

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 PT. KCIC

PT. Kereta Cepat Indonesia China (KCIC) merupakan perusahaan yang berfokus dalam mengembangkan infrastruktur transportasi massal di Indonesia. PT KCIC didirikan pada 16 Oktober 2015 didirikan oleh konsorsium Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melalui PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (PSBI), dan konsorsium perusahaan perkeretaapian Tiongkok melalui Beijing Yawan HSR Co.Ltd, dengan bisnis utama pada sektor transportasi publik dengan rangka *business to business (B2B)*. Kereta Cepat Jakarta-Bandung (KCJB) menjadi salah satu proyek inovasi kerjasama KCIC yang telah resmi beroperasi sejak 2 Oktober 2023. Whoosh menjadi nama resmi untuk KJCB yang memiliki makna ‘cepat’ dan menjadi singkatan dari Waktu, Hemat, Operasi Optimal, Sistem Handal (Andayani, 2023).



Gambar I.1 Logo KCIC

Sumber: (Website Kereta Cepat Indonesia China, 2024)

Pada Oktober 2023, Kereta Cepat Whoosh menghadirkan *Whoosh Experience Program* yang menjadi program pertama sejak didirikan. Sebelumnya program ini telah sukses menggelar dua tahap, yakni tahap pertama pada 3-7 Oktober 2023, tahap kedua pada 8-10 Oktober 2023, kesuksesan program ini dibuktikan dengan pencapaian 18 ribu lebih penumpang (Komalasari, 2023). Kesuksesan program ini membuat PT KCIC membuka kembali untuk tahap ketiga pada 11-16 Oktober 2023 secara gratis. Menurut Eva Chairunisa selaku General Manager Corporate Secretary KCIC

dalam situs Kereta Cepat Indonesia China, (2023) Mengatakan melalui program ini KCIC akan terus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada penumpang menjadi lebih baik.

Alasan peneliti memilih PT. KCIC sebagai objek penelitian ini karena Kereta Cepat Whoosh menjadi layanan Kereta Cepat pertama di Indonesia dan Asia Tenggara yang inovatif dengan menawarkan kecepatan 350 km/h. Selain itu, fokus utama dalam pengembangan infrastruktur transportasi massal di Indonesia memiliki potensi besar sebagai pelopor dalam industri transportasi massal di Indonesia, terutama dengan adanya rencana pemerintah untuk memperpanjang rute hingga ke Surabaya. Hal tersebut disampaikan pihak narasumber pada proses wawancara pra penelitian seperti berikut:

“... Memang benar pemerintah Indonesia berencana memperpanjang rutenya hingga ke Surabaya, Jawa Timur. Namun, pembicaraan ini masih dalam tahap kajian ...” (hasil wawancara pra penelitian dengan Emir Monti, *Manager Corporate Communications* PT Kereta Cepat Indonesia China, Senin, 04 Maret 2024 secara daring melalui *gmeet*).

Tidak hanya itu, alasan lainnya adalah peneliti juga mendapatkan izin terkait akses informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Visi dan Misi

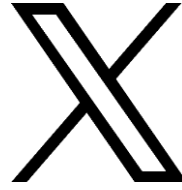
Adapun Visi Misi PT.Kereta Cepat Indonesia China.

Visi *“To make people’s life better by providing first choice of connectivity and creating the happy living environment”*. Misi *“To provide the safest, fastest, punctual, comfortable, modern transportation and to create the most wonderful, happy and environment friendly living style along the corridor to be elaborated.”*

1.1.2 X (Twitter)

Twitter merupakan sistem *‘microblogging’* yang menyediakan fitur bagi pengguna untuk menyebarkan dan menerima postingan pendek berupa *tweet* (Wang, Niu, & Yu, 2020). Twitter menjadi sebuah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi satu sama lain, seperti

menyukai, *me-retweet*, mengirim dan membaca pesan (*tweet*) langsung ke pengguna lain secara singkat, padat dan *realtime*. Twitter seringkali dijadikan sebagai media komunikasi, penyebar berita, dan komentar sosial.



Gambar I. 2 Logo X (Twitter)

Sumber: (Website Twitter, 2024)

Twitter didirikan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams. Namun, pada Oktober 2022, *platform* ini diakuisisi oleh Elon Musk dan Juli 2023, Twitter melakukan *rebranding* dengan mengganti nama menjadi X (CNN Indonesia, 2024). Perubahan ini termasuk mengubah logo Twitter yang sebelumnya berupa burung biru menjadi huruf X. Menurut Linda Yaccarino selaku Eksekutif *Senior* Twitter dalam akun twitter pribadinya mengatakan, *rebranding* yang dilakukan bertujuan menjangkau kesadaran pengguna pada penggunaan *platform microblogging*, X adalah keadaan masa depan dari interaktivitas tanpa batas-berpusat pada audio video, perpesanan, pembayaran/perbankan-menciptakan pasar *global* untuk ide, barang, layanan, dan peluang.

1.2 Latar Belakang

Pertumbuhan jumlah kendaraan di beberapa kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta mengakibatkan permasalahan kemacetan yang serius dan menjadi fokus utama bagi pemerintah (Sandi, 2023). Salah satu solusi pemerintah dalam menangani kasus ini adalah dengan terus berupaya menghadirkan dan meningkatkan sarana prasarana transportasi massal yang terpadu dengan memanfaatkan konsep *transit-oriented development* (Kahfi, Batubara, & Hanggara, 2021). Transportasi menjadi bagian penting dalam proses pengembangan perekonomian sebuah negara karena sistem transportasi di suatu negara mencerminkan kemajuan sosial dan ekonomi negara tersebut (Dinas Perhubungan, 2022). Hal tersebut mendorong pemerintah untuk terus

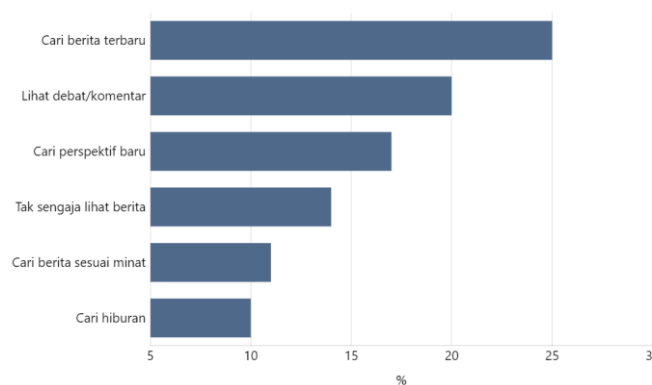
membangun transportasi massal berkelanjutan di Indonesia. Pemanfaatan angkutan massal akan membantu menekan tingkat kemacetan, polusi udara dan kecelakaan lalu lintas di jalan, ketiga hal ini sering terjadi pada pengguna kendaraan pribadi (Kementrian Perhubungan Republik Indonesia, 2022). Penjelasan di atas selaras dengan tujuan pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGS)* nomor 9, “*Industry, Innovation and Infrastructure*” (Industri, Inovasi dan Infrastruktur). Dengan adanya pembangunan transportasi massal maka, Infrastruktur transportasi menjadi salah satu tujuan pembangunan berkelanjutan yang akan meningkatkan kemampuan infrastruktur dan industri dalam tujuh agenda pembangunan di Indonesia (Limbong, 2022).

Salah satu transportasi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah kereta api, sebagai solusi meningkatkan efisiensi dan konektivitas transportasi massal. Menurut Budi selaku Menteri Perhubungan Indonesia dalam situs (Kementrian Perhubungan Republik Indonesia, 2020), Kereta api merupakan dasar mobilitas dan konektivitas fundamental yang cukup ekonomis bagi rakyat Indonesia. Jaringan kereta api di Indonesia sudah mencapai ribuan kilometer. Hingga Agustus 2023 panjang jalur kereta api di Indonesia sudah mencapai 6.879 kilometer (Antara, 2023). Jaringan ini telah menyambungkan berbagai kota dan daerah di Indonesia. Kecepatan kereta api menjadi kunci dalam efektifitas waktu perjalanan. Berdasarkan Grafik Perjalanan Kereta Api (Gapeka) 2023, dalam situs medcom.id menyatakan pada saat ini kereta api di Indonesia sudah mengalami peningkatan kecepatan 120 km/jam dari yang sebelumnya 80 km/jam, terlebih lagi kecepatan ini akan ditingkatkan ke 160 km/jam (Lestarini, 2023). Peningkatan infrastruktur dan investasi transportasi di Indonesia diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan efisiensi, kenyamanan dan keamanan perjalanan. Dengan infrastruktur yang baik diharapkan minat masyarakat terhadap penggunaan transportasi massal dapat meningkat.

Peningkatan jumlah pengguna transportasi massal terhadap kepuasan pelanggan menjadi hal penting bagi suatu layanan transportasi dan kunci dari deskripsi sebuah kualitas pelayanan (Abdan et al., 2021). Salah satu analisis

yang dapat digunakan untuk melihat tingkat kepuasan konsumen adalah analisis sentimen. Analisis sentimen menurut (Nurtikasari, Alam & Hermanto, 2022) merupakan cabang ilmu untuk mengetahui opini, sentimen dan emosi yang diekspresikan melalui teks dokumen atau data. Analisis sentimen merupakan tahapan pengolahan informasi terkait opini seseorang kedalam bentuk teks dan dikelompokkan sentimen positif, negatif (Noviriandini, Hermanto, & Yudhistira, 2022). Saat ini kepuasan konsumen tidak hanya dapat dilihat secara langsung namun sudah dapat dilihat melalui ulasan, opini pada media sosial. Media sosial yang terus berkembang membuat pengguna media sosial turut aktif dalam memberikan pendapat mereka atas perasaan terhadap layanan yang digunakan melalui sebuah komentar, komentar negatif akan menurunkan jumlah pengguna, sedangkan komentar positif akan meningkatkan jumlah pengguna (Jaman et al., 2020).

Analisis sentimen dapat dilakukan melalui media sosial, melalui media sosial maka akan didapatkannya data dan informasi yang bermanfaat (Permatasari, Linawati, & Jasa, 2021). Saat ini, ada beragam aplikasi media sosial yang dapat diakses dan digunakan. Tetapi, pada setiap media sosial yang ada tentunya ada beberapa media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia untuk mencari berita terkini.



Gambar I. 3 Motivasi penggunaan Twitter

Sumber: (databoks.katadata.co.id, 2022)

Gambar I.3 yang dilansir dari laporan survei *Reuters Institute Digital News Report 2021* dalam situs databoks (2022), X (Twitter) menjadi media sosial yang paling banyak digunakan penggunanya untuk mencari berita dari pada media sosial Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat, dan Tiktok. Survei

tersebut menyatakan 25% pengguna X menggunakan media sosial tersebut dikarenakan dorongan untuk mengetahui berita terbaru. Presentase tersebut mendapatkan presentasi tertinggi diantara media sosial lainnya yang berada pada rata-rata 11%-16%. Selanjutnya diikuti dengan 20% penggunaan media sosial X dilakukan untuk melihat debat dan komentar tentang berita terbaru, 17% mencari perspektif baru, 14% melihat berita karena tidak sengaja, dan 11% digunakan sebagai hiburan.

Analisis sentimen dilakukan melalui media sosial X dikarenakan X merupakan salah satu tempat yang dijadikan media komunikasi interpersonal dan komunikasi massa melalui pesan yang berhasil disalurkan penggunanya dari tautan yang telah di retweet (Bara, Nasution & Ginting, 2022). Disamping itu Penggunaan internet memberikan dampak yang cukup besar bagi manusia, terutama dalam menjalankan kehidupan sehari-hari seperti, mencari dan mengakses informasi, melakukan aktivitas secara daring, berkomunikasi, dan lainnya. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) terhitung pada tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,6 juta jiwa, jumlah ini mengalami peningkatan sekitar 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Pemerintah memiliki program yang bertujuan untuk mengurangi kemacetan pada ruas jalan perkotaan, ruas jalan menuju Bandung, menekan emisi karbon dan polusi udara, serta meningkatkan perekonomian nasional, program tersebut adalah dengan menghadirkan Kereta Api Cepat Jakarta-Bandung atau yang disebut Whoosh (Gamawati, 2023). Rute Kereta Api Cepat Jakarta-Bandung dipilih berdasarkan pertimbangan sebagaimana Jakarta menjadi pusat kegiatan industri dan Bandung menjadi ibukota Provinsi Jawa barat dan menjadi kota tujuan wisata. Pembangunan Kereta Api Cepat Jakarta-Bandung ini bertujuan untuk mengembangkan efektivitas dan efisiensi peralihan transportasi publik yang lebih ramah lingkungan (Dina et al., 2021).

Whoosh memiliki beberapa media sosial yang dijadikan sebagai media komunikasi dengan para penggunanya. Hal tersebut disampaikan pihak narasumber pada proses wawancara pra penelitian seperti berikut:

“... dalam bisnisnya Whoosh memiliki tiga akun sosial media yaitu, X “KeretaCepatID”, Instagram “keretacepat_id”, TikTok “keretacepat.id”.... ” (hasil wawancara pra penelitian dengan Emir Monti, *Manager Corporate Communications* PT Kereta Cepat Indonesia China, Senin, 04 Maret 2024 secara daring melalui *gmeet*).

Peneliti memilih menggunakan media sosial X sebagai tempat pengambilan data pada penelitian ini. Media sosial X memiliki tampilan yang sederhana dan fitur yang mudah, membuat daya tarik tersendiri bagi penggunaannya (Lolita, 2019). X menjadi media sosial yang memiliki fitur bernama “tweets” melalui fitur tersebut membuat pengguna dapat menuliskan ide maupun opini hanya sebanyak 280 kata (Girnanfa & Susilo, 2022). Pengguna media sosial X sangat beragam dari selebritas, tokoh masyarakat, *influencer*, hingga pejabat publik seperti presiden juga memiliki akun X sendiri, melalui aplikasi ini pengguna juga dapat membagikan *brand awareness* dan promosi (Nurfaiza Alifia, 2024). Dengan demikian harapannya layanan Whoosh dapat lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat untuk penggunaan transportasi massal ini. Namun pada kenyataan terdapat sentimen negatif yang ada pada media sosial X, dapat dilihat melalui gambar berikut:



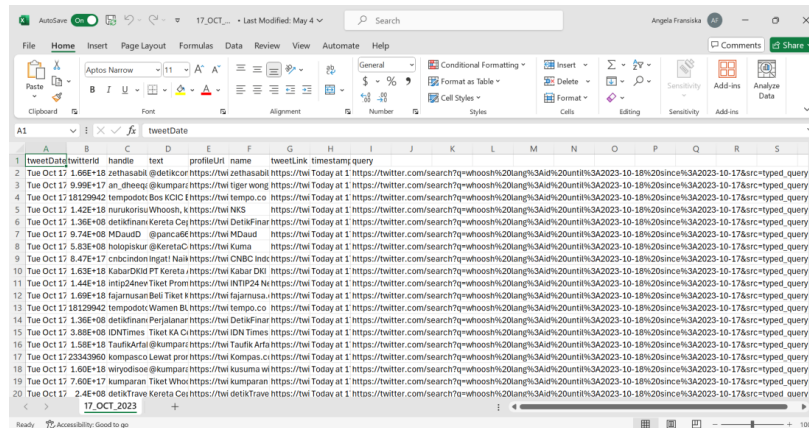
Gambar I. 4 *Electronic Word of Mouth (eWOM)* Negatif terhadap Whoosh saat awal beroperasi secara komersial

Sumber: (X diambil peneliti pada tanggal 17 Oktober 2023)

Sekilas dari hasil tweets di media sosial X masih banyak ungkapan *eWOM* negatif yang dirasakan oleh masyarakat melalui media sosial X. Ulasan dari pengguna Kereta Cepat Whoosh melalui *tweets* X pada Gambar I. 4 menyatakan respon negatif dalam bentuk kekecewaan terhadap pelayanan yang ada. Melihat ulasan yang ada terhadap Kereta Cepat Whoosh, maka adanya pendekatan analisis sentimen akan sangat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi persepsi pengguna. Pengguna transportasi umum di perkotaan cenderung menyuarakan komentar positif dan kekhawatiran terkait layanan, seperti waktu, keamanan, kepadatan, biaya dan kenyamanan melalui media sosial (Lock & Pettit, 2020).

Berbagai permasalahan terkait peningkatan kualitas pelayanan atau yang biasa disebut *Service Quality* yang diberikan Kereta Cepat Whoosh, diantaranya adalah listrik padam yang mengakibatkan Whoosh berhenti, penumpang tertinggal dikarenakan keterlambatan kereta api feeder, minimnya kapasitas kereta feeder, kereta cepat yang berhenti, layanan pembatalan tiket yang tidak efisien, susah sinyal di beberapa titik perjalanan (Madrim, 2023). Akan tetapi, data tersebut hanya didapatkan dari beberapa informen saja. Pada penelitian terdahulu belum ada analisis secara menyeluruh yang dapat mengkategorikan opini masyarakat terkait Whoosh jika dilihat dari aspek kualitas layanan. Padahal aspek kualitas layanan menjadi faktor penting dalam mengembangkan rutenya hingga ke Surabaya. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis *service quality* menggunakan dimensi *realibility*, *responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, *Tangible*, karena menjadi *framework* yang tepat dalam menganalisis kualitas layanan pada suatu transportasi massal Tjiptono & Chandra (2005) dalam (Yuniarti & Aditya, 2020).

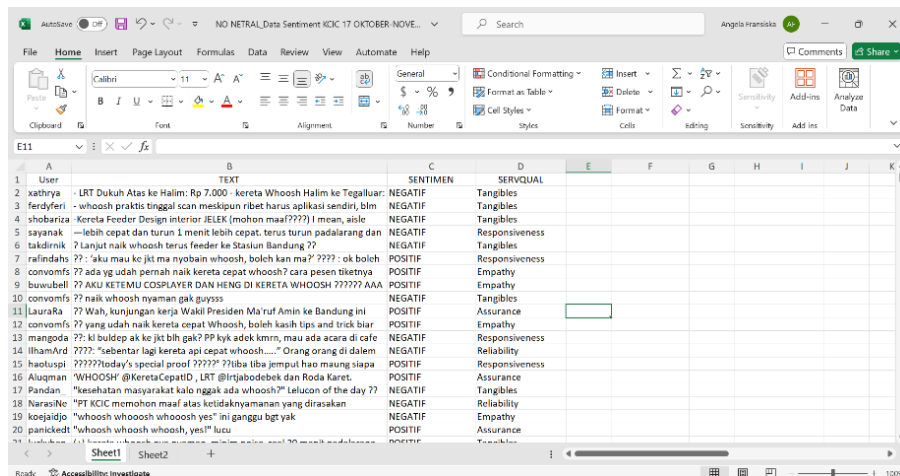
Pada analisis pra penelitian, pengkategorian *e-wom* masyarakat terkait *service quality* dan analisis sentimen pada Whoosh. Berdasarkan Gambar I. 5 dan Gambar I. 6 peneliti mengumpulkan data yang dikumpulkan sebagai sumber awal melalui hasil *scrapping* data menggunakan skrip media sosial X pada *software Phantombuster* dengan kata kunci “Whoosh”. Peneliti melakukan *scrapping* data selama satu bulan lamanya, yaitu pada tanggal 17 Oktober 2023 hingga 17 November 2023.



Gambar I. 5 Pengumpulan data pada tahap awal

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

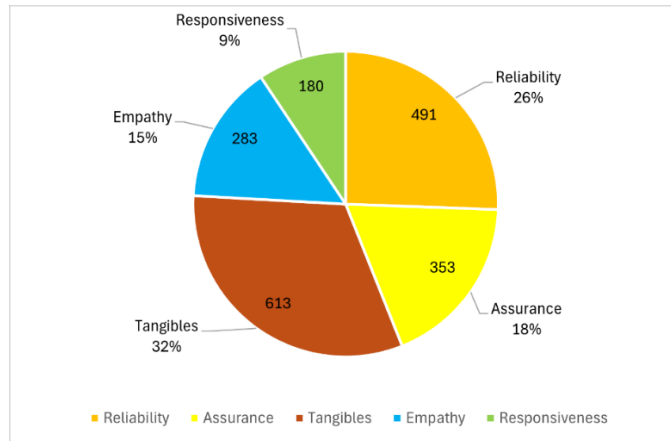
Berdasarkan Gambar I. 5 data yang sudah dikumpulkan melalui *software Phantombuster* terkumpul sebanyak 3.030 data. Selanjutnya dilakukan pembersihan pada data *text* yang berasal dari artikel berita dan data bersih yang didapatkan sebanyak 1.920 data.



Gambar I. 6 Klasifikasi berdasarkan sentimen dan *service quality*

Sumber: Olahan Data Penulis (2024)

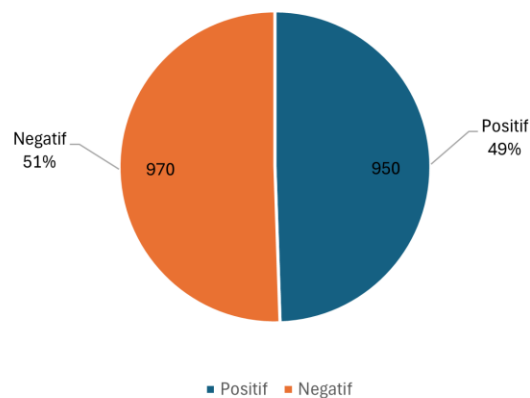
Pada gambar I. 6 peneliti melakukan klasifikasi berdasarkan dimensi analisis sentimen dan *service quality*. Data tersebut di visualisasikan pada digram lingkaran. Gambar I. 7 pada diagram dibawah ini menunjukkan pada saat awal perilisannya whoosh mendapatkan akurasi tertinggi pada *service quality* dimensi *tangibles* sebanyak 32% atau 613 tweets.



Gambar I.7 Jumlah Service Quality Mengenai Whoosh

Sumber: (diambil peneliti pada tanggal 17 Oktober 2023 hingga 17 November 2023 sebagai sumber awal)

Selanjutnya berdasarkan gambar I. 8 pada diagram dibawah ini menunjukkan pada saat awal perilisannya whoosh mendapatkan sentimen negatif masyarakat sebanyak 51% atau 970 *tweets*.



Gambar I. 8 Jumlah Sentimen Mengenai Whoosh

Sumber: (diambil peneliti pada tanggal 17 Oktober 2023 hingga 17 November 2023 sebagai sumber awal)

Topic modeling digunakan untuk membantu menemukan informasi tersembunyi di dalam teks. Tujuan utama dari penggunaan *topic modeling* adalah dengan mendapatkan struktur pemanfaatan kata dan bagaimana menggabungkan dokumen yang berstruktur sama (Barde & Brainwad, 2017).

Sehingga, menggunakan teknik *topic modeling*, dapat membantu peneliti untuk mengidentifikasi dan memvisualisasikan topik utama yang sering muncul dalam setiap sentimen berdasarkan dimensi seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Berdasarkan pengamatan yang menunjukkan persepsi negatif merupakan salah satu indikasi ketidakpuasan dari konsumen. Sebelumnya PT KCIC telah melakukan “Survey Pelanggan Kereta Cepat Whoosh” kepada pengguna layanan whoosh melalui sistem kuesioner. Dapat dilihat pada gambar I. 9, pertanyaan yang diajukan dalam survei ini meliputi kualitas pelayanan Kereta Cepat Whoosh. Namun survei tersebut masih menggunakan metode konvensional.

Gambar I. 9 Kuesioner Survey Pelanggan Kereta Cepat Whoosh

Sumber: (PT KCIC, 2024)

Metode konvensional tidak dapat digunakan dalam menganalisis data dalam jumlah besar, maka dari itu data yang berjumlah besar akan menjadi efisien apabila diolah menggunakan teknik *data mining* (Amna et al., 2023). Sehingga peneliti bermaksud menggunakan metode baru yang lebih *time effective* dalam pengambilan keputusan. Tujuan utama *data mining* adalah untuk mendapatkan suatu pola dalam sebuah data dan menghasilkan pengetahuan yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang terbaik (Zai, 2022). Sehingga pemahaman terhadap analisis sentimen *Service Quality* transportasi massal seperti Kereta Cepat Whoosh sangat dibutuhkan dalam kesuksesan dan peningkatan layanan kedepannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dilakukan oleh Prasetiawan et al., (2022) pada analisis sentimen mengenai *service* dengan algoritma *Support Vector Machine (SVM)* yang menghasilkan sentimen negatif lebih banyak didapatkan, dan pada dimensi *servqual reliability, assurance, responsiveness, empathy, dan tangibles* dominan dibicarakan. Dhiyaulhaq & Gunawan (2023), pada objek penelitian, analisis sentimen, dan *SVM*, dengan membandingkan algoritma *SVM* dan *Naïve Bayes*, didapatkan *SVM* memiliki nilai akurasi tertinggi dan kinerja yang lebih baik dan stabil, sebesar 86,90%. Pratama et al., (2019) analisis sentimen, namun penelitian ini membandingkan tiga algoritma yang digunakan dan hasilnya menunjukkan algoritma yang optimal adalah *SVM* mendapatkan akurasi 85% dan analisis sentimen yang mendominasi adalah negatif.

Berdasarkan penjelasan yang terdapat dalam latar belakang, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Sentimen Service Quality Transportasi Massal Di Indonesia Dengan *Text Mining* Melalui Media Sosial X (Studi Kasus Pada PT Kereta Cepat Indonesia China)**”. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui sentimen dan menentukan kecenderungan opini masyarakat terhadap suatu *services quality* pada transportasi massal di Indonesia. Peneliti berharap melalui penelitian ini akan membantu PT KCIC dalam memberikan saran serta mengetahui bagaimana opini pengguna melalui media sosial X terhadap kualitas layanan yang didapat. Pemanfaatan lainnya dapat dilihat melalui layanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan sehingga pihak KCIC dapat membuat strategi tersendiri untuk *services quality* terhadap KCIC.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, adapun beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil analisis dimensi Service Quality Kereta Cepat whoosh?
2. Bagaimana sentimen positif, negatif, masyarakat terhadap Kereta Cepat Whoosh?

3. Topik apa saja yang dominan pada sentimen dimensi *service quality*, dan layanan apa yang perlu diperbaiki atau dipertahankan pada Kereta Cepat Whoosh?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan hal berikut:

1. Mengetahui bagaimana hasil dimensi *service quality* Kereta Cepat Whoosh.
2. Mengetahui bagaimana hasil sentimen yang telah didapatkan Kereta Cepat Whoosh.
3. Mengidentifikasi dan mengetahui topik yang dominan muncul dalam setiap sentimen dimensi *service quality*, serta layanan apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan berdasarkan pembicaraan mengenai Kereta Cepat Whoosh.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil kontribusi baik secara teoritis maupun praktis.

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi peneliti maupun pembaca mengenai bidang keilmuan data *analytics* dengan metode *Text Mining* untuk mengetahui sentimen pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan, selanjutnya perusahaan akan mengetahui faktor yang menjadi kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat digunakan untuk referensi oleh pihak lain sebagai bahan perbandingan yang bersangkutan dengan kualitas layanan transportasi massal dan metode.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi wadah informasi dan memberikan masukan bagi perusahaan khususnya di dalam bidang transportasi massal, melalui media sosial X. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan dapat meningkatkan kualitas layanan perusahaan PT

Kereta Cepat Indonesia China, sehingga perusahaan dapat mengembangkan inovasi secara berkelanjutan dalam sektor kereta cepat di Indonesia.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini mengenai analisis *Service Quality* dan sentimen pengguna transportasi massal. Data yang digunakan adalah data percakapan pada media sosial X. Objek dalam penelitian ini adalah KCIC, mengingat KCIC telah menghadirkan Kereta Cepat pertama di Indonesia dan Asia Tenggara yang diberi nama Whoosh. Namun kenyataannya whoosh mendapatkan respon negatif pada layanan yang diberikan. Kata kunci yang digunakan adalah “Whoosh”. Konten yang digunakan berupa *tweet*, *mention* ataupun *reply*. Pengambilan data dilakukan selama 6 bulan, lamanya pengambilan sampel mempertimbangkan dari dimulainya Whoosh beroperasi secara komersial yakni pada tanggal 17 Oktober 2023, hingga 17 April 2024. Selanjutnya, peneliti melakukan klasifikasi sentimen, positif dan negatif, berdasarkan lima dimensi *service quality reliability, assurance, responsiveness, empathy, dan tangibles*. Peneliti akan menggunakan *topic modeling* untuk melihat topik yang sering muncul berdasarkan analisis sentimen pada dimensi *service quality*. Nantinya luaran penelitian ini adalah perancangan *Guideline book* yang berjudul “*Guideline Rekomendasi Pengelolaan Service Quality pada Transportasi Massal Indonesia: Studi Kasus PT Kereta Cepat Indonesia China*”

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dijadikan sebagai gambaran umum dalam penelitian yang dilakukan. Penelitian tugas akhir ini disusun menjadi 5 bab oleh penulis sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menyajikan Gambaran Umum Objek Penelitian dan Latar Belakang Penelitian yang menghasilkan Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian yang akan memberikan Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menyajikan Teori-teori penelitian yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya berakhir dengan membentuk suatu Kerangka Pemikiran dan Ruang Lingkup Penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menyajikan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab permasalahan penelitian. Bab ini terdiri dari: Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Tahapan Penelitian, Situasi Sosial, Pengumpulan Data dan Sumber data, Uji Validitas Data, Teknik Analisis Data, Evaluasi Performa Model Klasifikasi.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menyajikan uraian hasil penelitian secara runtut sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan masalah. Bab ini terdiri dari dua bagian yaitu: bagian penyajian hasil penelitian dan bagian pembahasan hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti menyajikan Kesimpulan dan Saran yang berhubungan dengan manfaat penelitian, nantinya akan diberikan kepada objek penelitian terkait.