

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era digital yang semakin canggih, layanan *streaming* telah merevolusi cara kita mengonsumsi hiburan. Terutama dampak ini terasa pada masa *covid-19*. Dimana layanan bioskop pada gedung-gedung ditutup karena adanya pembatasan membuat sarana hiburan di bioskop sangat dirindukan. Hal ini membuat banyak industri hiburan memutar otak agar layanan bioskop dirumah dapat di hadirkan. Salah satu pemain utama dalam industri ini adalah *Netflix* sebagai *platform streaming* yang sudah hadir sejak 2007, mendominasi pasar dengan menghadirkan beragam konten yang ditawarkan kepada jutaan penggunanya di seluruh dunia. Sebagai perusahaan penyedia layanan streaming, *Netflix*, mencatat penambahan hampir 16 juta pelanggan baru selama pandemi *covid-19* berlangsung. ada juga aplikasi *streaming* lainnya seperti *iflix*, *iQIYI*, *Viu*, *Amazon Prime Video*, dan *Disney+* yang menawarkan berbagai macam konten hiburan kepada penggunanya.

Pada awal bulan Januari tahun 2021, *Netflix* mencatat lebih dari 203,66 juta pelanggan berbayar dari 190 negara dengan pendapatan mencapai 6,6 miliar dolar AS. Prestasi ini menjadikan *Netflix* sebagai pemimpin utama dalam pasar konten vidio digital global di seluruh dunia[1]. *Netflix* dikenal dengan produksi *original* vidionya, yang menambah nilai unik pada pengalaman menonton. *Netflix*

memberikan akses ke berbagai film, acara TV, dokumenter, dan banyak lagi konten yang diproduksi oleh *Netflix*, bekerjasama dengan *sineas global (Global Film Maker)*, menjadi keunggulan dibandingkan dengan langganan *streaming* lainnya. *Netflix* mengundang penontonnya untuk menggali keanekaragaman budaya *global* melalui film-film orisinalnya[2]. Pendapat dan pikiran pengguna sangat penting bagi kesuksesan sebuah platform seperti *Netflix*. Pada penelitian ini *Netflix* dipilih karena popularitasnya yang dominan dalam layanan *streaming*, jumlah pengguna yang besar, dan ragam konten yang ditawarkan, menjadikannya subjek yang relevan untuk memahami preferensi pengguna terhadap layanan hiburan digital. Mengamati perasaan pengguna, apakah itu positif, negatif dapat memberikan informasi berharga tentang bagaimana pengguna merasa tentang layanan, tampilan, dan konten yang diberikan.

Analisis sentimen merupakan bidang penelitian berkelanjutan yang berada diantara berbagai bidang seperti *Data Mining*, *Natural Language Processing (NLP)* dan *Machine Learning* yang berfokus pada ekstraksi sentimen dalam sebuah kalimat berdasarkan isinya. Analisis Sentimen merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menilai atau mengukur nilai sentimen atau opini terhadap suatu objek atau kejadian yang disampaikan dalam bentuk teks. Nilai sentimen ini dapat dikategorikan sebagai positif, negatif, atau netral[3]. Sentimen pengguna memiliki peran kunci dalam membentuk citra dan kesuksesan aplikasi seperti *Netflix*. Opini pengguna mencerminkan aspek pengalaman pengguna, seperti kualitas konten, antarmuka pengguna, kecepatan pemutaran, dan fitur-fitur lainnya. Oleh karena itu, analisis sentimen muncul sebagai alat penting untuk

menggali wawasan tentang bagaimana pengguna merasakan berbagai aspek layanan ini.

Data mining memiliki beberapa metode klasifikasi yang dapat digunakan untuk melakukan analisis sentimen seperti *Naïve bayes*, *K-Nearest Neighbors*, *Support vector machine*. Pada penelitian ini *naïve bayes* dipilih sebagai metode pengklasifikasian analisis sentiment yang akan digunakan. *Metode Naive Bayes* mampu mengkategorikan data berdasarkan kelas-kelasnya terhadap setiap item dalam dataset. Metode yang simpel dengan hasil yang baik untuk mengklasifikasi teks adalah keunggulan *Naïve Bayes Classifier*. Keunggulan lain melakukan klasifikasi dengan *Naïve Bayes* adalah cepat dan akurasi yang tinggi[4]. *Naïve Bayes* membantu dalam mengotomatiskan proses ini dengan mengklasifikasikan ulasan ke dalam kategori sentimen yang berbeda, memungkinkan peneliti dengan cepat mengenali masalah atau kepuasan pelanggan. Namun, *Naïve Bayes* memiliki kekurangan yaitu sensitivitas terhadap atribut yang tidak relevan dan tidak mampu menangkap interaksi kompleks antar fitur. Dari permasalahan yang telah dijelaskan ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tugas akhir agar dapat menyelesaikan masalah yang terjadi dengan mengangkat judul **“Analisis Sentimen Aplikasi Netflix Menggunakan Metode Naïve Bayes”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas,maka dapat diambil rumusan yang akan menjadi pembahasan pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Melihat beberapa banyak sentimen positif dan negatif pada layanan *Netflix* yang ada pada *google playstore*?
2. Menilai bagaimana tingkat akurasi terhadap *Netflix* dengan *naïve bayes*?
3. Bagaimana melakukan pelabelan ulasan yang terdapat pada *google playstore*?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini lebih berfokus dan tidak keluar dari topik pembahasan, Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Data yang digunakan adalah ulasan komentar pengguna aplikasi *Netflix* pada *google play store*.
2. Hanya menggunakan komentar pengguna *Netflix* di Indonesia
3. *Tools* yang digunakan adalah *google colaboratory*.
4. Analisis sentimen menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.
5. Pengambilan data menggunakan teknik *web scrapping* dengan menggunakan *library googleplay scraper*.
6. Data yang digunakan sebanyak 1000 data.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Adapun Tujuan dari penelitian ini :

1. Menganalisis sentimen pengguna pada aplikasi *Netflix* menjadi dua kategori yaitu positif dan negatif menggunakan metode *Naïve Bayes*.
2. Mengukur akurasi model algoritma *Naïve Bayes* dalam menganalisis sentiment aplikasi *Netflix*.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui persepsi dari pengguna aplikasi *Netflix* dalam bentuk ulasan positif maupun ulasan negatif.
2. Mengetahui seberapa optimal metode *Naïve Bayes* dalam pengklasifikasian ulasan pada aplikasi *Netflix*.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Terdapat sistematika penulisan pada penelitian tugas akhir, penulis menjelaskan kedalam beberapa bab yakni:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis mengutip sebuah gagasan dari pakar-pakar yang berhubungan dengan topik permasalahan yang berisikan definisi-definisi yang melandasi penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, menjelaskan mengenai kerangka kerja penelitian, metode pengklasifikasian, pengumpulan data serta alat bantu yang digunakan dalam mengerjakan penelitian

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini, berisi tentang hasil data analisis menggunakan *Naïve Bayes* dengan Bahasa pemrograman I dan *tools* google collaboratory terhadap dataset yang telah tersedia.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup dari seluruh penelitian yang berisikan kesimpulan dari seluruh bab yang ada dan saran yang bersangkutan mengenai penelitian ini.