

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi digital dan meningkatnya penetrasi internet telah mendorong lonjakan signifikan dalam industri layanan streaming. Aplikasi seperti Amazon Prime Video, Disney+ Hotstar, CatchPlay+, Netflix, dan Viu kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam menikmati konten hiburan secara daring. Selain menyuguhkan video berkualitas tinggi, layanan ini juga menawarkan kemudahan akses melalui berbagai perangkat mobile yang tersedia di platform seperti Google Play Store (Susanto et al., 2022). Perkembangan ini menjadikan pengalaman pengguna sebagai salah satu aspek krusial dalam keberlangsungan dan daya saing layanan streaming (Khoirunnisaa et al., 2024).

Seiring meningkatnya jumlah pengguna, ulasan yang mereka berikan di platform digital menjadi sumber data yang sangat berharga. Ulasan ini tidak hanya mencerminkan kepuasan atau keluhan pengguna, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis oleh pengembang. Melalui analisis sentimen terhadap ulasan pengguna, pengembang dapat mengidentifikasi kebutuhan pengguna, mengevaluasi fitur yang kurang optimal, serta merancang strategi pemasaran yang lebih terarah (Irnawati & Solecha, 2022). Sebagai contoh, jika analisis sentimen menunjukkan peningkatan keluhan terhadap performa aplikasi saat streaming, pengembang dapat memprioritaskan perbaikan teknis sebelum merilis fitur baru (Sanudin et al., 2024).

Namun, analisis sentimen juga menghadapi sejumlah tantangan teknis. Salah satunya adalah keterbatasan algoritma dalam menangkap nuansa bahasa, konteks, atau ironi dalam ulasan. Meskipun algoritma Naïve Bayes cukup populer karena kesederhanaan dan kecepatan komputasinya, pendekatan ini masih rentan terhadap masalah ketidakseimbangan data dan ketergantungan pada kualitas preprocessing. Oleh karena itu, memahami keterbatasan ini menjadi penting untuk menilai hasil secara realistis dan mengarahkan pengembangan metode lebih lanjut.

Beberapa studi sebelumnya telah berhasil mengaplikasikan teknik analisis sentimen berbasis machine learning, khususnya algoritma Naïve Bayes, dalam mengklasifikasikan ulasan aplikasi ke dalam kategori positif dan negatif.

Misalnya, penelitian oleh pada aplikasi Netflix menunjukkan hasil akurasi sebesar 84%, presisi 87%, dan recall 92% setelah dilakukan preprocessing dan pembagian data latih dan uji secara proporsional 80:20 (Suhendra et al., n.d.). Meskipun nilai-nilai ini tergolong tinggi, tidak dijelaskan secara mendalam mengapa recall lebih tinggi dibanding akurasi, yang bisa jadi disebabkan oleh distribusi label yang tidak seimbang. Selain itu, tingginya presisi mengindikasikan bahwa model cukup andal dalam meminimalkan false positive, namun perlu ditinjau apakah performa ini stabil ketika diaplikasikan pada aplikasi lain dengan karakteristik ulasan berbeda.

Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi. Selain itu, sebagian besar studi masih berfokus pada satu platform, seperti Google Play Store, sementara perbandingan dengan platform lain seperti App Store atau media sosial juga masih terbatas dalam literatur. Berbagai aplikasi streaming memiliki karakteristik fitur, strategi konten, serta segmentasi pasar yang berbeda, yang berpotensi memengaruhi pola sentimen pengguna. Oleh karena itu, penting untuk memperluas cakupan penelitian agar mencakup lebih dari satu aplikasi guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh (Kulsum et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen pengguna terhadap lima aplikasi layanan streaming yang tersedia di Google Play Store menggunakan algoritma Naïve Bayes. Proses analisis mencakup tahapan preprocessing data, pembagian data latih dan uji, serta evaluasi hasil klasifikasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pengembang untuk meningkatkan fitur dan layanan, membantu pengguna dalam memilih platform yang sesuai dengan preferensi mereka, serta memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan model analisis sentimen di ranah aplikasi mobile.

hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembang dalam merancang strategi pengembangan fitur yang lebih tepat sasaran, meningkatkan pengalaman pengguna, serta memperkuat posisi layanan mereka di pasar. Bagi pengguna, informasi yang disajikan dapat menjadi referensi dalam memilih aplikasi yang sesuai dengan preferensi pribadi. Dari sisi akademik, studi ini diharapkan memperkaya literatur terkait analisis sentimen berbasis teks ulasan, serta menjadi dasar untuk pengembangan metode yang lebih akurat dan adaptif di masa mendatang (Wahyudi et al., 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam karya ilmiah sebagai berikut ini :

1. Bagaimana cara mengidentifikasi dan menganalisis pola sentiment positif ,dan negatif dari ulasan yang diberikan oleh pengguna aplikasi layanan streaming di google play store?
2. Bagaimana cara menerapkan algoritma Naive bayess pada pola sentimen positif dan negatif dari ulasan yang diberikan oleh pengguna aplikasi layanan streaming di google play store?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan karya ilmiah dilakukan sebagai berikut ini:

1. Membandingkan performa aplikasi layanan streaming berdasarkan ulasan pengguna di Google Play Store, dengan fokus pada aspek kepuasan dan pengalaman pengguna.
2. Menganalisis sentimen yang terkandung dalam ulasan pengguna aplikasi layanan streaming dengan menggunakan algoritma Naive Bayes, guna mengidentifikasi pola sentimen positif dan negatif terhadap kelima aplikasi.

1.4 Manfaat

Manfaat penelitian karya ilmiah ini sebagai berikut ini:

1. Melalui identifikasi sentimen, pengguna dapat memperoleh informasi yang lebih objektif mengenai kelebihan dan kekurangan masing-masing aplikasi. Hal ini memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.
2. Berdasarkan hasil analisis sentimen, pengembang dapat menyesuaikan fitur atau layanan aplikasi sesuai dengan harapan dan keluhan pengguna, yang akhirnya akan meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.