

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era modern ini, banyak sekali informasi yang tersebar luas di dunia internet atau dikenal sebagai dunia maya. Dunia maya menjadi suatu tempat bersosialisasi yang dipilih semua orang, terutama generasi muda saat ini. Dalam dunia maya maya tersebar luas sosial media yang digunakan untuk menggali informasi ataupun sekedar berkomunikasi dengan keluarga, kerabat, teman – teman, atau bahkan dengan seseorang yang belum kita temukan [1].

Aplikasi *tiktok* adalah salah satu platform jejaring sosial yang trending disemua kalangan saat ini, yang tentunya memiliki respon *positive, negative* [2]. Indonesia menjadi peringkat kedua jumlah *tiktok* terbanyak di dunia mencapai 112,97 juta pengguna [3]. Dengan banyaknya pengguna *tiktok* maka tak heran orang memberikan ulasan mengenai aplikasi ini.

Sentiment analysis disebut juga opinion mining, adalah bidang studi yang menganalisis pendapat, sentiment, penilaian, sikap, dan emosi orang – orang terhadap suatu entitas dan atribut mereka yang untkpakan dalam text tertulis[4]. Sehingga dengan menggunakan sentiment ini dapat

membantu menyiratkan opini pengguna terhadap aplikasi tiktok, sehingga individu yang ingin mengunduh atau menggunakan aplikasi tiktok ini dapat mengetahui kualitas aplikasi tiktok ini.

Metode *K-Nearest Neighbor (KNN)* dapat mempermudah dalam proses pengolahannya, komentar akan diekstrak dan di analisis secara otomatis untuk kemudian ditentukan dan diklasifikasikan informasi opini yang terkandung di dalamnya [5]. Dapat diasumsikan jika metode *K-NN* adalah metode dengan tingkat akurasi paling tinggi dibandingkan dengan metode lainnya [6].

Naïve Bayes merupakan merupakan metode untuk klasifikasi text dengan kecepatan pemrosesan yang tinggi didalam data yang besar [7]. Metode *Naïve Bayes* memiliki tingkat akurasi yang baik untuk klasifikasi data text [8]. *Naïve Bayes* dapat digunakan untuk mengklasifikasikan sebuah opini kedalam opini *positive, negative* [9].

Dalam penelitian ini metode *K-Nearest Neighbor (KNN)* dan metode *Naïve Bayes* digunakan untuk melakukan klasifikasi terhadap suatu ulasan pengguna *Tiktok* yang terdapat pada *google play store* sebagai ulasan *positive, negative*, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan akurasi dari metode *K-Nearest Neighbor* dengan *Naïve Bayes*. Berdasarkan masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian agar dapat menyelesaikan masalah yang terjadi dengan mengangkat judul **“SENTIMENT ANALYSIS TERHADAP**

PENGGUNA TIKTOK DI GOOGLE PLAY STORE MENGGUNAKAN METODE *K-NEAREST NEIGHBOR* DAN *NAÏVE BAYES*”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana mengimplementasikan dan menganalisis metode *K-Nearest Neighbor* dan *Naïve Bayes* pada *sentiment analysis* terhadap pengguna *tiktok* di *google play store*?
2. Bagaimana perbandingan dari hasil penerapan metode *K-Nearest Neighbor* dan *Naïve Bayes* pada *sentiment analysis* terhadap pengguna *tiktok* di *google play store*?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar tidak meluasnya pembahasan serta tercapai sesuai dengan tujuan penelitian, maka ditetapkan beberapa batasan masalah antara lain:

1. Data penelitian di ambil dari tanggal 18 Juni 2022, pukul 12:34 - 30 November 2022 pukul 21:55 dengan jumlah data 4402 *sentiment*, diambil dengan menggunakan rumus *slovin*.
2. Sumber *dataset* hanya diambil pada platform Kaggle.com <https://www.kaggle.com/datasets/shivkumarganesh/tiktok-google-play-store-review>.

3. Analisis *dataset* dilakukan menggunakan *Google Colaboratory*, dengan bahasa pemrograman *python*.
4. *Sentiment analysis* menggunakan algoritma *K-Nearest Neighbor (KNN)* dan *Naïve Bayes*.
5. Rentang frekuensi penelitian hanya di ambil 3 bagian yaitu *positive, negative, netral*

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mengimplementasikan metode *K-Nearest Neighbor* dan *Naïve Bayes* pada *sentiment analysis* terhadap pengguna *tiktok* di *google play store*.
2. Mengetahui perbandingan dari hasil penerapan metode *K-Nearest Neighbor* dan *Naïve Bayes* pada *sentiment analysis* terhadap pengguna *tiktok* di *google play store*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diperoleh ini adalah:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang sejauh mana pengguna merasa puas atau tidak puas dengan aplikasi *tiktok*.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui keefektifan metode *K-Nearest Neighbor* dan *Naïve Bayes* pada *sentiment analysis* terhadap pengguna *tiktok* di *google play store*.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

pada sistematika penulisan ini, penulis dapat menjelaskan secara umum apa saja yang akan dibahas dalam setiap bab pada penelitian ini, yang terdiri dari 5 bab yang meliputi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan secara umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, berisi teori-teori dasar mengenai *Data Mining*, *Sentiment analysis*, *Tiktok*, *Google Play Store*, *K-Nearest Neighbor*, *Naïve Bayes*, *Google Colaboratory*, *Klasifikasi*, *Text Preprocessing*, serta Penelitian Sejenis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, berisi penjelasan mengenai kerangka kerja penelitian, proses *data mining*, serta alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : ANALISIS

Pada bab ini, berisikan data berupa grafik, tabel, analisis persiapan data, alasan pemilihan *tools*, serta hasil analisis data pada penelitian ini.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini merupakan penutup dari seluruh penelitian yang berisikan kesimpulan dari seluruh bab, serta saran mengenai penelitian ini.

