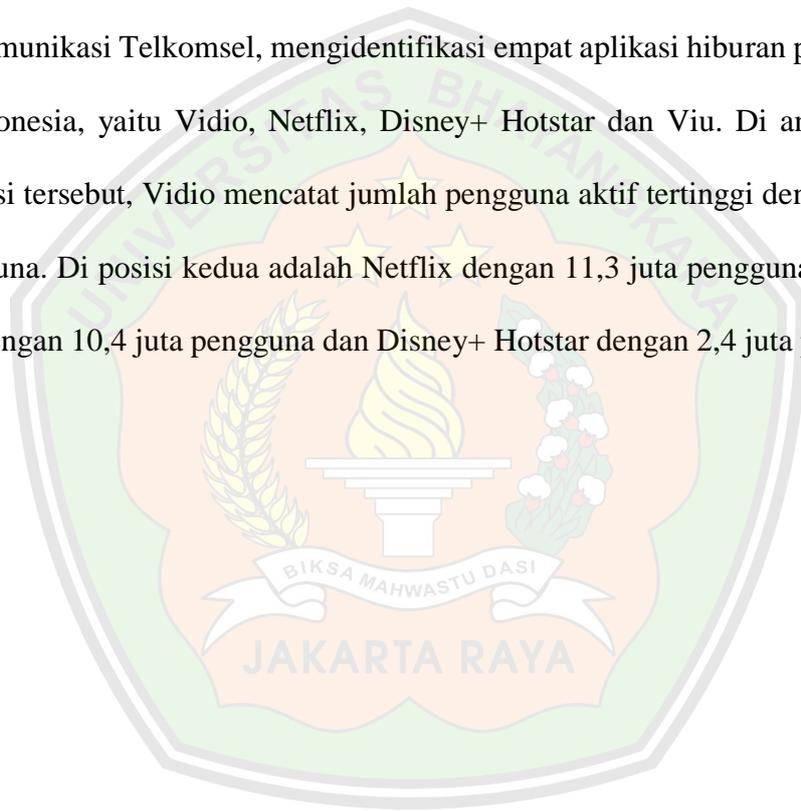
Banyak platform *live streaming* video sekarang berekspansi ke pelayanan *Over The Top* (OTT) [5].

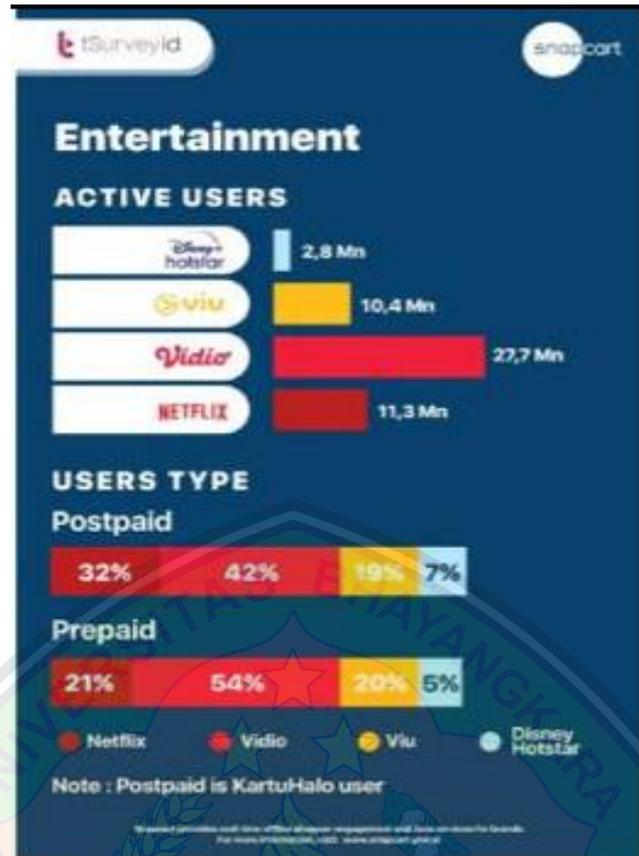
Pelayanan OTT adalah aplikasi yang melengkapi atau menggantikan infrastruktur internet fisik pada operator telekomunikasi. Namun, aplikasi OTT ini tidak disediakan oleh operator telekomunikasi dan penyedia layanan OTT tidak memiliki keterlibatan atau kontrol atas jaringan yang digunakan. Maka dari itu, layanan OTT selalu mengandalkan pada transfer data dari operator telekomunikasi untuk menyediakan layanan mereka [6]. Terdapat berbagai macam operator telekomunikasi di Indonesia, antara lain Telkomsel, XL Axiata, Indosat Ooredoo dan lain sebagainya.

Penyedia layanan OTT di Indonesia berlomba-lomba menawarkan konten *premium* yang dapat disesuaikan dengan target *audiens*. Selain itu, para penyedia layanan OTT juga berusaha menawarkan skema harga berlangganan yang terjangkau. Persaingan ini meningkatkan kebutuhan untuk menerapkan strategi yang berbeda dalam menetapkan harga berlangganan dengan skema yang berbeda untuk menarik pelanggan baru. Tekanan persaingan yang tinggi menimbulkan kesulitan untuk mempertahankan pelanggan, dan *churn* mengacu pada pelanggan yang menjauhi *platform* tersebut dengan mengakhiri langganan mereka setelah jangka waktu tertentu. Pasar OTT di Indonesia tidak hanya didominasi oleh perusahaan global seperti Netflix, Disney + Hotstar, Viu, dan HBO Go, tetapi juga mencakup pesaing lokal seperti Vidio, Vision+, dan RCTI+. Mengingat persaingan yang ketat dalam distribusi konten, penyedia layanan OTT berupaya untuk membangun keunggulan yang kompetitif baik dengan melisensikan konten premium maupun mengembangkan konten orisinal yang dapat menghasilkan

keuntungan yang signifikan [7].

Salah satu *platform* yang menerapkan layanan *Over-The-Top* (OTT) dan menjadi fokus dalam penelitian ini adalah aplikasi Vidio. PT Vidio Dot Com memperkenalkan produknya yang bernama Vidio, *platform Over-The-Top* yang sangat populer di Indonesia [8]. Saat ini, Vidio merupakan bagian dari portofolio perusahaan Emtek. Berdasarkan data Telco 2022, sebuah survei yang dilakukan oleh Snapcart bekerja sama dengan tSurvey.id dari penyedia layanan telekomunikasi Telkomsel, mengidentifikasi empat aplikasi hiburan paling populer di Indonesia, yaitu Vidio, Netflix, Disney+ Hotstar dan Viu. Di antara keempat aplikasi tersebut, Vidio mencatat jumlah pengguna aktif tertinggi dengan 27,7 juta pengguna. Di posisi kedua adalah Netflix dengan 11,3 juta pengguna, diikuti oleh Viu dengan 10,4 juta pengguna dan Disney+ Hotstar dengan 2,4 juta pengguna [9].





**Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Aplikasi Hiburan di Indonesia**  
**Sumber: Liputan6.com (2022), Dokumentasi: Snapcart (2022)**

Hingga 14 Oktober 2023, aplikasi Vidio telah diunduh oleh 50 juta orang dengan *rating* 3,9 dan 645.000 ulasan di *Google Play Store*. Aplikasi Vidio memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memberikan ulasan mengenai kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut. Maksud dari pengumpulan *review* ini adalah untuk menilai kinerja dari aplikasi Vidio serta memberikan dasar untuk perbaikan yang diperlukan. Melihat tingginya jumlah *review* terhadap aplikasi Vidio, maka peneliti akan melakukan penelitian tersebut untuk menilai bagaimana perasaan pengguna (netral, positif dan negatif) terhadap aplikasi Vidio. Oleh karena itu, permasalahan ini menjadi fokus penelitian dalam skripsi saya yang

diberi judul "**Analisis Sentimen Terhadap Aplikasi Vidio di Google Play Store Menggunakan Metode *K-Nearest Neighbor* (KNN)**".

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Mengacu pada penjelasan latar belakang sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan terkait masalah yang akan menjadi pembahasan, yaitu:

1. Proses pengelompokan *review* pengguna aplikasi Vidio ke dalam kategori positif, negatif, dan netral membutuhkan waktu yang tidak sedikit.
2. Hasil performa, terutama pada bagian akurasi dan presisi, mendapatkan hasil yang cukup rendah.
3. Penelitian terkait analisis sentimen terhadap aplikasi *video streaming*, khususnya yang menggunakan metode *K-Nearest Neighbor* (KNN), masih relatif jarang ditemukan dalam literatur penelitian.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Mengacu pada pembahasan identifikasi masalah di atas, maka dari itu rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana implementasi dari metode *K-Nearest Neighbor* (KNN) untuk melakukan proses analisis sentimen pada ulasan pengguna aplikasi Vidio dan bagaimana hasil performa dengan metode *K-Nearest Neighbor* (KNN) dalam proses analisis sentimen ulasan pengguna aplikasi Vidio.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengimplementasikan metode *K-Nearest Neighbor* (KNN) dalam menganalisis sentimen positif, negatif dan netral pada ulasan pengguna aplikasi Vidio.
2. Mengetahui performa yang dihasilkan dari penerapan metode *K-Nearest Neighbor* (KNN) untuk analisis sentimen ulasan aplikasi Vidio.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

#### 1. Bagi Penulis

Dapat memperluas wawasan dan pengetahuan terkait analisis sentimen serta dapat memahami tahapan-tahapan yang harus dilalui dalam proses klasifikasi data dengan metode *K-Nearest Neighbor* (KNN).

#### 2. Bagi Aplikasi Vidio

Dapat menggunakan hasil klasifikasi sentimen untuk memperbaiki apa yang perlu diperbaiki berdasarkan ulasan pengguna serta mengembangkan fitur-fitur yang sudah ada agar menjadi lebih baik dan lebih menarik.

### 1.6 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi lebih jelas dan terarah, maka peneliti membuat batasan permasalahan yang berfokus pada hal berikut:

1. Proses pengklasifikasian sentimen pengguna hanya memakai algoritma *K-Nearest Neighbor* (KNN).
2. Data sentimen akan dikumpulkan melalui ulasan pengguna yang tersedia secara gratis di *Google Play Store*.

3. *Dataset* yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 3000 data.
4. Klasifikasi sentimen menggunakan 3 kategori, yaitu positif, negatif, dan netral.
5. Hanya mengambil ulasan pengguna yang menggunakan bahasa Indonesia.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika ini dibuat untuk memudahkan penyusunan skripsi ini, sehingga perlu ditentukan sistem teks yang baik dan benar. Sistem penulisannya terbagi menjadi beberapa bab, yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan terkait latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi kajian teori, hasil penelitian terdahulu dan konsep terkait.

#### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III memaparkan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, objek penelitian, analisis data, dll.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV memaparkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan beserta pembahasannya.

#### BAB V PENUTUP

Bab V memaparkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian dan saran yang dibutuhkan untuk kelanjutan dari penelitian tersebut.

