

Analisis Sentimen Opini Publik Terkait Layanan Kuota Internet Aplikasi Mytelkomsel Melalui Ulasan Di Playstore Dan Appstore

Muhammad Rasya Bhamakerti Mamonto¹, Tita Melia Milyane²

¹ Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, muhrasyaabm@student.telkomuniversity.ac.id

² Digital Public Relations, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, titameliamilyane@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to examine public sentiment regarding the internet quota services provided by the MyTelkomsel application. This topic emerged due to the researcher's growing awareness of user complaints related to internet quota services on digital platforms. Based on ratings from the Play Store and App Store, MyTelkomsel received a score of 4.7 out of 5 on the App Store and 4.0 out of 5 on the Play Store. Although these ratings are relatively high, the number of user complaints indicates that several issues remain unresolved, such as slow app performance, missing data packages, and confusing features. By employing thematic analysis, sentiment analysis, and aspect-based sentiment analysis, this study uses a qualitative descriptive approach with a narrative analysis method. Data were collected from user reviews on Google Play Store and App Store using digital documentation and participatory observation techniques to capture the phenomenon being studied. The findings reveal that the majority of user sentiments are negative, with 49 negative reviews, where users expressed dissatisfaction with high data prices, missing data packages, and non-transparent promotions. There were 18 neutral reviews and 5 positive reviews based on processed and validated data. The study concludes that public sentiment and perception of MyTelkomsel's internet quota services still need improvement.

Keywords: emotions in narrative, internet, package, promo, public opinion, quota, sentiment analysis, service

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sentimen opini publik terhadap layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel. Topik ini dimulai karena meningkatnya kesadaran peneliti atas keluhan yang dialami oleh pengguna terhadap layanan kuota internet di media digital. Dari aplikasi playsotre dan appstore penilaian yang diberikan dalam bentuk bintang mengenai aplikasi MyTelkomsel adalah 4.7 dari 5 untuk AppStore dan 4.0 dari 5 untuk Playstore. Walaupun penilaian terbilang tinggi namun tingkat keluhan mengenai aplikasi MyTelkomsel terhitung belum memperbaiki beberapa masalah yang dihadapi pengguna seperti aplikasi yang lemot, paket data yang hilang dari aplikasi, dan fitur fitur yang membingungkan. Dengan menggunakan teori analisis tematik, analisis sentimen, dan sentimen aspect-based penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis naratif, di mana data dikumpulkan dari ulasan pengguna di Google PlayStore dan AppStore dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi digital dan observasi partisipatif untuk mendapatkan hasil dari fenomena yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas sentimen pengguna adalah negatif sebesar 49, pengguna mengatakan bahwa harga kuota yang tinggi, paket data yang hilang, dan promo yang tidak transparan. Penilaian sentimen netral di 18 dan 5 positif berdasarkan data yang sudah di proses dan valid. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi opini publik pengguna terhadap layanan kuota internet MyTelkomsel masih perlu ditingkatkan.

Kata Kunci: paket, kuota, analisis sentimen, layanan, opini publik, internet, promo, emosi dalam narasi

I. PENDAHULUAN

Aplikasi MyTelkomsel merupakan layanan digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses bagi pengguna dalam mengelola paket data, pulsa, serta layanan lainnya. Salah satu keunggulan utama aplikasi ini adalah fitur "Recommended For You", yang secara personal merekomendasikan paket data berdasarkan kebiasaan pengguna, sehingga memudahkan konsumen dalam memilih kuota yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Fitur ini berpotensi membentuk persepsi publik yang positif terhadap layanan kuota internet Telkomsel. Aplikasi MyTelkomsel mendapat rating tinggi, yaitu 4.7 di App Store dan 4.0 di Play Store, lebih unggul dibandingkan aplikasi provider lain seperti myXL. Meski rating ini memberi kesan positif, banyak ulasan pengguna justru berisi keluhan, seperti crash, loading lambat, navigasi membingungkan, login gagal, informasi kuota yang tidak real-

time, serta paket kuota yang dinilai tidak transparan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara rating tinggi dengan pengalaman pengguna yang sebenarnya.

Penelitian Bayu Delvika (2024) menggunakan algoritma BERT juga menemukan bahwa ulasan di Play Store didominasi sentimen negatif meskipun rating terlihat baik. Fenomena ini menegaskan pentingnya analisis sentimen publik untuk memahami persepsi pengguna secara mendalam dan memberikan masukan bagi peningkatan kualitas layanan MyTelkomsel.

Dalam konteks humas digital, pemantauan dan analisis sentimen publik melalui ulasan dan komentar online menjadi hal penting untuk menjaga reputasi perusahaan. Opini publik yang terbentuk di media sosial dapat dengan cepat memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap layanan kuota internet dalam aplikasi MyTelkomsel melalui ulasan pengguna di Google PlayStore dan AppStore dan mengetahui respon telkomsel terhadap ulasan pengguna layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Analisis Sentimen

Analisis sentimen adalah metode untuk mengumpulkan pendapat masyarakat umum melalui jejaring sosial yang mencakup layanan publik dan isu-isu terkini (Putra dan Juanita, 2021). Sentimen publik dalam komunikasi digital mengarah pada ekspresi perasaan, sikap, atau opini masyarakat terhadap masalah, produk, dan layanan yang diungkapkan melalui berbagai media digital. Dasar dari analisis sentimen adalah klasifikasi sentimen. Klasifikasi sentimen merupakan salah satu cara untuk mengetahui pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap isu, produk, layanan atau golongan tertentu (Suryono et al., 2018). Dalam era digital, sentimen ini dapat muncul melalui ulasan di aplikasi seperti PlayStore dan AppStore. Bentuk sentimen dapat berupa pujian, kritik, keluhan, atau pernyataan netral yang tidak secara eksplisit menunjukkan emosi. Analisis sentimen menjadi alat utama untuk menilai bagaimana publik memaknai dan merespons aplikasi MyTelkomsel sebagai produk digital dari perusahaan telekomunikasi Telkomsel. Dalam analisis Sentimen terdapat tiga kategorisasi sentimen yang dapat diperoleh dari ulasan pengguna di Playstore, AppStore untuk dikelompokkan sesuai analisis sentimen yang terkandung dalam tiap ulasan sebagai berikut:

- a. Sentimen Positif: Komentar dengan pernyataan puas dan pujian terhadap kualitas layanan data internet MyTelkomsel.
- b. Sentimen Negatif: Komentar yang menunjukkan rasa ketidakpuasan, keluhan, dan masalah teknis yang dialami oleh pengguna saat menggunakan layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel.
- c. Sentimen Netral: Komentar dengan arah informatif atau tidak memberikan opini yang jelas mengenai aplikasi MyTelkomsel, contohnya seperti memberikan informasi terkait fitur baru dalam layanan kuota internet tanpa mengekspresikan emosi tertentu.

Philip Beineke dan Christopher Manning (2010) dalam penelitiannya menganalisis sentimen dari ulasan dalam website Rotten Tomatoes mengatakan bahwa dalam penelitian analisis sentimen, mereka tidak membutuhkan seluruh kalimat ulasan namun mencari kutipan yang relevan terhadap sentimen yang sudah diidentifikasi. Dibantu dengan analisis tematik, kutipan yang akan diambil dengan memahami data, meng-coding untuk menentukan tema utama dari dokumentasi ulasan pengguna aplikasi MyTelkomsel, mengidentifikasi tema, dan simpulan. Dengan begitu, ulasan pengguna yang diolah oleh peneliti mengenai layanan kuota internet akan terdiri dari kutipan tema yang relevan dengan layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel didalam aplikasi Google Playstore dan AppStore.

1. Sentimen *aspect-based*

Aspect-based adalah tipe analisis sentimen dimana peneliti dapat fokus pada aspek – aspek yang lebih spesifik dari penelitian. Menurut Bing Liu, Aspect-based sentiment analysis menghubungkan sentimen secara spesifik dengan aspek-aspek tertentu dari sebuah produk untuk memahami evaluasi terhadap masing-masing aspek tersebut (dalam Pratiwi, 2022). Maka saat peneliti mengolah data mengenai layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel, elemen seperti ulasan kuota dan ulasan paket data internet dari pengguna dapat diolah lebih spesifik. Dengan begitu mengolah sentimen publik mengenai ulasan aplikasi MyTelkomsel di Playstore dan AppStore menjadi lebih terkategoriisasikan.

2. Opini Publik

Menurut Aris dalam blognya mengenai “Pengertian Opini Publik: Unsur, Bentuk, Fungsi, dan Pengaruhnya”, istilah opini publik terdiri dari dua komponen utama, yaitu “opini” dan “publik”. Kata opini berasal dari bahasa Inggris *opinion*, yang berarti pendapat atau pandangan seseorang terhadap suatu hal. Sementara itu, kata publik juga diambil dari bahasa Inggris *public*, yang berarti masyarakat luas atau khalayak umum. Dengan demikian, jika kedua kata tersebut digabungkan menjadi *public opinion*, maka istilah tersebut dapat diartikan sebagai pendapat umum atau opini publik.

Opini dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, baik secara aktif maupun pasif, dan bisa diungkapkan secara verbal melalui ucapan langsung. Ungkapan opini bisa disampaikan secara terang-

terangan dengan kata-kata yang maknanya jelas, maupun secara halus atau tidak langsung, sehingga pemaknaannya bisa bersifat konotatif atau tergantung pada persepsi pribadi. Selain lewat kata-kata, opini juga bisa terlihat dari perilaku, sikap, ekspresi wajah, atau bahasa tubuh (body language), serta bisa pula dituangkan dalam simbol-simbol atau tulisan (Ruslan, 2005: 63).

Publik dapat dimaknai sebagai audiens atau kelompok khalayak media massa. Istilah ini merujuk pada sekelompok individu yang memberikan perhatian terhadap isu yang disampaikan melalui media dan turut terlibat dalam diskusi intensif untuk mencari solusi demi kepentingan bersama. Dalam konteks ini, publik berbeda dengan massa atau kerumunan, karena publik terdiri dari bagian massa yang memiliki kepedulian dan secara aktif terlibat dalam pemecahan masalah. Selain itu, publik juga mencakup individu-individu yang memiliki opini atau pandangan tertentu. Oleh karena itu, anggota publik biasanya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan dalam menghadapi isu yang sedang dibahas.

Opini publik sebagai perasaan bersama yang dirasakan oleh suatu populasi atas masalah tertentu yang sedang terjadi. Media sosial dalam hal ini memiliki pengaruh yang sangat penting untuk menjadi channel penyebaran topik dan informasi terkait masalah atau hal penting lainnya yang akan menjadi perhatian masyarakat (Morissan, 2018).

B. Analisis Tematik

Analisis tematik digunakan untuk memahami emosi dan persepsi pengguna. Proses Analisis Tematik dimulai dengan memahami data seperti memahami isi ulasan pengguna yang diolah dengan dokumentasi digital. Tahap kedua dalam analisis tematik adalah meng-coding, hal berikut diperlukan untuk menemukan tema utama dari olahan dokumentasi digital ulasan pengguna untuk menentukan tema relevan. Tahap ketiga yaitu mencari tema, setelah peneliti menentukan kode, proses mencari tema yang sesuai dengan tujuan penelitian dilakukan dan dengan mengevaluasi untuk melihat apabila ada tema yang sama dengan begitu dapat diklasifikasikan ke dalam satu tema. Analisis tematik juga merupakan salah satu cara untuk menganalisa data dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola atau untuk menemukan tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti (Braun & Clarke, 2006). Pilihan kata yang digunakan oleh pengguna dalam ulasan mengenai layanan kuota internet MyTelkomsel seperti “bagus”, “cepat”, “lemot”, “jelek”, dan masih banyak lagi. Tema yang ditemukan dapat mencakup berbagai aspek, seperti masalah teknis, di mana pengguna sering mengeluhkan layanan internet yang sering lemot atau masalah lainnya, seperti kuota yang tidak masuk meskipun sudah melakukan pembelian. Selain itu, tema yang berkaitan dengan fitur aplikasi juga sering muncul, seperti kemudahan dalam melakukan pembelian data paket internet, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Dengan mengidentifikasi tema-tema ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan sentimen pengguna terhadap layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel.

C. Aplikasi MyTelkomsel

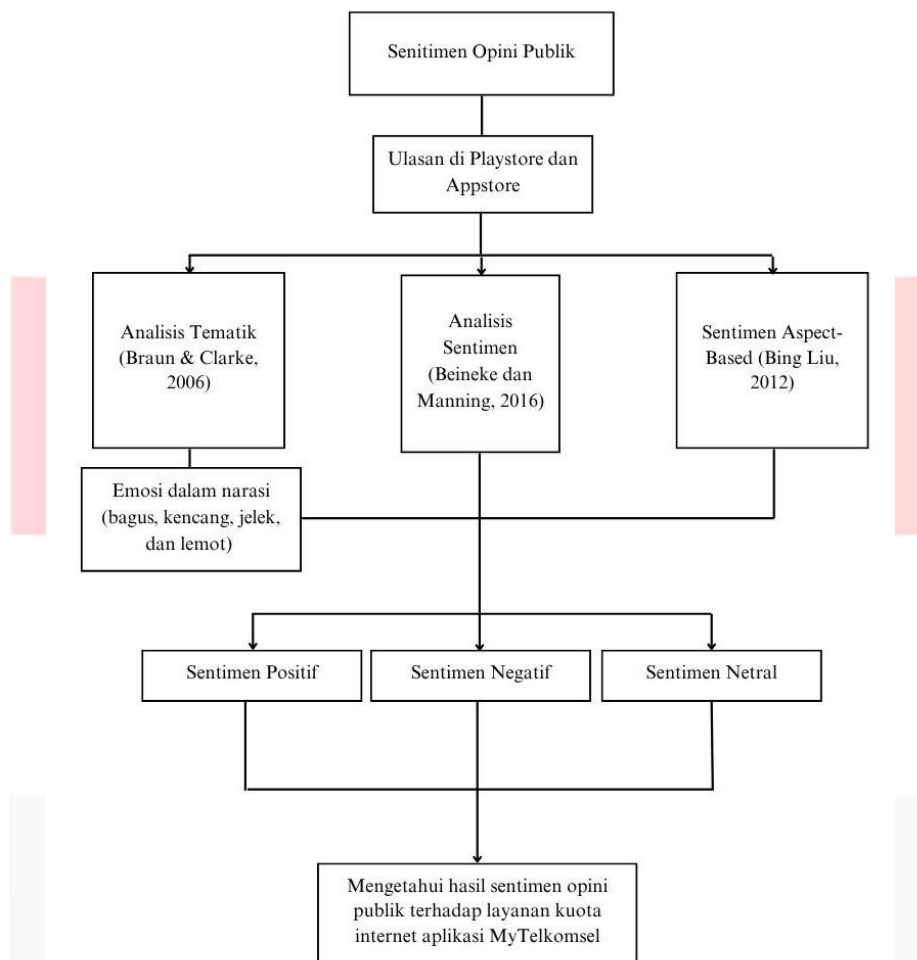
Telkomsel merupakan salah satu operator seluler terbesar di Indonesia yang terus berinovasi untuk memberikan layanan terbaik bagi masyarakat. Salah satu inovasi tersebut adalah aplikasi MyTelkomsel, yang dirancang sebagai layanan self-service untuk memudahkan pengguna dalam mengakses dan mengelola berbagai layanan Telkomsel secara mandiri melalui smartphone. Dengan jumlah pelanggan mencapai 158,8 juta pada kuartal pertama 2024, aplikasi ini menjadi solusi efisien untuk kebutuhan seperti cek pulsa, beli paket data, hingga layanan pelanggan tanpa harus menghubungi Customer Service. Selain meningkatkan kepuasan pengguna, MyTelkomsel juga berperan dalam efisiensi operasional perusahaan.

D. Playstore dan Appstore

Play Store adalah toko aplikasi resmi milik Google untuk perangkat Android yang diluncurkan pada 6 Maret 2012. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mencari, mengunduh, serta memperbarui aplikasi dan konten digital, serta memberikan ulasan dan rating.

App Store adalah toko aplikasi milik Apple yang diluncurkan pada 10 Juli 2008 untuk perangkat iOS. Pengguna dapat mengunduh aplikasi yang dikembangkan menggunakan iOS SDK langsung ke perangkat iPhone atau iPad.

Perbedaan utama keduanya terletak pada sistem operasinya—Play Store untuk Android dan App Store untuk iOS. Selain itu, Play Store lebih terbuka dan cepat dalam proses persetujuan aplikasi, sementara App Store menerapkan standar kualitas yang lebih ketat.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis naratif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual terhadap sentimen publik dari layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel berdasarkan data yang dikumpulkan dari ulasan pengguna. Dengan metode penelitian kualitatif peneliti dapat menggali makna yang dimiliki individu atau kelompok terhadap suatu fenomena, terutama dalam konteks sosial dan kemanusiaan. Awalnya banyak digunakan dalam antropologi dan etnografi, kini pendekatan ini juga umum di bidang psikologi dan sosiologi karena dianggap efektif dalam memahami masalah sosial secara mendalam (Dove, 2002). Penelitian ini akan menggunakan metode paradigma konstruktivisme.

Paradigma Konstruktivisme adalah paradigma yang berpegang pada pernyataan, bahwa pengetahuan serta kebenaran obyektif merupakan hasil perspektif (Ronda, 2018). Peneliti akan meneliti ulasan pengguna dalam layanan kuota internet MyTelkomsel dengan observasi dan dokumentasi digital dan subjek penelitian ini adalah dari ulasan pengguna dan respon Telkomsel aplikasi MyTelkomsel yang diolah dalam aplikasi AppStore dan PlayStore dengan dokumentasi digital. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi MyTelkomsel yang secara aktif memberikan komentar atau penilaian di aplikasi seperti PlayStore dan AppStore selama periode observasi. Pengumpulan data dengan mendokumentasikan bukti digital dan data dari ulasan yang diolah akan membantu penulis mencari kesimpulan atas persepsi sentimen dari layanan kuota internet MyTelkomsel. Pengumpulan data dengan teknik observatif partisipatif adalah salah satu cara peneliti mendapatkan data dari masalah yang diteliti. Observasi secara pasif dilakukan secara online dilakukan dengan menilai dan menganalisis persepsi publik dari ulasan yang dibuat oleh pengguna layanan kuota internet MyTelkomsel di aplikasi AppStore dan PlayStore.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tematik

Untuk memilah olahan data kedalam positif, negatif, dan netral saat menganalisis sentimen ulasan pengguna perlu diketahui juga emosi dalam narasi. Dalam konteks penelitian ini yang dinilai adalah berapa baik layanan kuota internet yang diberikan oleh aplikasi MyTelkomsel. Maka ketika berbicara mengenai emosi secara nonverbal dapat terlihat dari apa yang dikatakan oleh pengguna layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel. Proses ini dilakukan dengan observasi oleh peneliti dengan mencari kata kunci yang relevan pada ulasan pengguna. Setelah kata kunci didapatkan, peneliti membuat kode terhadap ulasan dengan kata kunci yang didapatkan dari ulasan pengguna untuk mengidentifikasi tema.

Mengambil dari kata kunci berat, fitur, loading, aplikasi, dan lemot dapat diambil 10 ulasan pengguna untuk kode kualitas aplikasi menurut pengguna.

Kode: kualitas aplikasi menurut pengguna.

“ngapa loading mulu si? ga usah super app supper app-an.. ga dipake juga”

(Ulasan 1)

“selalu lambat utk membuka aplikasi ini, kecuali di daerah tertentu. Ibarat nafsu besar tenaga tdk ada, buat apa membuat aplikasi terlalu 'ramai' kl utk membuka aplikasinya sendiri saja susah dan lambat. Saat ini saya pakai di Papua krn tdk ada pilihan lain, tapi masalahnya saya pakai di rumah daerah Cilandak Jakarta saja sering lambat. Menang harganya saja yg mahal”

(Ulasan 2)

“berat aplikasinya”

(Ulasan 3)

“Aplikasi busuk sering gabisa dipake, upgrade lah minimal. Dah internet banyak masalah aplikasinya malah ikut ikutan masalah”

(Ulasan 4)

“loading mulu gak pernah bisa login tolong infokan berapa minimum Mbps dan spek hp agar bisa jalankan apk ini?”

(Ulasan 5)

“Satu aplikasi membantu banget apalagi buat tim mager kayak aku karna udah ada banyak fitur. Mantap 🤩”

(Ulasan 6)

“buat cek data susah sekarang karena jaringan yang sekarang jelek apa aplikasinya penurunan....”

(Ulasan 7)

“Selalu lemot. Mau pakai wifi stabil ataupun clear chace tetap gak membantu. Mending perbaiki ui/ux nya biar gak berat dipake.”

(Ulasan 8)

“aplikasi kurang user friendly. mau melakukan pembayaran susah sekali. apalagi terlambat sehari saja sudah di blok akses data nya. dan harus cari wifi untuk bs pembayaran. tidak rekomen sama sekali”

(Ulasan 9)

“buka apps, loading, makan, mandi, masih ngga selesai2 loadingnya.”

(Ulasan 10)

Mengambil dari kata kunci paket, top up, data, pulsa, kuota, murah, mahal, saldo, dan beli dapat diambil 10 ulasan untuk kode ulasan mengenai kuota dan pulsa.

Kode: ulasan mengenai kuota dan pulsa.

“ga jelas apa? ga bisa, nge cek sisa kuota error, cek reward error, hadeuh...” (Ulasan 1)

“harusnya sisa quota internet nggak hilang/hangus tapi terakumulasi ... yg boleh hilang adalah masa berlakunya ... soalnya kalo quota hilang/hangus kesannya korupsi yg dilegalkan”

(Ulasan 2)

“udah mah mahal, terus sinyalnya jelek. jangan pernah beli telkomsel, nyesel seumur hidup lu nanti”
(Ulasan 3)

“kenapa sering banget error. loading terus. padahal Cuma mau beli paket data. Terlalu sering error. ampun dah. buat perusahaan sebesar telkom sangat memalukan.”
(Ulasan 4)

“harga pulsa naik 2x lipat , syial emang telkomsel, paket murah dihapusin”
(Ulasan 5)

“mantulllll paket nya murahhh”
(Ulasan 6)

“saya pelanggan Telkomsel merasa sangat-sangat kecewa, karena jaringan sekarang nya selalu jelek padahal saya tempat nya di kota tapi masih sering gangguan. tolong perbaikannya terutama di jaringan internet dan penyediaan pembelian kuota internet sesuai dengan kantong mahasiswa yang agak ngotak sedikit kalo ngasih harga”
(Ulasan 7)

“lambat sekali, kadang terbuka tapi datanya loading terus”
(Ulasan 8)

“SIGNAL PARAHHHH. MAHAL DOANG, PELAYANAN PAYAH”
(Ulasan 9)

“aplikasi tersulit mau dipakai beli pulsa.... selalu loading padahal provider terbesar se Indonesia.. selalu bermasalah dan tidak pernah ada kemajuan rating nya saja sdh 4.0”
(Ulasan 10)

Mengambil dari kata kunci layanan, hubungi, chat, cs, customer service, respon, konsumen, dan pelanggan, dapat diambil 10 ulasan untuk kode pelayanan telkomsel terhadap aplikasi mytelkomsel.

Kode: pelayanan telkomsel terhadap aplikasi mytelkomsel

“ mending myindihome. ini lemot, sering eror. Mau speed refreshment malah eror muncul tulisan “mohon maaf saat ini km tdk bisa mengakses layanan ini, masih dlm proses pemindahan alamat indihome” apaan dah?!?! Dulu bisa2 aja kok pas masih pake myIndihome. udah telpon 188, dibikin surat pengaduan, tetep aja masih blm bisa. Padahal sy mau bayar tambahan karena speed melambat akibat FUP, tp malah gabisa..”
(Ulasan 1)

“Gua mau buka FB, bukan mau beli data, bisa ngak perbaiki layanan mu, gua beli paket ngak ngemis gratisan darimu”
(Ulasan 2)

“LAYANAN GAJELAS, beli kuota tambahan harian gabisa masuk, alhasil saya numpang hotspot orang kesana kemari, karna saya serba cashless. Bukan masalah duit hilang yang cuman 16ribu, tapi dari awal akadnya ini jual beli BUKAN NGUTANGIN TELKOM, emang gada amanahnya, mana service pake bolak balik nanya lagi, UDAH JELAS DARI AWAL MASALAHNYA CUMA SATU SOAL KUOTA GA MASUK anjr”
(Ulasan 3)

“Ada gangguan indihome, mau chat vero, nggak bisa”
(Ulasan 4)

“pelayanan kurang gercep”
(Ulasan 5)

“pelayanan CS benar benar tidak memuaskan, disampaikan kendala tidak solved dan sangat lama response time nya.. sekelas telkomsel masih seperti ini.. kuota halo sudah habis, bayar billing tidak reset kuotanya”
(Ulasan 6)

“Sering gagal beli pulsa sama kuota, harus beli manual. Dulu cs nya bisa bantu setelah diganti AI malah ga bisa jawab, solusi malah dpt dari GPT mesti beli manual.”
(Ulasan 7)

“Veronica tidak pernah memberikan solusi yg berguna, customer service (agent) selalu waiting list, pembelian paket seperti prime suka bermasalah, terlalu banyak pop-up, paket internet/kuota di aplikasi tidak pernah lengkap(banyak paket yg mesti telp ke cs untuk diaktifkan). Tdlr: aplikasi tdk user friendly.”
(Ulasan 8)

“Uang dipotong 2x, awal pertama pelaporan ditarik kembali paket internet yg sudah terbeli 2x oleh sistem. Tapi uang konsumen tidak dikembalikan!”
(Ulasan 9)

“Layanan amazon memble, paket sdh termasuk amazon dibuka zonk. CS tidak ada solusi, seperti noob”
(Ulasan 10)

Dari tiga kode yang dikumpulkan dari ulasan pengguna diatas peneliti mendapatkan tema yaitu sentimen pengguna terhadap aplikasi MyTelkomsel. Tema yang didapatkan akan digunakan untuk menyortir data yang diambil, sama dengan kode dan emosi dalam narasi yang sudah didapatkan akan dipakai untuk melakukan analisis sentimen berdasarkan tema hingga tidak keluar dari topik penelitian.

B. Analisis Sentimen Positif

Dari keseluruhan 153 ulasan, hanya ditemukan 5 ulasan yang benar-benar memenuhi kriteria sebagai sentimen positif yang sah dan valid terhadap layanan kuota internet MyTelkomsel. Kelima ulasan ini secara spesifik membahas hal-hal positif seperti kemudahan dalam membeli paket data melalui aplikasi, harga paket dan kuota yang sesuai dengan kebutuhan, promo yang banyak, dan bonus kuota.

C. Analisis Sentimen Negatif

Sebanyak 97 dari 200 Ulasan dari pengguna aplikasi mytelkomsel di aplikasi PlayStore dan AppStore bersifat negatif diluar data yang tidak sah. Dari total 153 ulasan pengguna aplikasi MyTelkomsel yang dianalisis dalam penelitian ini, ditemukan bahwa sebanyak 97 ulasan termasuk dalam kategori sentimen negatif. Namun, karena fokus utama penelitian ini adalah menganalisis sentimen publik terhadap layanan kuota internet dalam aplikasi MyTelkomsel, maka dilakukan proses pengkerucutan ulang dengan identifikasi kode kuota dan pulsa saat coding untuk menyaring ulasan yang secara khusus membahas topik tersebut. Hasil dari proses ini menunjukkan bahwa terdapat 49 ulasan yang secara langsung menyinggung dan mengomentari layanan kuota internet yang disediakan oleh MyTelkomsel.

D. Analisis Sentimen Netral

Sentimen netral yang didapatkan oleh peneliti saat mengolah data dari 200 ulasan mengenai aplikasi mytelkomsel diluar dari data yang tidak sah adalah sebanyak 46 ulasan. Dalam proses analisis terhadap 153 ulasan pengguna aplikasi MyTelkomsel yang dikumpulkan, ditemukan bahwa sebanyak 46 ulasan tergolong dalam kategori sentimen netral. Sentimen netral ini merujuk pada ulasan yang tidak secara jelas menunjukkan rasa puas (positif) maupun ketidakpuasan (negatif), melainkan lebih berupa pernyataan yang bersifat informatif, deskriptif, atau menyampaikan pengalaman tanpa muatan emosi yang kuat. Namun, karena fokus penelitian ini adalah pada analisis sentimen terkait layanan kuota internet dalam aplikasi MyTelkomsel, dilakukan penyaringan ulang terhadap ulasan-ulasan tersebut. Dari hasil pengkerucutan ini, diperoleh 18 ulasan netral yang secara spesifik membahas layanan kuota internet.

E. Pembahasan

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang menganalisis sentimen publik terhadap Telkomsel di media sosial, penelitian ini memiliki fokus yang lebih sempit, yaitu ulasan layanan kuota internet di aplikasi MyTelkomsel. Penelitian sebelumnya menunjukkan dominasi sentimen negatif di Twitter, Instagram, dan Facebook, sedangkan dalam penelitian ini, dari 153 ulasan, terdapat 49 ulasan negatif, 18 ulasan netral, dan hanya 5 ulasan positif yang valid. Ulasan negatif yang secara spesifik membahas layanan kuota internet mencakup keluhan harga kuota yang mahal, promo yang tidak transparan, dan hilangnya jenis paket. Emosi kecewa tercermin dari kata-kata kasar, huruf kapital, sarkasme, hingga ajakan untuk tidak

membeli produk. Ulasan netral cenderung deskriptif dan informatif tanpa emosi kuat, sedangkan ulasan positif menyoroti kemudahan pembelian, harga sesuai, promo menarik, dan bonus kuota, meskipun tetap disertai saran perbaikan secara suportif. Dibandingkan media sosial, ulasan di PlayStore dan AppStore lebih fokus pada pengalaman langsung pengguna terhadap layanan, bukan persepsi terhadap merek. Sayangnya, respon Telkomsel terhadap ulasan pengguna di PlayStore cenderung bersifat umum dan berformat template, tidak menjawab permasalahan secara spesifik, serta minim apresiasi bahkan pada ulasan positif. Lebih parah, di AppStore, tidak ditemukan satu pun respon dari Telkomsel terhadap pengguna iOS. Dalam segi emosi, pengguna di PlayStore masih menunjukkan harapan, seperti memberikan saran perbaikan sistem kuota. Sementara di AppStore, emosi yang terekam lebih didominasi oleh kekecewaan tinggi dan kata-kata kasar. Kurangnya respon dari Telkomsel, khususnya di AppStore, berkontribusi terhadap persepsi negatif publik terhadap layanan kuota internet aplikasi MyTelkomsel, khususnya dari pengguna iOS.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dari 200 data dan 153 data valid, sebanyak 49 ulasan mencerminkan sentimen negatif terhadap layanan kuota internet MyTelkomsel, terutama karena harga paket data yang mahal, promo yang tidak transparan, dan hilangnya beberapa paket. Respon Telkomsel di Google Play Store bersifat formal dan tidak solutif, sementara di App Store tidak ada respon sama sekali, menimbulkan kesan kurangnya perhatian terhadap pengguna iOS. Dari sisi emosi, pengguna Play Store masih menyampaikan kritik yang membangun, sedangkan pengguna App Store menunjukkan emosi yang lebih tinggi dengan ekspresi kekecewaan yang kuat. Secara keseluruhan, persepsi publik terhadap layanan kuota internet MyTelkomsel cenderung negatif, diperburuk oleh kurangnya tanggapan yang empatik dan solutif dari pihak Telkomsel.

B. Saran

Dari aspek teoritis, penelitian ini telah memberikan gambaran bagaimana sentimen opini publik terbentuk melalui analisis sentimen dan aspek-aspek yang terkait, khususnya terhadap layanan kuota internet di aplikasi MyTelkomsel. Analisis dilakukan menggunakan metode analisis tematik dan sentimen aspect-based untuk memahami dimensi emosi yang muncul dalam ulasan pengguna di Google Play Store dan App Store. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan, salah satunya adalah penggunaan analisis manual yang berisiko menimbulkan human error dan ketidakakuratan data. Oleh karena itu, disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan alat bantu analisis berbasis digital. Selain itu, cakupan studi juga dapat diperluas dengan menambah sumber data dari platform media sosial lainnya serta memperbanyak jumlah informan. Penggunaan teori dan konsep yang lebih luas juga akan membantu dalam membangun pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh.

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini menjadi catatan penting bagi Telkomsel dalam meningkatkan kualitas layanan dan membangun persepsi publik yang lebih positif. Pertama, Telkomsel perlu lebih responsif dan personal dalam menanggapi ulasan pengguna, serta menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik pengguna di masing-masing platform. Memberikan tanggapan yang apresiatif dan solutif, terutama pada ulasan negatif maupun positif, dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Kedua, perlu dilakukan perbaikan terhadap performa aplikasi, serta menyederhanakan proses transaksi pembelian pulsa dan paket data agar lebih efisien. Ketiga, penting bagi Telkomsel untuk menambahkan divisi atau tim khusus yang menangani respons terhadap ulasan di App Store, guna memastikan bahwa pengguna perangkat iOS juga mendapat perhatian yang setara.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, Telkomsel diharapkan dapat memperbaiki kekurangan yang ada, meningkatkan kepuasan pengguna, serta membangun citra positif dan kepercayaan jangka panjang dari masyarakat.

REFERENSI

- Andri Mirza Ronda, 2018, Tafsir Kontemporer Ilmu Komunikasi (Online)
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *qualitative research in Psychology*. (Online)
- Dove, M.R. (2002). *Ethno Methodology in the Development Studies*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Philip Beineke & Christopher Manning, (2010). An Exploration of sentiment summarization. *PhilPapers.org* (Online)
- Rosady Ruslan (2005). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada
- Safitri Juanita, Putra, A.D.A. (2021). Analisis Sentimen Pada Ulasan Pengguna Aplikasi Bibit Dan Bareksa Dengan Algoritma KNN. 2021. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* Vol. 8, No. 2, Juni 2021, Hal. 636-646 (Online)

Suryono S, Utami E, Luthfi E, (2018). Klasifikasi Sentimen pada Twitter dengan Naïve Bayes Classifier.
Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi 10-89
DOI: 10.28989/angkasa.v10i1.218

