

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan suatu hal yang sangat melekat pada masyarakat, sebagai sarana untuk berpergian ke suatu wilayah. Baik itu transportasi publik maupun transportasi online baik roda dua maupun roda empat yang sudah merajalela di negeri kita (Didik et al., 2021). Di jaman yang serba modern seperti saat ini Internet menjadi suatu hal yang sangat umum bagi masyarakat.

Banyak dari masyarakat menggunakan Internet untuk menggunakan aplikasi Gojek untuk berpergian terutama di Ibu kota Jakarta, baik untuk bekerja, sekolah, jalan-jalan, maupun menuju suatu tempat secara cepat dan juga praktis. di karenakan aplikasi Gojek memang di rancang untuk memudahkan masyarakat mobilitas dari satu tempat ke tempat lainnya, yang mana dahulu untuk memakai jasa ojek masyarakat harus menuju tempat pangkalan ojek terlebih dahulu, namun sekarang bisa memesan layanan ojek secara online dengan aplikasi. Terutama di bagian wilayah kota Jakarta yang merupakan kota dengan perputaran roda perekonomian terbesar di Indonesia yang mana banyak para karyawan bekerja di perusahaan yang ingin menghindari macet dan juga sempitnya lahan parkir di Jakarta ini dikarenakan sudah terlampau banyak penduduknya, oleh karena itu hadirnya Ojek Online terutama Gojek yang berasal dari Indonesia juga bisa sangat membantu para karyawan untuk berangkat dan pulang kantor dengan *meminimalisir* macet dan tanpa memikirkan tempat parkir kendaraan.

Dan tak terbatas hanya itu Gojek juga memiliki beberapa fitur lainnya yang juga berguna seperti taksi online(*GoCar*), pemesanan makanan(*Gofood*), pengiriman barang(*GoSend*), pemesanan belanja di supermarket(*GoMart*), dan juga layanan kebersihan(*GoClean*), Namun dibalik keberagaman fitur dan juga kelebihan aplikasi Gojek, aplikasi tersebut tidak luput dari yang namanya kekurangan, masih banyak sekali kekurangan maupun *bug* yang ada di aplikasi Gojek, baik kesalahan internal maupun eksternal seperti mitra yang tidak

melakukan standar SOP(Standar Operasional Prosedur) yang telah di tetapkan, yang membuat para Customer komplain, kritik, bahkan berkomentar negatif kepada Aplikasi Gojek.

Seiring berjalannya waktu pertumbuhan tentang teknologi informasi membuat perputaran informasi menjadi semakin penting, berkomunikasi jadi lebih mudah dan lebih cepat. Hal ini ditandai dengan tumbuhnya media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan lain-lain. Maraknya media sosial mendorong terciptanya informasi yang sangat *massive*, Oleh karena itu, konten teks besar membutuhkan sarana penyajian informasi yang ramah pengguna mendapatkan informasi yang relevan dan juga akurat (Adi Kusuma & Agung Nugroho, 2021).

Dari permasalahan yang muncul di karenakan kehadiran transportasi online kemudian menjadi pertanyaan, bagaimana tanggapan masyarakat terhadap transportasi online khususnya pada penelitian ini yakni Aplikasi Gojek, keresahan tersebut sering di curahkan melalui sosial media, salah satunya Twitter (Wahyunita et al., 2020).

Menjadikan sosial media seperti twitter menjadi suatu wadah untuk berbagi pendapat dan opini tentang berbagai aspek dan juga aktivitas yang sering terjadi di tengah masyarakat, contoh salah satu hal nya dalam hal ini yaitu mengenai pandangan pelanggan terhadap aplikasi transportasi online Gojek. Oleh karena itu twitter di pandang sebagai sumber informasi yang kaya untuk pengambilan dataset bagi analisa sentimen, netizen terbiasa untuk mencurahkan hati atas pengalamannya menggunakan aplikasi Gojek di laman media sosial twitter (Andreyestha, 2022).

Analisis Sentimen adalah penambangan opini atau proses klasifikasi teks dokumen berwujud penilaian, argumen ataupun sentimen itu sendiri yang dimana nantinya akan dibedakan menjadi 2 kategori yakni positif dan negatif (Siti Masripath & Lila Dini Utami, 2020).

Analisis sentimen bagian dari *Natural Language Processing*, dan juga *Text Mining*. Analisis sentimen merupakan ilmu yang menelaah dan menganalisis

berbagai macam komentar publik, sentimen, penilaian terhadap suatu hal, pelayanan, aplikasi, kejadian viral maupun keunikan yang mendampingi (Umar, 2020)

Metode Naïve Bayes juga pernah di gunakan pada penelitian sebelumnya untuk Analisis Sentimen pada jasa Ojek Online mendapatkan hasil akurasi sebesar 80% dari 800 data tweet yang di bagi menjadi 300 data latih dan 500 data uji (Didik et al., 2021). Tak hanya pada topik Transportasi Online, metode Naïve Bayes juga digunakan untuk penelitian di bidang hiburan seperti film salah satu contohnya yaitu Analisis Sentimen terhadap Review Film, dari 2000 dataset yang terdiri dari 1000 label positif dan 1000 label negatif Naïve Bayes menghasilkan akurasi sebesar 91,15% (Govindarajan, 2013). Penelitian dari metode Decision Tree juga menghasilkan akurasi dari analisis sentimen yang dilakukan terhadap opini publik tentang PSBB yaitu dari metode Decision Tree mendapat akurasi sebesar 83,3%, kNN sebesar 80,80%, dan Naïve Bayes sebesar 80,03%. (Muhammad Syarifuddin, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini melakukan analisis sentimen cuitan ataupun opini twitter dengan kata kunci “Gojek”, “#Gojek”, dan “Aplikasi Gojek”, untuk mengetahui hasil sentimen pada pengguna terhadap aplikasi gojek, dan juga bisa menjadi acuan bagi masyarakat atau pembaca untuk mendownload dan menggunakan aplikasi Gojek ataupun tidak. Berikut beberapa rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berapa hasil akurasi, presisi, dan recall yang akan di dapatkan dari kinerja algoritma *Naïve Bayes & Decision Tree* terhadap Analisis Sentimen terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek?
2. Bagaimana hasil sentimen sudut pandang pengguna terhadap kepuasan dari Aplikasi Gojek?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan membandingkan hasil akurasi, presisi, dan recall yang akan di dapatkan dari kinerja Algoritma *Naïve Bayes* & *Decision Tree* terhadap Analisis Sentimen terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Gojek
2. Mengetahui hasil sentimen sudut pandang masyarakat terhadap Aplikasi Gojek, sebagai pertimbangan masyarakat untuk menggunakan Aplikasi Gojek

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini di harapkan dapat menambah referensi pengetahuan dan juga wawasan para pembaca terkait topik yang penulis ambil dan juga bisa menjadi acuan bagi perusahaan terkait sebagai pertimbangan untuk mengetahui tingkat pelayanan dan kepuasan pelanggan agar bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya.

1.5 Batasan Masalah Penelitian

Untuk membatasi bahasan penelitian agar fokus sesuai konteks tema yang diambil, maka dibutuhkannya batasan masalah, yakni sebagai berikut:

1. Data *Tweet* yang digunakan untuk analisis ini berjumlah 1.508 *Tweet*
2. Kata kunci yang digunakan pada saat pengumpulan dataset yakni ‘Gojek’, ‘#Gojek’, dan ‘Aplikasi Gojek’.
3. Pengumpulan dataset menggunakan NodeJS dengan bantuan CMD (Command Prompt) dengan authToken Twitter.
4. Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *Naïve Bayes* dan *Decision Tree*
5. Tampilan dashboard website masih sangat sederhana.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan analisis studi literatur review yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan landasan teori yang berkaitan dengan penelitian dan juga prosedur yang dilakukan pada penelitian ini.

d. BAB IV PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pembahasan mengenai inti dari pokok penelitian dan juga langkah langkah dan gambaran penelitian dari awal hingga akhir.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang rangkuman dari hasil penelitian yang di teliti dan saran untuk penelitian kedepannya.