

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penggunaan internet di kalangan masyarakat Indonesia diketahui meningkat sejak adanya perkembangan infrastruktur dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Hal tersebut merupakan hasil survey yang telah dilakukan sepanjang tahun 2017 dan ditemukan bahwa 143,26 juta orang Indonesia dapat menghabiskan waktu sekitar 1-3 jam perharinya saat menggunakan internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 262 juta orang. Meski demikian mayoritas pengguna internet tersebut berada di Pulau Jawa, terbukti dengan hasil survey yang menyatakan bahwa sekitar 86,3 juta orang atau 65 persen dari angka total pengguna internet berada di Pulau Jawa [1]. Hal ini menjadi salah satu acuan sebagai latar belakang dimana penelitian ini akan berlangsung.

Salah satu media sosial yang dapat diakses menggunakan internet yaitu Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri [2]. Saat ini masyarakat Indonesia kerap menggunakan Instagram menjadi salah satu sumber informasi dan berita. Lebih dari 22 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia paling tidak satu kali dalam sehari berbagi foto atau video pada akun

Instagram yang dimiliki karena Instagram dinilai sebagai aplikasi berbagi foto atau video yang fenomenal [3].

Beberapa fitur yang ada pada Instagram begitu menunjang penggunaannya untuk dapat membagikan foto ataupun video dengan lebih baik lagi. Salah satunya yaitu fitur *hashtag*. *Hashtag* dalam media sosial merupakan sebuah kata atau frase tanpa spasi yang diawali dengan simbol hash (“#”) sering juga disebut tagar atau tanda pagar. Popularitas *hashtag* semakin meningkat sejak digunakan pada media sosial Instagram. *Hashtag* berfungsi untuk menggolongkan tema atau topik yang lebih spesifik dalam sosial media, selain itu *hashtag* juga mempermudah orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan [4].

Penggunaan *hashtag* diminati banyak orang karena sebuah *hashtag* dapat menunjukkan identitas sebuah foto ataupun video pada Instagram, seperti pada bidang kuliner, wisata alam hingga bisnis. Contohnya ketika pengguna Instagram ingin mengunggah sebuah foto masakan khas kota Bandung, pengguna dapat menambahkan *hashtag* #KulinerBandung pada foto yang akan di unggah tersebut. Dengan adanya penggunaan *hashtag* pada foto tersebut, pengguna Instagram lainnya akan lebih mudah untuk mendapatkan info ataupun referensi yang berhubungan dengan masakan kuliner khas Bandung dengan tepat dan mudah.

Berawal dari banyaknya penggunaan media sosial terutama Instagram, pengguna dapat melakukan banyak hal positif menggunakan media tersebut. Contohnya seperti berdakwah, mengajak untuk melakukan kebaikan serta saling mengingatkan antar satu umat muslim dengan yang lainnya cukup dengan berbagi video pada Instagram. Mengingat banyaknya pengguna internet yang menghabiskan waktunya sekitar 1-3 jam per hari untuk mengakses internet. Hal

tersebut merupakan peluang yang besar untuk menyiarkan dakwah Islam secara ringan pada media sosial.

Pengguna yang akan dituju akan lebih terkelompokkan secara spesifik dan tepat sasaran dengan adanya bantuan fitur *hashtag*. Adanya *hashtag* pun dapat memungkinkan pengguna untuk mendapatkan *like* dan komentar lebih banyak seiring dengan pencarian *hashtag* yang dilakukan pengguna lain. Dengan demikian akan menjadi baik ketika semakin banyak pengguna Instagram melihat postingan yang di unggah, semakin banyak pula cakupan dakwah tersebut tersiarkan.

Dalam postingan video pada Instagram, pengguna dapat melihat jumlah video yang telah diunggah ditayangkan. Dengan begitu penyiar dakwah pada Instagram yang menyiarkan dakwahnya melalui video dapat melihat seberapa banyak video yang mereka unggah ditayangkan. Namun apakah jika semakin banyak postingan video itu ditayangkan akan menyebabkan pengguna tersebut mendapatkan perolehan jumlah *like* yang banyak agar menjadi sebuah tolak ukur bagi pendakwah untuk mengetahui jenis kiriman dakwah seperti apakah yang lebih disukai oleh pengguna Instagram. Hal tersebut belum dapat disimpulkan karena belum adanya data yang telah diteliti.

Oleh sebab itu, dalam tugas akhir ini akan dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Jumlah Tayangan terhadap Jumlah *Like* Video Instagram Menggunakan Metode Korelasi *Pearson* dan *Web Scraping* (Studi Kasus: Postingan Penyiaran Dakwah Islam)” .

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan fokus masalah yang ada sebagai berikut:

Bagaimana hubungan antara jumlah *view* dan jumlah *like* postingan video penyiaran dakwah Islam pada media sosial Instagram menggunakan metode analisis korelasi *Pearson* dan *Web Scraping*?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Masalah yang dianalisis berupa jumlah *view* dan jumlah *like* postingan video Instagram.
2. *Hashtag* yang digunakan berkaitan dengan topik penyiaran dakwah Islam.
3. Sistem yang akan dibangun berbasis *website* berisi data yang diambil dari media sosial Instagram menggunakan teknik *Web Scraping*.
4. Hasil penelitian berupa hasil analisis jumlah *view* terhadap jumlah *like* pada postingan Instagram yang dihitung menggunakan metode analisis korelasi *Pearson*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengukur seberapa besar hubungan jumlah *view* dan jumlah *like* postingan video penyiaran dakwah Islam pada media sosial Instagram menggunakan metode analisis korelasi *Pearson* dan *Web Scraping*.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun manfaat yang akan didapat sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan *Web Scraping* didapatkan data yang kemudian akan diteliti. Data yang terkumpul berupa data video beserta jumlah *view* dan *like* yang menggunakan *hashtag* berkategori penyiaran dakwah Islam.
2. Dengan metode korelasi *Pearson* diperoleh angka yang menunjukkan seberapa besar hubungan antara jumlah *view* dan jumlah perolehan *like* yang didapatkan pada video Instagram.
3. Bagi penulis, agar lebih bijak menggunakan sosial media sebagai alat positif untuk menyebarkan kebaikan terutama pada kiriman video Instagram.
4. Bagi penyiar video dakwah, dapat lebih memilah dan memilih kiriman dakwah seperti apa yang lebih disukai oleh pengguna Instagram berdasarkan jumlah *view* dan jumlah *like* yang didapatkan.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang akan digunakan diuraikan menjadi dua point penting yaitu:

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan atau peninjauan langsung ke objek atau masalah yang sedang diteliti terutama pada penggunaan *hashtag* dakwah pada Instagram beserta *view* dan *like* yang diperoleh.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis. Hal ini dilakukan dengan teknik *Web Scraping* yang bertujuan untuk mengambil data yang diperlukan dari Instagram.

2. Metode Pengembangan

Proses pengembangan perangkat lunak ini menggunakan model *waterfall*, berikut tahapan yang ada di proses *waterfall* [5]:

a. Analisis kebutuhan perangkat lunak

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan untuk merincikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh *user*.

b. Desain

Desain perangkat lunak merupakan proses yang fokus pada pembuatan struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengodean. Tahap ini mentranslasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat diimplementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya.

c. Pembuatan kode program

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini yaitu program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

d. Pengujian

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

e. Pendukung (*support*) atau pemeliharaan (*maintance*)

Tidak menutup kemungkinan sebuah perangkat lunak mengalami perubahan ketika sudah dikirimkan ke *user*. Perubahan bisa terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan Tugas Akhir, terdiri dari 5 bab yang masing-masing berisi sub-bab yang berfungsi sebagai penjelas dari setiap pembahasan yang dibahas. Berikut sistematika penulisan laporan Tugas Akhir, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Batasan Masalah, Metodologi Pengerjaan Tugas Akhir dan Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.

BAB II STUDI PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang mendukung penyelesaian Tugas Akhir, berdasarkan studi literatur, analisis permasalahan, hasil observasi dan hasil studi dokumen yang telah dilakukan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan proses perancangan dan pembuatan sistem yang akan dibuat.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini membahas mengenai tahapan-tahapan dalam pengimplementasian ilmu yang didapat di bangku kuliah yang didukung dengan ilmu dari hasil studi literatur, observasi dan studi dokumen.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan yang penulis peroleh selama menyelesaikan Tugas Akhir serta saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya.

