

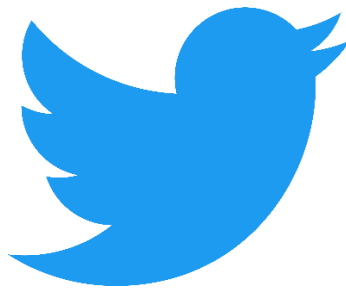
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

1.1.1 Twitter

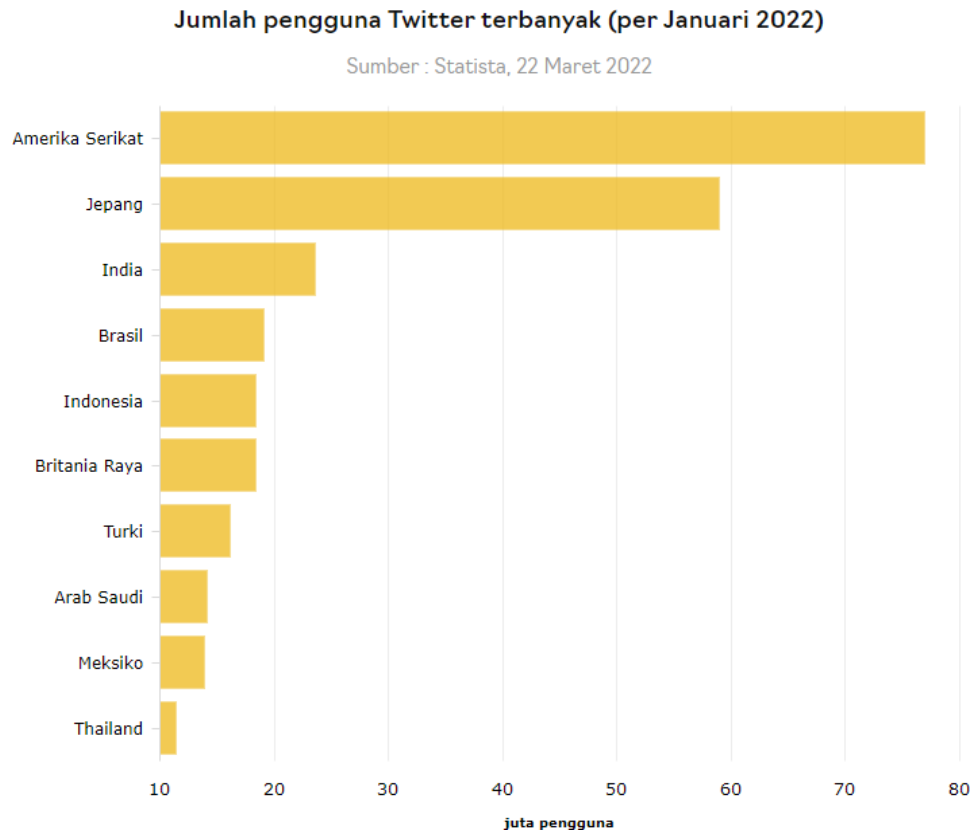
Twitter pertama kali didirikan pada tanggal 21 Maret 2006. Twitter adalah situs *webmicroblogging* dan media sosial yang memberi fitur kepada pengguna untuk mengirim dan membaca pesan teks 140 karakter. Jumlah karakter yang dapat dikirimkan dalam sebuah tweet, atau yang biasa disebut dengan tweet, bertambah menjadi 280 karakter pada tanggal 7 November 2017, seiring dengan perkembangannya. Karena penggunaanya dapat menjalin komunikasi dengan pengguna yang lain menggunakan semua perangkat seperti komputer, *smartphone* atau perangkat lain kapan dan dimanapun mereka suka, Twitter merupakan layanan jejaring sosial yang saat ini berkembang pesat. Menurut Pratama (2019), Twitter menyediakan ruang bagi pengguna internet untuk melakukan publikasi secara sederhana, cepat dan dalam skala kecil untuk sebuah dokumen digital, opini dan berbagai pengetahuan dan informasi dengan paengguna internet di seluruh dunia.



Gambar 1.1 Logo Twitter
Sumber: (help.twitter.com, 2022)

Twitter merupakan salah satu platform *social media* yang banyak dipakai di Indonesia. Menurut Statista (2022) terdapat 18,45 juta pengguna Twitter di Indonesia pada bulan Januari 2022. Hal ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengguna Twitter terbanak kelima di dunia. Menurut Pintoko & L. (2018) salah satu keunggulan Twitter yaitu terdapat fitur *Application Programming Interface* atau API

yang dapat berfungsi untuk memudahkan setiap pengguna mendapatkan data melalui Twitter.



Gambar 1.2 Jumlah pengguna Twitter terbanyak
 Sumber: (Databoks, 2022)

1.1.2 Apple

Perusahaan internasional Apple Computer, Inc., yang kemudian dikenal sebagai Apple Inc., berbasis di Silicon Valley, Cupertino, California, dan terlibat dalam desain, pengembangan, dan penjualan produk seperti elektronik konsumen, perangkat lunak, dan komputer pribadi. Apple Inc. didirikan oleh 4 orang pendiri pada tanggal 1 April 1976. Kemudian pada tanggal 3 Januari 1977, Apple Inc. diubah menjadi Apple Computer, Inc. Untuk mencerminkan konsentrasi Apple pada konsumen elektronik pada debut iPhone, kata "Computer" telah dihapus pada 9 Januari 2007. Apple memiliki perangkat lunak dan perangkat keras

yang berkualitas. Sistem operasi OS X dan iOS, pemutar musik iTunes, dan munculnya web safari merupakan beberapa dari penawaran perangkat lunak Apple. Perangkat keras terdiri dari laptop Macbook Pro dan PC desktop iMac, pemutar lagu iPod, tablet PC iPad, serta telepon genggam Iphone dan jam tangan Apple Watch.



Gambar 1.3 Logo Apple
Sumber: (Apple.com, 2022)

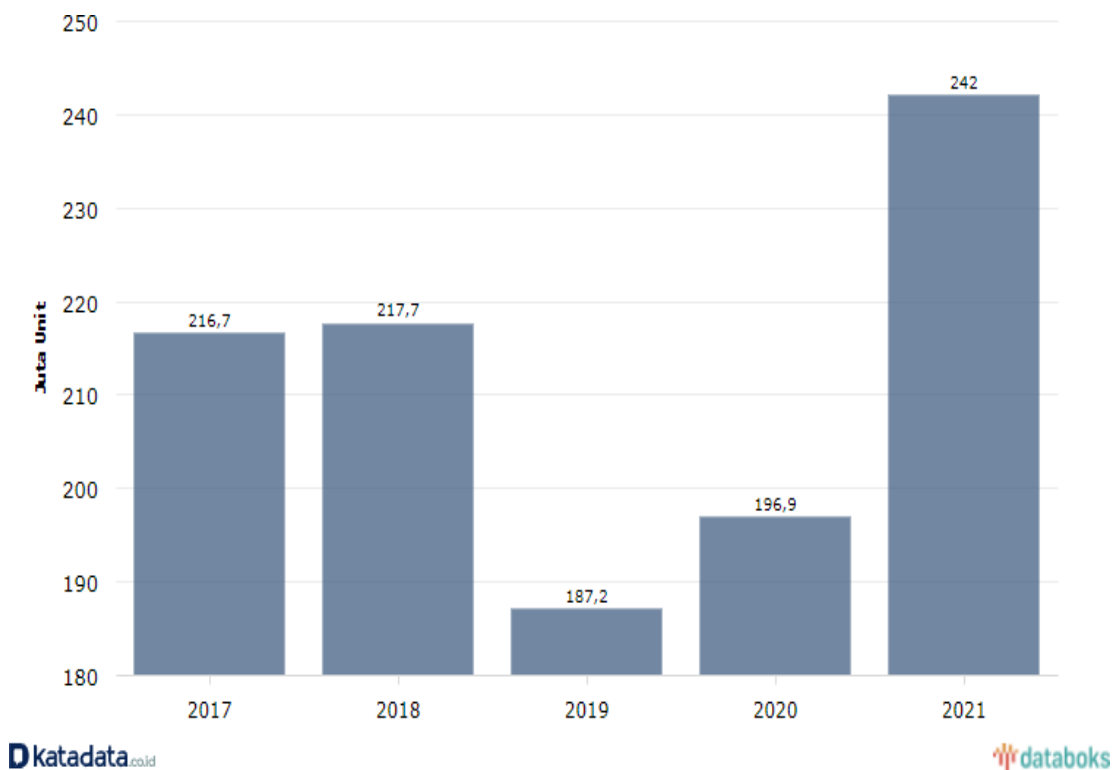
iPhone merupakan salah satu produk andalan Apple. Apple memproduksi iPhone yang diperkenalkan pada tahun 2007. Steve Jobs adalah orang pertama dalam sejarah iPhone. CEO Apple Inc. mengarahkan ilmuwan Apple untuk melakukan penelitian mendalam tentang teknologi layar sentuh. Apple mematenkan penggunaan domain iPhone.org pada tahun 1999, dan beberapa tahun kemudian perusahaan melakukan investasi pada ponsel. iPhone telah menghasilkan beragam keluaran hingga saat ini, antara lain iPhone 14, iPhone 13, iPhone 13 Mini, iPhone 13 Pro, dan iPhone 13 Pro Max.

1.2 Latar Belakang

Dunia digital yang kita tinggali saat ini telah melihat kemajuan berkelanjutan dalam teknologi informasi. Teknologi informasi dapat membantu pekerjaan agar lebih mudah seperti *internet*. Fiturnya yang banyak dapat digunakan masyarakat sesuai kebutuhan. Penggunaannya di Indonesia juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pengambilan data yang digarap oleh Hootsuite menjelaskan bahwa total populasi Indonesia sebesar 274,9 juta penduduk.

Sekitar 202,6 juta penduduk menggunakan internet yang artinya 73,7% dari penduduk Indonesia telah memanfaatkan perkembangan teknologi.

Penggunaan *smartphone* merupakan salah satu penunjang dalam menggunakan internet. *Smartphone* (Williams dan Sawyer, 2011) adalah telepon genggam yang menggunakan penyimpanan data, layar, mikroprosesor, dan modem bawaan, di antara fitur-fitur lainnya. Sehingga dibandingkan dengan ponsel lainnya, fungsi pada *smartphone* ini terasa lebih lengkap. iPhone adalah salah satu merek *smartphone* terkenal dan populer. iPhone merupakan produk dari perusahaan yang berasal dari Amerika bernama Apple. Penjualan iPhone dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, tetapi pada tahun 2021 penjualan mengalami kenaikan yang signifikan.

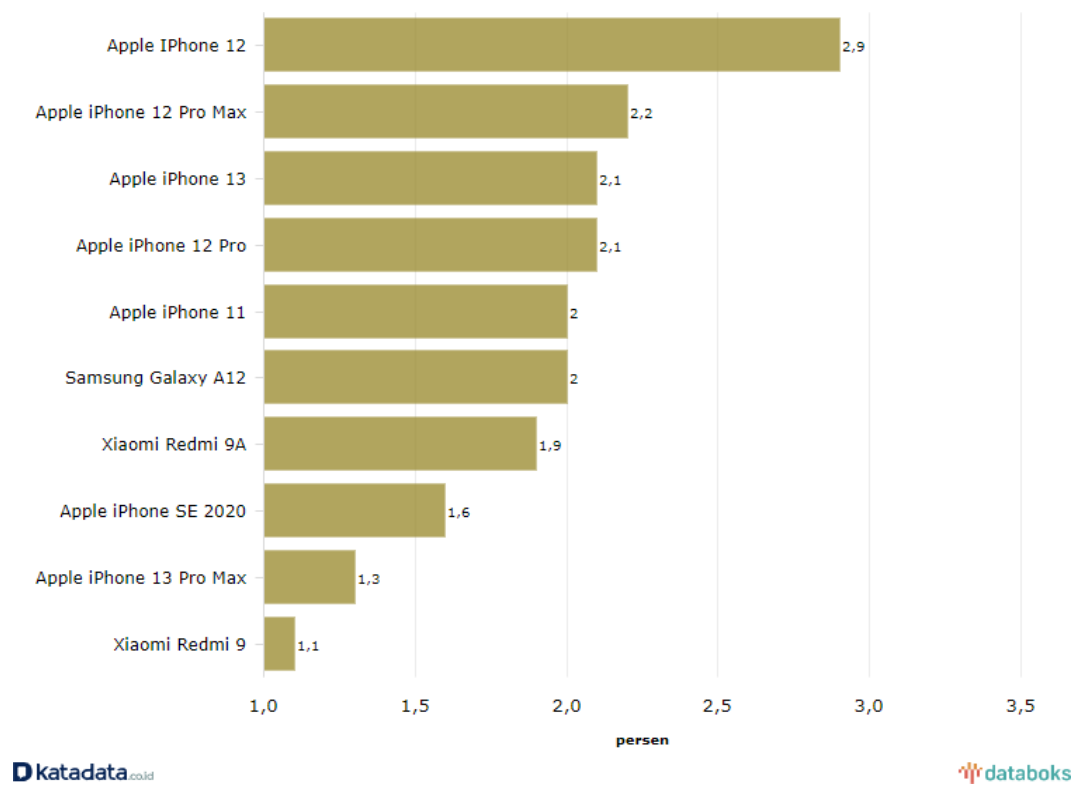


Gambar 1.4 Penjualan iPhone dari tahun 2017-2021

Sumber: (Databoks, 2022)

Penjualan *smartphone* terlaris pada tahun 2021 berdasarkan data dari Databoks didominasi oleh Apple. Apple mendominasi dengan 7 dari 10 ponsel terlaris dengan model iPhone. iPhone 12 menjadi tipe terlaris dengan pangsa pasar 2,9%. Di Indonesia,

Apple dengan produk iPhone menjadi salah satu smartphone unggulan yang diminati masyarakat Indonesia. Berdasarkan data *marketshare* di Indonesia pada bulan Juni 2022, Apple dengan presentase 9.05%, Samsung 21.56%, Oppo 21.15%, Xiaomi 18.74%, Vivo 14.38%. Apple memiliki presentase yang rendah karena produknya dikategorikan mahal dan memasang target pasar untuk ekonomi menengah dan atas. Meskipun demikian, Apple tetap berada pada peringkat 5 besar *marketshare* di Indonesia.



Gambar 1.5 Persentase penjualan smartphone di Indonesia

Sumber: (Databoks, 2022)

Menurut beberapa orang, iPhone bisa mengetahui posisi sosial seseorang. iPhone sering dianggap sebagai simbol kekayaan di Amerika, menurut University of Chicago dan National Bureau of Economic Research. Ini karena harga iPhone yang jauh lebih mahal dari ponsel pesaing. Smartphone biasa berharga Rp. 1,4 juta, berbeda dengan harga iPhone yang kini dibanderol Rp. 14 juta untuk model terbaru (Liputan6,

2018). Toko elektronik menjual iPhone bekas dengan harga yang lebih murah dengan kualitas yang hampir sama dengan iPhone baru karena harganya yang selangit. Salah satu series iPhone yang banyak digunakan sekarang yaitu iPhone 11. Perbandingan harga iPhone 11 baru berkisar Rp 7 juta dan harga bekasnya Rp 4 juta. Berikut merupakan perbandingan harga beberapa jenis iPhone baru dan bekas.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga iPhone pada bulan Januari 2023

iPhone Seri	Harga Baru	Harga Bekas
iPhone 13 Pro 128GB	Rp17.400.000	Rp15.200.000
iPhone 13 256GB	Rp16.600.000	Rp13.950.000
iPhone 12 Pro 512GB	Rp16.700.000	Rp13.100.000
iPhone 12 64GB	Rp10.150.000	Rp9.100.000
iPhone 12 Mini 64GB	Rp9.500.000	Rp7.800.000

Sumber: (renanstore.co.id, 2023)

Perbandingan harga di atas diambil dari salah satu toko penjual produk Apple di Indonesia yaitu Renan Store. Perbandingan harga tersebut diambil berkisar pada bulan Agustus 2022. Berdasarkan perbandingan harga di atas, selisih harga iPhone baru dan bekas cukup besar. Hal ini membuat masyarakat yang menginginkan iPhone dengan harga yang lebih terjangkau memilih untuk membeli produk iPhone bekas. Bukan hanya yang baru, namun bagi sebagian orang harga iPhone bekas di pasaran masih terbilang tinggi, sehingga diperlukan riset lebih lanjut sebelum membeli. Terutama yang berkaitan dengan kondisinya, agar pembeli yang membeli barang iPhone bekas ini tidak kecewa. Menurut laporan Asia One yang dikutip dari voi.id, penjualan smartphone bekas tahun 2019 berjumlah 206,7 unit di seluruh dunia. Data dari International Data Corporation (IDC) yang dikutip dari voi.id menunjukkan bahwa penjualan smartphone bekas mengalami kenaikan 17,6% dari tahun ke tahun. *Smartphone* bekas memiliki kualitas yang cukup tinggi, sebanding dengan yang baru karena dilakukan perombakan resmi oleh vendor. Perusahaan Apple, yang membuat iPhone, masih menawarkan barang-barang iPhone rekondisi dengan harga terjangkau

dan berkualitas tinggi di situs web mereka.

Alasan orang membeli iPhone bekas sangat beragam. Kualitas yang ditawarkan Apple pada produknya iPhone dapat membantu penggunaannya dalam kegiatan sehari-hari. Pada era digital saat ini, kualitas gambar dan video menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. iPhone terkenal dengan kualitas foto atau video dari kamera yang bagus dan menjadi salah satu yang terbaik diantara jenis smartphone lainnya. Selain itu, sistem operasi pada iPhone seri yang keluar 2 atau 3 tahun lalu tetap dapat diperbarui. Dengan kualitas bagus yang ditawarkan iPhone maka harga jual iPhone termasuk tinggi daripada smartphone lainnya. iPhone juga memberikan dukungan sistem operasi yang selalu diperbarui dan iOS merupakan sistem operasi yang aman dan stabil. Pandangan masyarakat terhadap pengguna iPhone yaitu berstatus ekonomi menengah keatas.

Kemajuan teknologi lainnya yaitu media sosial. Media sosial memiliki berbagai macam jenis, contoh yang paling banyak digunakan masyarakat seperti Twitter, Instagram dan Facebook. Media sosial dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti promosi, membagikan informasi terkini dan ulasan produk. Twitter merupakan salah satu media sosial yang banyak dipakai masyarakat. Twitter adalah situs web yang dapat membagikan teks berisi 140 karakter untuk memberikan fasilitas kepada penggunaannya memberikan informasi. Twitter menawarkan Twitter API, sebuah platform yang memungkinkan aplikasi komputer untuk "berbicara" satu sama lain dan bertukar informasi. Agar pengembang dapat membuat perangkat lunak yang terhubung dengan Twitter, seperti alat yang membantu bisnis menanggapi komentar pelanggan di Twitter (Twitter, 2023). Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan bantuan Twitter API.

Penelitian ini akan menggunakan metode sentiment analysis untuk menganalisa data. Sentimen analysis dapat digunakan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap iPhone bekas karena dapat membantu mengidentifikasi apakah konsumen memiliki pandangan positif, negatif, atau netral tentang produk tersebut. Dalam kasus iPhone bekas, banyak konsumen yang mungkin memiliki persepsi negatif tentang produk ini, seperti kekhawatiran tentang kualitas, masalah dengan perangkat lunak, atau kerusakan fisik.

Dengan menggunakan sentimen analysis, kita dapat memproses sejumlah besar

data, termasuk ulasan pengguna twitter yang terkait dengan iPhone bekas. Setelah memproses data ini, algoritma sentimen analisis dapat mengkategorikan setiap dokumen sebagai positif, negatif, atau netral. Hal ini membantu mendapatkan *insight* yang lebih mudah dipahami tentang bagaimana konsumen merespons iPhone bekas dan faktor apa yang memengaruhi persepsi mereka tentang produk tersebut.

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas yang membahas tentang penjualan smartphone bekas yang meningkat, khususnya produk iPhone. Dengan berbagai alasan seperti kualitas yang baik dan harga yang lebih murah. Peneliti ingin mendapatkan jawaban bagaimana persepsi konsumen tentang iPhone bekas di Indonesia dengan sentimen analisis menggunakan metode Naïve Bayes. Sentimen analisis dipakai untuk melihat performa algoritma Naïve Bayes Classifier dalam melakukan klasifikasi berdasarkan opini pengguna terhadap iPhone bekas pada aplikasi twitter, sehingga mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi terhadap iPhone bekas serta membantu menggambarkan persepsi konsumen terhadap iPhone bekas.

1.3 Rumusan Permasalahan

Data dari International Data Corporation (IDC) yang dikutip dari voic.id menunjukkan bahwa penjualan smartphone bekas mengalami kenaikan 17,6% dari tahun ke tahun. Kemudian salah satu merk perusahaan yang menjual produk *smartphone* bekasnya secara resmi adalah Apple, dengan produknya iPhone. Apple berada pada peringkat 5 besar *marketshare* di Indonesia meskipun produknya dikategorikan mahal. Bagi sebagian orang harga iPhone bekas juga masih terbilang tinggi mulai dari Rp.7.000.000 untuk seri iPhone yang keluar 2 tahun terakhir. Maka dari itu, diperlukan riset untuk menilai persepsi konsumen tentang produk iPhone bekas sebelum masyarakat membeli produk tersebut. Persepsi konsumen bisa didapatkan melalui sosial media salah satunya Twitter karena konsumen saat ini mencari seseorang yang dapat berbicara dari pengalaman pribadi karena mereka lebih suka mempercayai ulasan berdasarkan pengalaman pribadi daripada pesan merek yang dikomunikasikan melalui iklan televisi. Sentimen analisis merupakan merupakan alat yang tepat untuk mencari persepsi konsumen melalui sosial media. Hal ini karena sentimen analisis

dapat memproses sejumlah besar data, termasuk ulasan pengguna twitter yang terkait dengan iPhone bekas. Untuk memastikan kembali sentimen analisis merupakan metode yang tepat, maka Naïve Bayes dipilih sebagai metode untuk mengukurnya.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, rumusan masalah dari penelitian ini yaitu dilakukannya analisa tentang persepsi konsumen tentang produk iPhone bekas. Untuk melakukan analisa tersebut digunakan sentimen analisis dengan metode Naïve Bayes. Persepsi Konsumen menurut Kotler & Armstrong (2018) beberapa indikator yang dapat menentukan persepsi konsumen Kualitas, Harga, Promosi, Package, Presentasion. Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengidentifikasi persepsi iPhone bekas di media sosial Twitter menggunakan sentiment analisis?
2. Bagaimana performa Naïve Bayes terhadap sentiment analisis iPhone bekas di sosial media Twitter?
3. Bagaimana Persepsi konsumen berdasarkan hasil sentiment analisis menggunakan Naïve Bayes?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ditulis dan disesuaikan berdasarkan perumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana sentiment pengguna twitter terhadap iPhone bekas
2. Untuk mengetahui bagaimana performa Naïve Bayes terhadap sentimen analisis iPhone bekas di media sosial twitter
3. Untuk mengetahui bagaimana Persepsi konsumen berdasarkan hasil sentiment analisis menggunakan Naïve Bayes

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Aspek Akademis

Penulis mengharapkan penelitian ini memiliki manfaat seperti

memberikan gambaran mengenai analisis persepsi konsumen menggunakan sentimen analisis dengan teorema Naïve Bayes dalam suatu jaringan sosial (media sosial Twitter) dan sebagai sumber data alternatif sebagai pengganti survei tradisional. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dalam melakukan analisis sentimen pada sosial media Twitter menggunakan teorema Naïve Bayes dan ulasan masyarakat terhadap pembelian iPhone bekas.

2. Aspek Praktis

Untuk menentukan nilai tren pasar dan kualitas produk di mata masyarakat umum, analisis sentimen dapat membantu menganalisis dan mengkategorikan komentar yang diinginkan pengguna di Twitter tentang barang bekas iPhone ke dalam kategori positif dan negatif. Untuk mempermudah masyarakat dalam mengetahui lebih jauh tentang barang iPhone bekas sebelum melakukan pembelian, penulis berharap temuan penelitian ini dapat memberikan informasi tentang persepsi baik atau buruknya masyarakat terhadap iPhone bekas di platform media sosial Twitter.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir berfungsi untuk dapat memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian terkait tugas akhir, sistematika penulisan tugas akhir disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini sebagai pengantar menuju penelitian yang berisi mengenai gambaran singkat isi skripsi yang terdapat gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini sebagai tinjauan mengenai tinjauan perpustakaan sebagai penguat dalam skripsi ini, serta membahas mengenai teori-teori terkait penelitian dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran untuk ditujukan kepada perusahaan yang menjadi objek penelitian.