

ABSTRAK

Pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, mencapai 215,63 juta orang pada 2022. Namun, banyak pengguna internet di Indonesia mengeluhkan layanan yang diberikan oleh penyedia layanan internet. Keluhan ini muncul karena penyedia layanan tidak memberikan kontrol penuh terhadap penggunaan layanan data dan pembagian kuota yang tidak sesuai. Untuk mengatasi masalah tersebut, Live.On hadir sebagai penyedia layanan digital baru dengan tujuan meningkatkan pengalaman pengguna. Untuk mengevaluasi keberhasilan Live.On, dilakukan analisis sentimen melalui *platform* Google Play untuk melihat umpan balik pengguna terkait layanan yang diberikan. Dalam penelitian ini, data diambil melalui proses data scraping di Google Play. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan metode klasifikasi Naïve Bayes dan Random Forest. Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna, digunakan perhitungan *Net Reputation Score* (NRS). Hasil perbandingan menunjukkan bahwa ketika teknik SMOTE tidak digunakan, Random Forest memiliki performa yang lebih baik dibandingkan Naïve Bayes. Random Forest memiliki akurasi sebesar 80,37%, *precision* 61%, *recall* 58%, dan *f1-score* 57%, sementara Naïve Bayes memiliki akurasi 80%, *precision* 54%, *recall* 58%, dan *f1-score* 56%. Ketika teknik SMOTE diterapkan, Random Forest tetap mempertahankan performa yang lebih baik dengan akurasi 78%, *precision* 79%, *recall* 78%, dan *f1-score* 78%, sementara Naïve Bayes memiliki performa yang sama pada semua metrik dengan nilai 73%. Selain itu, berdasarkan perhitungan NRS dengan menggunakan hasil prediksi Naïve Bayes, reputasi *provider* Live.On memiliki nilai -33,08%, sedangkan menggunakan hasil prediksi Random Forest, reputasinya mencapai -41,08%. Kedua nilai reputasi tersebut berada di bawah rata-rata, sehingga Live.On dianggap memiliki reputasi yang buruk. Oleh karena itu, Live.On perlu memperbaiki keluhan yang dirasakan oleh pengguna agar dapat meningkatkan reputasinya.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Google Play, Live.On, Naïve Bayes, *Net Reputation Score*, Random Forest

ABSTRACT

Internet users in Indonesia continue to increase from year to year, reaching 215.63 million people in 2022. However, many internet users in Indonesia complain about the services provided by internet service providers. This complaint arises because the service provider does not provide full control over the use of data services and the distribution of quotas that are not appropriate. To solve this problem, Live.On is here as a new digital service provider to improve the user experience. To evaluate the success of Live.On, a sentiment analysis was carried out through the Google Play platform to see user feedback regarding the services provided. In this study, data was collected through a data scraping process on Google Play. Furthermore, the data were analyzed using the Naïve Bayes and Random Forest classification methods. To measure the level of user satisfaction, the Net Reputation Score (NRS) calculation is used. The comparison results show that when the SMOTE technique is not used, Random Forest has better performance than Naïve Bayes. Random Forest has 80.37% accuracy, 61% precision, 58% recall, and 57% f1-score, while Naïve Bayes has 80% accuracy, 54% precision, 58% recall, and 56% f1-score. When the SMOTE technique is applied, Random Forest still maintains better performance with 78% accuracy, 79% precision, 78% recall, and 78% f1-score, while Naïve Bayes has the same performance on all metrics with 73%. In addition, based on NRS calculations using Naïve Bayes prediction results, Live.On provider reputation has a value of -33.08%, while using Random Forest prediction results, its reputation reaches -41.08%. Both reputation scores are below average, so Live.On is considered to have a poor reputation. Therefore, Live.On needs to fix complaints felt by users to improve its reputation.

Keywords: *Google Play, Live.On, Naïve Bayes, Net Reputation Score, Random Forest, Sentiment Analysis*