

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang terus berkembang kini semakin pesat, sampai sekarang aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat semakin mudah dilakukan dikarenakan teknologi digital yang sangat maju. Tidak menutup kemungkinan apabila Indonesia nantinya akan gencar dalam melakukan program-program serta mempercepat perubahan teknologi digital. Perubahan digital ini terus membentuk dan mengubah industri musik serta para pemangku kepentingan, termasuk artis dan layanan *streaming*, terus beradaptasi dengan lingkungan yang berubah ini. Kebiasaan masyarakat memutar lagu yang semula dari album fisik seperti CD dan piringan hitam berganti menjadi memutar lagu pada *platform* digital menjadikan banyaknya *platform* audio bermunculan. Dengan munculnya *platform* audio secara digital yang memiliki keunggulannya masing-masing membuat masyarakat atau pengguna dapat mendengarkan musik dengan mudah kapanpun dan dimanapun. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan bahwa sebesar 35,5% dari populasi pengguna internet yang ada di Indonesia, atau kisaran 46,9 juta orang di Indonesia mendengarkan musik secara *online* (APJII, 2016).

Layanan *streaming* musik menjadi metode paling populer bagi pengguna untuk mendengarkan musik [1]. Bagi seluruh kalangan manusia, musik kerap digunakan sebagai alat untuk mewakili emosi dan perasaan pendengarnya. Demografi pengguna yang mengakses *platform streaming* musik di setiap negara memiliki karakter masing-masing yaitu berdasarkan musisi asal dan lagu yang sedang *trend* atau yang sedang populer [2]. Pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 19-34 tahun sebesar 98,64% dari total pengguna internet di Indonesia yaitu 210 juta manusia. Mereka mengakses *platform streaming* musik sebesar 38,51% dengan menggunakan perangkat telepon genggam sebesar 88,2% dibandingkan dengan mengakses aplikasi tv berbasis internet sebesar 11,10%. Data tersebut didapatkan berdasarkan survei penetrasi dan perilaku

penggunaan internet pada tahun 2022 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) [3].

*Platform Streaming* musik seperti Youtube Music, Spotify, dan Apple Music mengalami peningkatan besar baik dari segi inovasi yang menarik maupun segi layanan [3]. Spotify merupakan salah satu *platform* penyedia musik terpopuler dan terdepan atau bisa dikatakan *platform* penyedia jasa musik nomor satu dengan hampir mendekati angka 422 juta pengguna aktif di setiap bulannya di seluruh dunia [3], [4]. Kepopuleran suatu aplikasi dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya yaitu adanya ulasan atau *review* dari sekelompok orang pada halaman *Appstore* atau *Playstore* yang mana ulasan tersebut dapat mempengaruhi orang lain. Maka dari itu ulasan atau *review* dari pengguna merupakan hal yang penting untuk dijadikan saran atau masukan dan evaluasi bagi *developer* di perusahaan pemutar musik *online* terhadap fitur produk yang telah diluncurkan [5]. Dengan demikian Perusahaan pemutar musik terkhususnya Spotify dapat menjadi lebih baik lagi dan mengedepankan kepuasan pengguna. Ulasan atau *review* pengguna yang telah menggunakan aplikasi ini dapat menjadi indikator terhadap kualitas dari aplikasi tersebut.

Penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Sentimen Terhadap Pemutar Musik Online Spotify Dengan Algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*” oleh Ginabila dan Ahmad Fauzi. Penelitian tersebut menghasilkan tingkat akurasi yang hampir sama baiknya, Algoritma *Support Vector Machine* menghasilkan nilai akurasi sebesar 82,42%, sedangkan untuk Algoritma *Naïve Bayes* mencapai 84,73%. Berdasarkan penjelasan pada penelitian sebelumnya maka pada penelitian ini akan dilakukan analisis sentimen ulasan pada aplikasi spotify menggunakan algoritma *Naïve bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM). Algoritma-algoritma tersebut digunakan untuk membandingkan metode yang menghasilkan nilai akurasi yang lebih baik, untuk mendapatkan nilai akurasi yang lebih baik maka dilakukan optimasi untuk mencoba meningkatkan nilai akurasi dari algoritma-algoritma yang digunakan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana model klasifikasi yang didapatkan menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*?
2. Bagaimana perbandingan nilai Akurasi Algoritma *Naïve Bayes* dengan Algoritma *Support Vector Machine* dalam analisis sentimen ulasan aplikasi Spotify?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Data yang dikumpulkan adalah kalimat ulasan aplikasi Spotify pada layanan *Google Play Store* pada bulan November hingga Desember 2023.
2. Kalimat ulasan pada data menggunakan Bahasa Indonesia.
3. Ulasan yang dianalisis hanyalah ulasan pada *platform* Spotify mobile.
4. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah Python.
5. Metode yang digunakan adalah *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM).
6. Ulasan akan dikelompokkan ke aspek positif, netral dan negatif.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang di angkat pada penelitian ini, tujuan yang akan dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami model klasifikasi yang didapatkan menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine*.
2. Mengetahui perbandingan nilai Akurasi antara Algoritma *Naïve Bayes* dengan Algoritma *Support Vector Machine* dalam analisis sentimen ulasan aplikasi Spotify.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu menganalisis sentimen ulasan aplikasi Spotify menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM)
2. Menjadi bahan evaluasi *developer* aplikasi untuk mengetahui apa saja yang dapat meningkatkan minat dari pengguna untuk menginstall aplikasi Spotify.
3. Dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang analisis sentimen pada industri musik.
4. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian sejenis dalam topik yang serupa.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang disusun oleh penulis dalam penelitian ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi penjelasan secara umum tentang penelitian yang akan dilakukan, mencakup latar belakang, rumusan masalah, batasan, maksud dan tujuan, metode yang digunakan serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, penulis mengulas teori-teori serta temuan-temuan yang relevan dengan penelitian, dan menguraikan konsep dasar analisis dasar, *Naïve Bayes*, *Support Vector Machine* (SVM), serta menjelaskan bagaimana metode-metode tersebut akan diterapkan dalam menganalisis sentimen dari data ulasan pengguna aplikasi Spotify.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan dan diuraikan secara sistematis tentang desain

penelitian yang peneliti gunakan, meliputi teknik pengumpulan data ulasan pengguna Spotify, sampel penelitian yang dipilih, alat yang digunakan untuk menganalisis sentimen, serta langkah-langkah implementasi metode *Naïve Bayes* dan *Support Vector Machine* dalam menganalisis sentimen dari kata ulasan pengguna.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini dijelaskan interpretasi hasil analisis sentimen menggunakan metode *Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* (SVM) serta menyajikan temuan-temuan yang relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, penulis juga membahas dan mengimplementasikan temuan tersebut dengan menggunakan data hasil analisis data yang mana digunakan untuk menguji hipotesis.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini dirangkum temuan-temuan penelitian dan membahas hasil analisis terhadap aplikasi Spotify dan penggunanya di *Google Play Store*. Penulis juga menyajikan saran-saran untuk pengembangan aplikasi Spotify berdasarkan temuan penelitian serta memberikan gambaran untuk peneliti selanjutnya agar lebih melengkapi serta memperluas penelitian ini khususnya untuk penelitian yang memiliki tema yang sama.