

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Lembaga Bimbingan Belajar

1.1.1.1 Lembaga Bimbingan Belajar Konvensional

Lembaga bimbingan belajar menurut Laporan Komoditas Jasa Bimbingan Belajar yang dirilis Bank Indonesia (2011) adalah usaha yang lebih mendinamisasikan program belajar dari suatu materi belajar yang telah diterima oleh siswa di sekolahnya untuk mendapatkan hasil belajar yang lebih baik, sehingga dapat mencapai jenjang pendidikan formal yang lebih tinggi. Lembaga bimbingan belajar atau yang biasa disebut bimbel mulai muncul di Indonesia pada awal dekade 1980. Dalam satu dekade selanjutnya, lembaga bimbingan belajar tidak hanya melayani anak-anak yang akan beralih dari SMA menuju PTN, tetapi juga siswa-siswi dari segala jenjang Pendidikan mulai dari SD, SMP, hingga SMA. Lembaga ini diakui oleh negara dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 26 Ayat 5 sebagai Pendidikan Luar Sekolah atau Non-formal, dan menjadi bagian dari Lembaga Kursus dan Pelatihan (tirto.id, 2019).

Suatu kegiatan belajar di lembaga bimbingan belajar konvensional diadakan di dalam ruang kelas. Dalam satu ruang kelas, terdapat beberapa murid dengan didampingi satu mentor untuk setiap pelajaran. Berbeda dengan sekolah, jumlah siswa di kelas dalam lembaga bimbingan belajar relatif lebih sedikit. Sesi belajarnya pun dihitung per minggu, antara 2-4 kali pertemuan (yonulis.com). Materi belajar yang diberikan disesuaikan dengan Garis-garis Besar Program Pembelajaran (GBPP) dari Kemendiknas. Adapun materi yang diberikan dalam lembaga bimbingan belajar adalah materi pelajaran yang digunakan dalam menentukan kenaikan kelas atau kelulusan, yang dicantumkan pada Tabel 1.1.

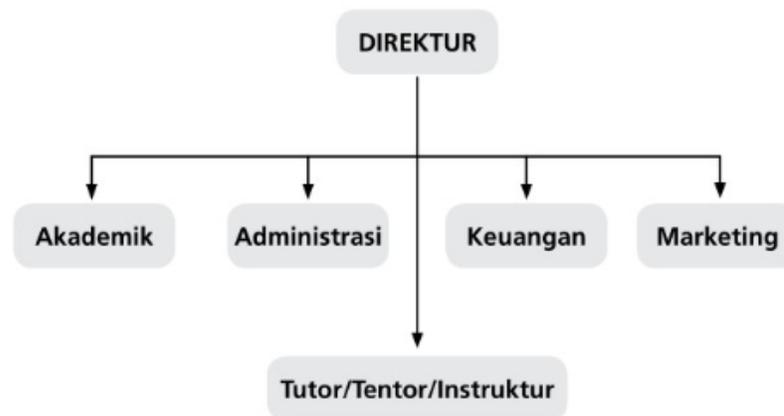
Tabel 1.1 Materi Belajar Berdasarkan Strata dan Jenjang Kelas di Lembaga Bimbingan Belajar

No.	Strata & Jenjang kelas	Materi Pembelajaran
1	SD kelas 3, 4, 5	Matematika, IPA, Bhs Indonesia, Bhs Inggris, PPKn
2	SD kelas 6	Matematika, Bhs Indonesia, Bhs Inggris, PPKn
3	SMP kelas 7, 8	Matematika, Fisika, Biologi, Bhs Inggris
4	SMP kelas 9	Matematika, Fisika, Biologi, Bhs Inggris, PPKn, IPA, IPS
5	SMA kelas 10, 11	Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Bhs Inggris
6	SMA kelas 12 IPA	Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Bhs Inggris, Bhs Indonesia
7	SMA kelas 12 IPS	Matematika, Ekonomi, Geografi, Sosiologi, Bhs Inggris, Bhs Indonesia

Dari seluruh mata pelajaran pada Tabel 1.1 tersebut, tidak semua diberikan oleh semua lembaga bimbingan belajar. Seperti mata pelajaran Bahasa Inggris dan PPKn yang tidak semua lembaga bimbingan belajar memberikannya pada kelas akhir ataupun kelas-kelas di bawahnya. Seorang siswa diwajibkan untuk membayar kepada lembaga bimbingan belajar untuk mengikuti bimbingan belajar. Hal tersebut dikarenakan suatu lembaga bimbingan belajar tidak didirikan oleh pemerintah, sehingga berorientasi pada profit.

Sistem lembaga bimbingan belajar yang menguntungkan adalah mereka yang memiliki *system franchise*. Hal tersebut dikarenakan semua hal telah disediakan oleh

franchisor, antara lain dalam hal materi belajar, kurikulum, program pembelajaran, serta metode pembelajaran. Struktur suatu lembaga bimbingan belajar tergantung pada masing-masing cabang, yang secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Lembaga Bimbel

Sumber: Bank Indonesia (2011)

Berdasarkan data Diknas dan Lembaga Bimbel oleh Bank Indonesia (2011), perkembangan siswa yang bergabung dalam bimbingan belajar selalu meningkat setiap tahunnya sebesar 10-20%. Menurut data Sensus Ekonomi 2016 oleh Badan Pusat Statistik dalam *tirto.id*, jumlah lembaga kursus dan Pendidikan mencapai 619.947 unit, dan 1.866 unitnya adalah lembaga bimbingan belajar. Hal ini menjadikan lembaga bimbingan belajar menjadi lembaga yang paling populer, bersaing dengan lembaga kursus komputer (*tirto.id*, 2019). Terdapat beberapa contoh lembaga bimbingan belajar, antara lain Primagama, Ganesha Operation, Sony Sugema College, Neutron, Nurul Fikri, dan sejenisnya. Hal yang menjadi persamaan diantara mereka adalah metode belajar yang dilakukan dengan tatap muka dengan tutor/tentor/instruktur di kelas.

1.1.1.2 Lembaga Bimbingan Belajar *Online*

1.1.1.2.1 Ruangguru

Ruangguru merupakan perusahaan teknologi terbesar di Indonesia yang berdiri pada tanggal 1 April 2014 dan berfokus pada layanan berbasis pendidikan nonformal. Ruangguru telah memiliki 15 juta pengguna yang bergabung dan 300.000 guru di lebih dari 100 bidang pelajaran. Berbagai layanan belajar berbasis teknologi yang dikembangkan oleh Ruangguru antara lain kelas virtual, *platform ujian online*, video belajar berlangganan, *marketplace* les privat, serta konten-konten pendidikan lainnya yang bisa diakses melalui web dan aplikasi Ruangguru. Produk yang diberikan antara lain ditujukan untuk mempersiapkan ujian nasional, menghadapi SBMPTN, dan ujian masuk sekolah atau perkuliahan lainnya.



Gambar 1.2 Logo Ruangguru

Sumber: bimbela.ruangguru.com (2020)

Ruangguru telah dipercaya untuk bermitra dengan 32 (dari 34) Pemerintah Provinsi dan 326 Pemerintah Kota dan Kabupaten di Indonesia. Ruangguru juga telah memenangkan sejumlah penghargaan di dalam dan luar negeri, termasuk *Solver of MIT*, *Atlassian Prize*, *UNICEF Innovation to Watch*, *Google Launchpad Accelerator*, dan *ITU Global Industry Award*. Belva Devara dan Iman Usman, pendiri dari Ruangguru sejak tahun 2014, berhasil masuk dalam jajaran pengusaha sukses di bawah 30 tahun melalui *Forbes 30 under 30* untuk sektor teknologi konsumen di Asia. Di

tahun 2019, mereka mendapat penghargaan sebagai *Emerging Entrepreneur* dari *Ernst & Young*.

Misi dari Ruangguru yakni menyediakan dan memperluas akses terhadap Pendidikan berkualitas melalui teknologi untuk semua siswa, kapan saja, dan dimana saja. Ruangguru percaya bahwa pendidikan adalah hak setiap manusia dan juga merupakan tiket untuk masa depan yang lebih baik. Oleh karena itu, Ruangguru memiliki tujuan untuk menyediakan layanan pendidikan dan materi pembelajaran dari guru-guru terbaik Indonesia, yang bisa diakses oleh seluruh siswa dimana saja mereka berada dengan biaya yang terjangkau. Selain itu, Ruangguru juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas guru di Indonesia dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan tambahan penghasilan bagi mereka. Dengan meningkatnya kualitas guru, Ruangguru percaya bahwa mutu Pendidikan di Indonesia juga akan lebih baik.

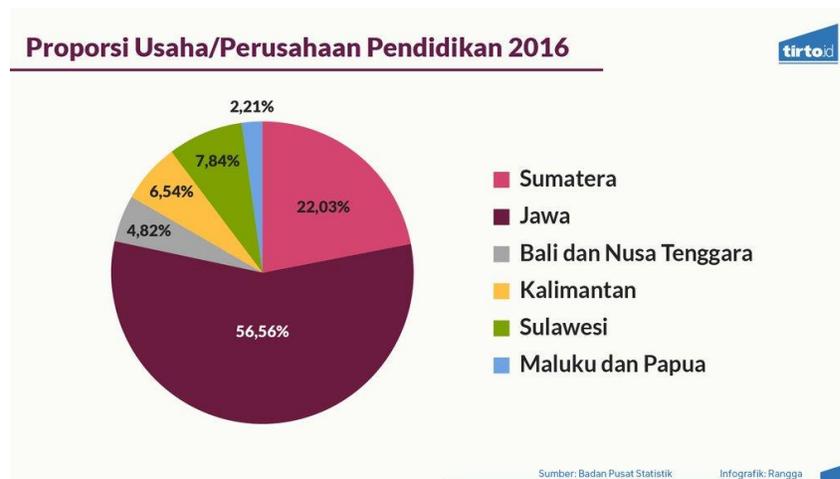
Pada tahap awal, Ruangguru mendapat pendanaan dari East Ventures, pemodal *early stage fund* yang berfokus pada situs web consumer dan startup *mobile* di Indonesia dan Singapura, pada tahun 2014 yaitu di tahun mereka berdiri. Pendanaan tersebut digunakan untuk mengembangkan *platform online* Ruangguru dan layanan di sejumlah kota di Indonesia (kompas.com, 2014). Detail dari pendanaan tersebut tidak dijelaskan, namun semua pendanaan pada awalnya dilakukan dengan system *bootstrap* atau pendanaan sendiri (techinasia.com, 2014). Pada tahun selanjutnya yakni 2015, Ruangguru memperoleh investasi Seri A yang dipimpin oleh Venturra Capital, modal ventura milik Lippo Group. Selain Venturra Capital, East Ventures juga ikut dalam investasi ini, setelah memberikan investasi tahap awal kepada Ruangguru pada Agustus 2014. Dana sebesar tujuh digit ini digunakan Ruangguru untuk meningkatkan jumlah dan kualitas sumber daya manusia serta diversifikasi layanan yang diberikan (techinasia.com, 2015). Pada 2017 Ruangguru mendapat pendanaan Seri B yang dipimpin oleh UOB Venture Management, lembaga investasi yang dimiliki oleh bank asal Singapura, dengan nilai yang tidak disebutkan tetapi diperkirakan oleh

Deadsetreet Asia mencapai US\$7 juta atau sekitar Rp 93 miliar (techinasia.com, 2017). Pada tahun yang sama, Ruangguru juga mendapatkan pendanaan dari dana hibah Ecosystem Accelerator Innovation Fund dari Groupe Speciale Mobile Association (GSMA), yang memberikan startup terpilih di Asia dan Afrika dana hibah, bantuan teknis, serta kesempatan untuk bermitra dengan operator seluler di pasarnya untuk membantu perusahaan startup meningkatkan produk dan layanannya sehingga dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan serta membawa dampak positif dalam sosial ekonomi (marketplus.co.id, 2017). Setelah memenangkan tiga penghargaan SOLVE pada September 2017, Ruangguru menerima dana hibah dan bantuan *mentorship* dari Massachusetts Institute of Technology (MIT), Pemerintah Australia, dan Atlassian Foundation dalam mengembangkann produk dan layanannya (Ruangguru, 2017). Ruangguru menerima hibah kedua dari Pemerintah Australia dan Atlassian Foundation International pada ajang SOLVE Challenge tahun 2018 di Cambridge, Amerika Serikat. Pendanaan ini merupakan lanjutan dari putaran pertama yang diselenggarakan pada tahun sebelumnya di New York. Berbeda dengan hibah putaran pertama yang digunakan untuk melakukan *pilot project* kepada hampir 600 pelajar, hibah putaran kedua ini digunakan untuk mengembangkan konten-konten mengenai *basic employability skills* dan kesiapan kerja yang nantinya dapat digunakan oleh para pelajar pengguna Ruangguru, serta untuk masyarakat luas (Ruangguru, 2018). Selanjutnya, pada tahun 2019 Ruangguru mengumumkan pendanaan Seri C sebesar Rp 2,1 triliun yang dipimpin oleh perusahaan investasi global General Atlantic dan perusahaan modal ventura global CGV Capital, serta EV Growth, UOB Venture Management, dan sejumlah investor lainnya. Pendanaan ini adalah salah satu yang terbesar bagi perusahaan teknologi Pendidikan di Asia Tenggara serta menegaskan posisi Ruangguru sebagai yang terdepan di sector penddidikan (Ruangguru, 2019).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha pendidikan merupakan salah satu usaha yang berkembang dengan baik di Indonesia. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dalam tirto.id,

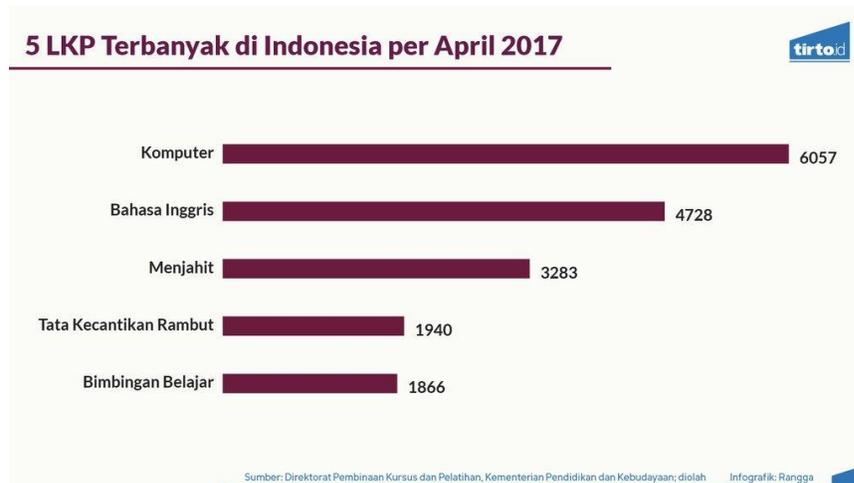
jumlah usaha pendidikan di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 619.947 usaha, atau setara dengan 2,32% dari jumlah usaha di Indonesia. Adapun usaha yang dimaksud dalam sensus ini adalah kegiatan pendidikan di berbagai jenjang dan pekerjaan, baik lisan ataupun tertulis. Usaha Pendidikan terbanyak di Indonesia masih berada di Pulau Jawa, yakni mencapai 350.665 atau 56,56% dari total usaha Pendidikan. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah penduduk muda yang lebih banyak dibandingkan dengan pulau lainnya. Pada pulau lainnya seperti Papua dan Maluku, hanya terdapat sekitar 13,677 usaha pendidikan (tirto.id).



Gambar 1.3 Proporsi Usaha/Perusahaan Pendidikan 2016

Sumber: tirto.id (2016)

Lembaga bimbingan belajar, sebagai usaha di bidang pendidikan, menjadi salah satu usaha yang mendominasi Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) di Indonesia. Berdasarkan data dari Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan pada tahun 2017 yang dirilis oleh tirtoid, bimbingan belajar berada pada posisi kelima dengan jumlah 1866 dari daftar lima Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) terbanyak di Indonesia. Lima posisi tersebut antara lain diisi oleh Komputer, Bahasa Inggris, Menjahit, Tata Kecantikan Rambut, dan Bimbingan Belajar (tirto.id).



Gambar 1.4 Lima Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Terbanyak di Indonesia per April 2017

Sumber: tirto.id (2017)

Terdapat beberapa alasan mengapa siswa memilih untuk menggunakan lembaga bimbingan belajar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paramadina Public Policy Institute (PPPI) pada tahun 2012 mengenai tingkat pengguna jasa layanan Pendidikan, sekitar 51,4% siswa SD dan 51% siswa SMP mengikuti pelajaran tambahan di luar sekolah. Sebanyak 68,8% siswa SD dan SMP meyakini bahwa alasan bergabung dengan lembaga bimbingan belajar adalah kurang memahami materi di kelas. Alasan lain yang mengikuti yakni adalah agar mendapatkan nilai yang bagus, diwajibkan dari sekolah, ingin menguasai materi tertentu, perintah orang tua, atau semata-mata agar memiliki banyak teman (kompasiana.com).

Pada penelitian lainnya di tahun 2014 dengan topik yang sama yaitu motivasi bimbel, sekitar 89,12% siswa mengikuti bimbingan belajar karena dipengaruhi oleh motivasi intrinsik atau dorongan dari internal para siswa sendiri. Sedangkan, sisanya adalah pengaruh dari eksternal (ekstrinsik). Faktor intrinsik tersebut muncul karena adanya rasa takut menghadapi ujian, kurang adanya rasa percaya diri, serta harapan yang tinggi untuk diterima di tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Yang termasuk

dalam faktor motivasi intrinsik yang mempengaruhi responden antara lain: sikap (23,23%), nilai (21,67%), tujuan (20,39%), kebutuhan (18,89%), dan minat (15,85%). Untuk faktor ekstrinsik adalah peran dari keluarga (45,80%), orang lain (32,82), maupun teman (21,37%) (tirto.id).

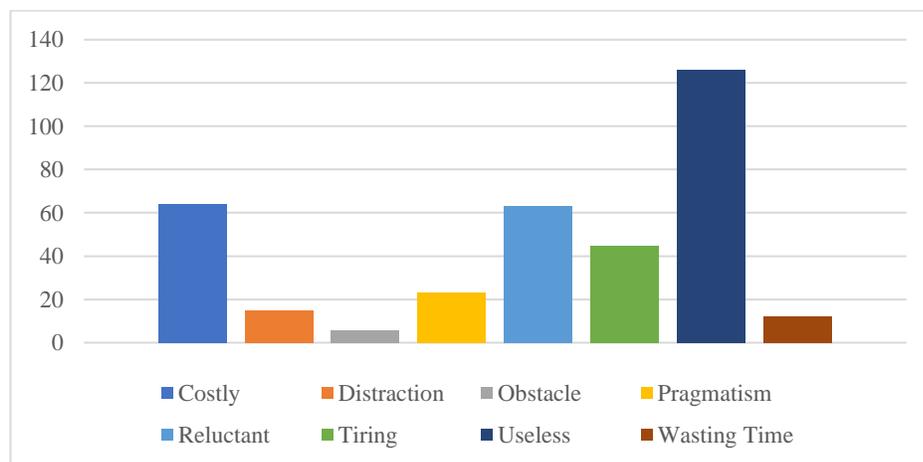
Berdasarkan penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2016, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pemilihan lembaga bimbingan belajar, yakni siswa merasa nilai mata pelajaran masih kurang sehingga mereka memilih untuk bergabung di lembaga bimbingan belajar. Alasan kedua ada dari sisi orang tua yang merasa nilai dari anak mereka belum baik juga menjadi alasan mengapa siswa bergabung di lembaga bimbingan belajar. Disamping dua alasan tersebut, tidak sedikit siswa yang mengikuti lembaga bimbingan belajar untuk lulus Ujian Nasional dan masuk ke Universitas ternama (Widyantoro, 2016).

Seiring dengan berkembangnya teknologi, mulai bermunculan lembaga bimbingan belajar yang membawa konsep baru, dimana yang awalnya hanya dapat dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, kini dapat dilakukan cukup dengan perangkat dimanapun dan kapanpun siswa inginkan. Terdapat beberapa nama yang unggul dalam kategori bimbingan *online*, antara lain: Ruangguru, Quipper, Zenius, dan lain-lain. Rentang harga yang ditawarkan juga beragam, mulai dari Rp165.000 hingga Rp440.000 tiap bulannya (tirto.id).

Usaha bimbingan belajar *online* ini didominasi oleh Ruangguru yang hingga pada akhir tahun 2019 telah menembus 15 juta pengguna (ruangguru.com). Kehadiran Ruangguru telah memberikan warga yang baru bagi pemerintah daerah untuk memberikan Pendidikan yang berkualitas dengan Sistem Manajemen Belajar (IMS). Alhasil, Ruangguru berhasil bekerja sama dengan 32 (dari 34) pemerintah provinsi serta lebih dari 326 pemerintah kota dan kabupaten di Indonesia. Ruangguru juga telah memenangkan sejumlah penghargaan di dalam dan luar negeri, termasuk *Solver of*

MIT, Atlassian Prize, UNICEF Innovation to Watch, Google Launchpad Accelerator, dan ITU Global Industry Award.

Dalam menggunakan suatu produk atau layanan, terdapat beberapa hal yang mengganggu *customer* baik sebelum, selama, dan setelah mencoba, atau yang biasa disebut dengan *pain*. Terdapat beberapa hal yang dapat dikategorikan sebagai *customer pains*, antara lain *output* yang tidak sesuai dengan yang diinginkan, hambatan-hambatan, dan risiko. Seiring dengan perkembangan internet, masyarakat kini dapat mengungkapkan opini yang mereka rasakan melalui berbagai *platform*, seperti pada media sosial. Tidak terkecuali opini selama mengikuti layanan bimbingan belajar konvensional yang ada saat ini. Dibalik manfaat yang dapat dirasakan oleh para siswa, ternyata terdapat beberapa *pain* yang diungkapkan di Twitter sebagai *User Generated Content* selama mengikuti layanan bimbingan belajar konvensional. Penderitaan atau permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat mengenai bimbingan belajar selama selama satu tahun kebelakang pada jejaring sosial Twitter berhasil diperoleh oleh peneliti dan dikategorikan menjadi beberapa kategori, antara lain dapat dilihat pada Gambar 1.5.



Gambar 1.5 Pain yang Dirasakan oleh Customer Mengenai Bimbingan Belajar Konvensional pada Tahun 2019 pada Jejaring Sosial Twitter

Sumber: Olahan Penulis

Disruption menggambarkan sebuah proses dimana sebuah bisnis yang lebih kecil dengan sumber daya yang lebih sedikit mampu dengan sukses menantang bisnis-bisnis yang telah ada sebelumnya. Secara spesifik, ketika bisnis yang sudah ada fokus pada meningkatkan produk dan jasa pada segmen yang lebih menguntungkan, mereka melebihi kebutuhan dari beberapa segmen dan melupakan kebutuhan yang lainnya. Pendaatang baru masuk yang terbukti disruptif mulai berhasil menargetkan segmen-segmen yang terlupakan tersebut, memperoleh pijakan dengan memberikan fungsionalitas yang lebih sesuai, serta dengan harga yang lebih rendah. Bisnis yang ada mengejar profitabilitas yang lebih tinggi pada segmen yang lebih tinggi, sehingga mereka cenderung tidak merespon dengan penuh semangat. Pendaatang yang masuk kemudian bergerak ke pasar atas, memberikan performa yang mana dibutuhkan oleh para pelanggan dari bisnis yang sudah ada sebelumnya, selagi memberikan keunggulan yang mendorong kesuksesan awal mereka. Ketika pelanggan umum tersebut mulai mengadopsi penawaran pendaatang dalam volume, maka disrupsi telah terjadi. Konsep ini dikenal dalam *The Disruptive Innovation Model* (Christensen et al, 2015).

Melihat adanya *pain* dalam bimbingan belajar, maka perlu dilakukannya penelitian untuk membuktikan model dari Christensen (2015), sehingga dapat diketahui bahwa Ruangguru dengan faktor kompetitif baru sebenarnya memberikan solusi bagi *pain* yang dirasakan oleh masyarakat mengenai lembaga bimbingan belajar atau tidak. Selain itu, juga dapat melihat apakah Ruangguru mendisrupsi pasar bimbel.

1.3 Perumusan Masalah

Melihat adanya *pain* yang dirasakan oleh masyarakat selama menggunakan lembaga bimbingan belajar konvensional, serta munculnya Ruangguru sebagai bimbingan belajar *online* yang kini telah lebih unggul dibandingkan bimbingan *online* lainnya, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terhadap Ruangguru sebagai bimbingan belajar *online* yang menunjukkan eksistensinya di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Ruangguru sebagai bimbingan belajar *online* yang ada di

Indonesia di tengah permasalahan yang muncul mengenai lembaga bimbingan belajar yang diungkapkan di situs jejaring sosial Twitter. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis apakah Ruangguru menjadi solusi bagi *pain* yang dirasakan oleh masyarakat sehingga menjadi *disruptive innovation* yang dapat menjadi ancaman usaha bimbingan belajar yang telah tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, atau sebaliknya *value* dari Ruangguru ternyata tidak akan mengancam keberlangsungan mereka sehingga dapat saling berbagi ranah masing-masing.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun pertanyaan penelitian yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Apa *value* dari Ruangguru yang dapat ditemukan dari topik sentimen dari konten Twitter?
2. Bagaimana *pain* yang dirasakan mengenai bimbingan belajar konvensional yang diperoleh dari konten Twitter selama enam tahun?
3. Apakah *value* dari Ruangguru menjadi solusi bagi *pain* yang dirasakan oleh masyarakat mengenai bimbingan belajar konvensional?
4. Apakah karena *value* yang dimiliki, Ruangguru akan mendisrupsi pasar bimbingan belajar di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan deskripsi fenomena pada bagian perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja *value* dari Ruangguru yang dapat ditemukan dari topik sentimen dari konten Twitter
2. Untuk mengetahui *pain* yang dirasakan mengenai bimbingan belajar konvensional yang diperoleh dari konten Twitter selama enam tahun
3. Untuk mengetahui apakah *value* dari Ruangguru menjadi solusi bagi *pain* yang dirasakan oleh masyarakat mengenai bimbingan belajar konvensional

4. Untuk mengetahui apakah karena *value* yang dimiliki, Ruangguru akan mendisrupsi pasar bimbingan belajar di Indonesia

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1.6.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini menjadi media penerapan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan di program studi Magister Manajemen Universitas Telkom. Penelitian ini memperluas wawasan dan pengetahuan, serta melatih kemampuan analisis, berfikir sistematis dan konseptual. Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam memperkaya ilmu pengetahuan dalam kolaborasi bidang *entrepreneur* dan *innovation*. Temuan yang diperoleh diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian di masa yang akan datang, serta mampu memperluas wawasan dan pengetahuan berkaitan dengan bidang tersebut.

1.6.2 Manfaat Praktis

Berikut ini merupakan uraian manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- a. Bagi lembaga bimbingan konvensional, pengetahuan tersebut dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan inovasi atas semakin maraknya bimbingan belajar *online* di Indonesia.
- b. Bagi startup bimbingan *online*, pengetahuan tersebut bermanfaat untuk *benchmark* agar dapat mencontoh kesuksesan dari Ruangguru.

Hal – hal tersebut digunakan untuk menghindari kerugian sosial dan ekonomi yang besar akibat suatu gangguan di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi pihak – pihak yang ingin memperdalam pengetahuan tentang kewirausahaan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan – batasan dengan tujuan memperjelas permasalahan, mencegah perluasan masalah, dan menjaga konsistensi dari tujuan yang telah ditetapkan. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Lembaga bimbingan belajar konvensional dan Ruangguru dengan sampel berupa data Twitter dengan keyword “bimbel” dan “ruangguru” dari 2014 dimana awal berdirinya Ruangguru hingga Desember 2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data tekstual berupa *tweet*. Data diperoleh melalui salah satu situs media sosial yaitu Twitter. Metode yang digunakan dalam mengolah data adalah *sentiment analysis*, *multiclass text classification* dan *topic modeling*.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, pengumpulan data beserta sumber data, validitas, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.