

1. Pendahuluan

Pada tahun 2016 pengguna Internet di Indonesia telah mencapai 143,26 juta orang, jumlah tersebut mengalami kenaikan sebesar 51,8 % dari tahun 2014, menurut data yang dikeluarkan oleh APJII [11]. Seiring dengan perkembangan yang pesat terdapat persaingan antara perusahaan penyedia layanan Internet, salah satunya adalah perusahaan yang menyediakan layanan *fixed broadband*.

Perusahaan *fixed broadband* di Indonesia memiliki 4 produk yang selama ini sudah dikenal di masyarakat yaitu Indihome, First Media, BizNet dan MNC dengan pengguna terbesar yaitu Indihome yang mencapai 4,3 juta pelanggan pada tahun 2016 [5]. Dengan besarnya pengguna dari layanan Indihome ini, akan melahirkan berbagai opini, baik opini bersifat pujian maupun keluhan.

Twitter adalah sebuah media sosial dengan fitur micro-blogging yang memiliki jumlah pengguna dan database yang besar dan terus berkembang sampai sekarang [1][9]. Twitter menjadi salah satu media sosial yang memiliki jumlah pengguna aktif terbesar di dunia. Di Indonesia tercatat pengguna aktif Twitter pada tahun 2016 mencapai 24,3 juta orang. Twitter seringkali dijadikan tempat untuk menyampaikan opini terhadap tokoh publik, layanan publik maupun produk dari sebuah perusahaan, tidak terkecuali dengan produk Indihome, banyak pelanggan Indihome yang menyampaikan opini mereka terhadap produk ini baik berupa opini positif, negatif maupun netral.

Apabila opini tersebut di teliti lebih lanjut maka akan dihasilkan sebuah sentimen yang dapat berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk atau layanan, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi terhadap layanan Indihome agar dapat meningkatkan kualitas layanannya.

Analisis sentimen adalah studi yang bertujuan untuk menganalisis opini, sentimen dan emosi yang terdapat pada dokumen atau data [9]. Tugas dasar dari analisis sentimen adalah untuk mengelompokkan sifat dari teks yang ada di dalam kalimat maupun pendapat, biasanya terbagi menjadi 3 kelas yaitu negatif, positif dan netral [2]. Menurut [8] terdapat beberapa topik yang telah diteliti oleh berbagai peneliti, dan diantaranya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah klasifikasi sentimen dan subjektivitas. Metode yang digunakan untuk menganalisis opini terhadap layanan indihome adalah *Logistic Regression*, metode tersebut dipilih karena memiliki interpretasi probabilistik yang bagus serta output dari metode ini memungkinkan lebih dari dua kelas.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka dapat diambil beberapa masalah yang dapat dibahas dalam tugas akhir ini yaitu seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Indihome di media sosial Twitter, dan berapa besar tingkat akurasi yang dihasilkan oleh metode *logistic regression*. Adapun beberapa masalah yang menjadi batasan pekerjaan dalam tugas akhir ini adalah pelabelan tweet dilakukan secara manual karena sampai sekarang belum ada pelabelan secara otomatis dan pada proses *filtering* dilakukan secara manual karena belum ada aplikasi yang bisa memfilter sebuah dokumen yang termasuk dalam opini atau tidak secara otomatis.

Tujuan dari tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Indihome pada media sosial Twitter, dan untuk mengetahui seberapa besar akurasi yang dihasilkan oleh metode *logistic regression* yang diimplementasikan pada analisis sentimen.