

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia yang merupakan makhluk sosial akan selalu melakukan interaksi dalam kehidupan sehari-hari, baik secara langsung maupun melalui media digital. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, interaksi sosial tidak sebatas pada pertemuan tatap muka, melainkan juga dapat dilakukan secara daring. Teknologi komunikasi telah berkembang pesat seiring berjalannya waktu serta sudah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia. Berbagai aplikasi telah dikembangkan untuk berinteraksi secara online, seperti Whatsapp, Zoom, Skype, Instagram, Ome TV, dan lain sebagainya. Dari berbagai jenis aplikasi yang ada, salah satu aplikasi yang semakin populer adalah Ome TV terutama dikalangan remaja karena menyediakan layanan video chat secara acak antar pengguna dari seluruh dunia (Daniel, 2022)

Ome TV adalah aplikasi video call gratis yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara acak dengan orang-orang di seluruh penjuru dunia tanpa perlu mendaftar. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2009 oleh Leif K-Brooks sebagai Omegle dan awalnya hanya menyediakan fitur obrolan teks. Kemudian, pada tahun 2010, aplikasi ini menambahkan fitur video dan chat teks (Pembelajaran et al., 2022). Berdasarkan data dari *Google Play Store* dan *App Store*, aplikasi Ome TV telah mencapai lebih dari 100 juta pengguna dengan 546 ribu ulasan di *Play Store*. Di platform tersebut, Ome TV masuk ke dalam daftar 10 besar aplikasi kategori *Social Networking*, menempati posisi ke-8 (*Top Grossing Social Networking Apps*, 2025). Sementara itu, di *App Store*, Ome TV memperoleh 6,7 ribu ulasan dan masuk ke dalam 5 besar aplikasi *Social Networking*, menempati posisi ke-5 (*Top iPhone Social Networking*, 2025). Sebuah artikel yang diunggah pada Kaskus (2020) menyebutkan bahwa aplikasi ini memiliki 167 ribu pengguna aktif di dunia, yang mayoritas dari dewasa usia 30 tahun ke atas, remaja 12-24 tahun, dan anak-anak di bawah umur.

Ome TV memungkinkan komunikasi *real-time* melalui video dan suara, serta dapat digunakan untuk melatih keterampilan bahasa asing dan memperluas jaringan pertemanan (Aisyah, 2023). Aplikasi Ome TV ini dapat memberikan peluang bagi para konten kreator dalam berinovasi melalui interaksi di dalam aplikasi dengan melakukan rayuan gombalan terhadap orang-orang yang ditemuinya (Christanti & Mardani, 2023). Namun, aplikasi ini juga memiliki risiko penyalahgunaan, seperti perilaku tidak etis berupa *cybersex* dan pelecehan visual yang dapat berdampak pada psikologis pengguna (Ahmada, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Aziz et al., 2024) menjelaskan bahwa aplikasi Ome TV ini merupakan salah satu aplikasi yang sering disalahgunakan oleh masyarakat, dengan melakukan tindak pelecehan seksual. Sebuah artikel yang diunggah pada Kompasiana.com (2023) mengungkapkan bahwa platform ini banyak mengandung konten pelecehan seksual terhadap perempuan, di mana beberapa pengguna laki-laki meminta korban memperlihatkan bagian tubuh yang sensitif. Meskipun banyak penelitian telah membahas dampak negatif dari aplikasi ini, masih sedikit yang menganalisis sentimen masyarakat menggunakan pendekatan *machine learning*. Maka dari itu, penting untuk melakukan analisis sentimen masyarakat terkait aplikasi ini guna memahami persepsi publik secara lebih luas.

Analisis sentimen berfungsi untuk mengklasifikasi pendapat publik mengenai suatu topik berdasarkan data yang tersedia. Twitter(X) menjadi salah satu media yang sering digunakan untuk analisis sentimen. Platform ini banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan solusi, kritik, pendapat, dan manfaat lainnya untuk disampaikan yang disebut dengan *tweet* (Rahmania Mustaqillah et al., 2023). Untuk melakukan analisis sentimen ini secara sistematis, diperlukan metode otomatis berbasis *machine learning* untuk mengolah dan mengklasifikasikan data dengan lebih efisien.

Dalam menganalisis sentimen melalui pendekatan berbasis *machine learning*, terdapat beberapa algoritma yang dapat digunakan, seperti *Naive Bayes Classifier* (NBC), *Support Vector Machine* (SVM), *K-Nearest Neighbors* (KNN), *Decision Tree*, dan *Random Forest*. Dalam penelitian ini,

algoritma yang dimanfaatkan dalam klasifikasi sentimen yaitu *Naive Bayes Classifier* berdasarkan data ulasan pengguna aplikasi Ome TV yang terdapat pada *Twitter (X)*. Algoritma *Naive Bayes* dipilih karena mampu melakukan analisis dengan cepat dan efisien dalam mengelola data berukuran besar dengan fitur yang banyak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fikri et al. (2020) yang berjudul Perbandingan Metode *Naive Bayes* dan *Support Vector Machine* pada Analisis Sentimen *Twitter*, menyatakan metode *Naive Bayes* menunjukkan hasil yang lebih unggul dibandingkan dengan metode SVM dalam hal akurasi, presisi, *recall*, dan *F1-Score*. Walaupun metode ini sederhana, namun sering kali menghasilkan akurasi yang lebih baik, terutama dalam menganalisis sentimen. Penelitian ini juga memanfaatkan menggunakan TF-IDF (*Term Frequency-Inverse Document Frequency*) sebagai teknik pembobotan kata. Penggunaan TF-IDF didasari oleh saran dari penelitian sebelumnya (Nuari, 2024) yang merekomendasikan penerapan seleksi fitur TF-IDF untuk meningkatkan akurasi model. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk menganalisis opini masyarakat terhadap aplikasi Ome TV setelah berbagai kasus yang terjadi serta mengukur tingkat akurasi metode *Naive Bayes Classifier* dalam analisis sentimen ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, diperoleh identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Ome TV semakin populer, tetapi juga memiliki risiko penyalahgunaan seperti *cybersex* dan pelecehan visual, yang menimbulkan kekhawatiran bagi penggunanya.
2. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek keamanan dan dampak psikologis, sementara analisis sentimen masyarakat terhadap Ome TV masih jarang dilakukan.
3. Banyak opini tentang Ome TV di *Twitter (X)*, sehingga diperlukan metode otomatis berbasis machine learning untuk mengolah data dengan lebih efisien.
4. Perlu dilakukan pengukuran akurasi *Naive Bayes Classifier* dalam

mengklasifikasikan sentimen publik terhadap Ome TV untuk memastikan keandalan hasil analisis.

Pada identifikasi permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Ome TV berdasarkan analisis sentimen dari ulasan pengguna di *Twitter (X)*?
2. Bagaimana tingkat akurasi algoritma *Naive Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan sentimen masyarakat terhadap aplikasi Ome TV?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Ome TV berdasarkan analisis sentimen dari ulasan pengguna di *Twitter (X)*.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat akurasi algoritma *Naive Bayes Classifier* dalam mengklasifikasikan sentimen masyarakat terhadap aplikasi Ome TV.

1.4 Ruang Lingkup

Untuk memastikan penelitian ini berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan, adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memanfaatkan beberapa kata kunci utama, yaitu “ome tv”, “ome”, “ome tv ga banget”, “ome tv seru” dan “main ome”, untuk mengumpulkan data dari media sosial *Twitter (X)*. Pemilihan kata kunci ini didasarkan pada keterkaitannya dengan Ome TV.
2. Penelitian ini hanya menganalisis *tweet* yang menggunakan bahasa Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan persepsi pengguna di Indonesia, mengingat jumlah pengguna Ome TV di Indonesia sangat tinggi dan mayoritas penggunanya berasal dari kelompok usia remaja.
3. Berdasarkan informasi dari (*Google Trends, 2025*), Ome TV mulai dikenal secara luas pada tahun 2021. Namun, dalam penelitian ini,

periode pengambilan data digunakan dari tahun 2020 hingga 2025. Tahun 2020 tetap dimasukkan sebagai titik awal untuk menangkap fase awal popularitasnya serta diharapkan agar memperoleh data yang lebih luas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1.5.1 Manfaat Praktis

- 1) Memberikan informasi berharga mengenai persepsi pengguna terhadap Ome TV yang berguna dalam meningkatkan kualitas layanan dan fitur aplikasi.
- 2) Mengidentifikasi masalah utama yang dikeluhkan pengguna, sehingga pengembang dapat memperbaiki masalah tersebut.
- 3) Memberikan wawasan mengenai resiko dan manfaat menggunakan aplikasi Ome TV, terutama bagi remaja yang merupakan kelompok pengguna terbesar.
- 4) Memberikan informasi terhadap pengguna agar lebih bijak dalam memanfaatkan platform media sosial dan memahami dampak sosial serta psikologis dari interaksi daring.

1.5.2 Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan literatur dan referensi dalam bidang menganalisis sentimen berbasis *machine learning*, khususnya dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes Classifier*.
- 2) Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pola sentimen pengguna aplikasi Ome TV, serta mengetahui bagaimana algoritma *Naive Bayes Classifier* dapat digunakan untuk menganalisis data besar secara efektif.