

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Bekasi merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak destinasi wisata, baik itu wisata alami dan wisata buatan. Wisata alami yang ada di Kabupaten Bekasi meliputi hutan dan pantai, sedangkan wisata buatan adalah taman, danau, dan wisata air. Destinasi wisata yang ada menciptakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Pada tahun 2021 Kabupaten Bekasi menduduki peringkat ketiga dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak se-Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Barat yaitu mencapai 2.043.000 [1]. Banyaknya wisatawan yang berkunjung menyebabkan banyak opini positif, negatif maupun netral yang dilontarkan masyarakat melalui media sosial seperti *facebook*. Opini yang disampaikan masyarakat dapat mengenai informasi terkait fasilitas, pelayanan pariwisata dan pengalaman berkunjung. Opini tersebut menjadi sumber penilaian masyarakat terkait destinasi wisata. Opini yang disampaikan masyarakat di media sosial secara tidak langsung membentuk kelompok opini terkait destinasi wisata dari tingkat yang paling diminati sampai kurang diminati oleh masyarakat, mulai dari opini yang bersifat positif sampai dengan yang bersifat negatif.

Keberadaan opini masyarakat di media sosial memberikan pengaruh terhadap penilaian eksistensi destinasi wisata di Kabupaten Bekasi sehingga dapat menimbulkan beberapa keputusan yang akan diambil oleh masyarakat lainnya terhadap destinasi wisata yang ada. Oleh karena itu sangat penting untuk dapat mengelola opini yang berkembang di media sosial untuk kebutuhan alternatif dalam penentuan keputusan para wisatawan untuk menganalisis opini di media sosial ada banyak teknik yang dapat digunakan, salah satunya sentiment analisis. Sehingga penilaian tersebut dapat dijadikan sebagai referensi pendukung dalam pengambilan keputusan baik itu bagi wisatawan maupun pengelola destinasi wisata. Selama ini Dinas Pariwisata belum melakukan pengelolaan dan pengolahan data terkait opini masyarakat di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis opini yang disampaikan oleh masyarakat melalui media sosial, yang nantinya menjadi sebuah informasi dalam menilai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bekasi, salah satunya dengan sentimen analisis.

Telah banyak penelitian yang dilakukan terkait sentimen analisis menggunakan algoritma *naive bayes*, diantaranya yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh [2] tentang klasifikasi opini penggunaan *facebook* ber bahasa Indonesia ke dalam dua *class* yaitu opini positif dan opini negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 79.3% terklasifikasi ke dalam opini positif dan 48% terklasifikasi ke dalam opini negatif dengan tingkat akurasi mencapai 87.1%. Selanjutnya penelitian yang telah dilakukan oleh [3] menunjukkan bahwa dapat mengklasifikasikan ulasan film dengan menggunakan dua algoritma, yaitu algoritma *naive bayes* dan algoritma *random forest* untuk menentukan dua class yaitu opini positif dan opini negatif. Kedua algoritma tersebut akan dikombinasikan dengan seleksi fitur *chi square*, *adabost* dan *voting*. Adapun tingkat akurasi yang dihasilkan dari kedua algoritma dan fitur seleksi kombinasi. Model *chi square + voting (RF + SVM)* memiliki nilai akurasi 84.6%. Penelitian lain yang serupa telah dilakukan oleh [4] menunjukkan bahwa hasil yang didapat memiliki tingkat akurasi tertinggi di tempati oleh *Tokopedia* dengan memiliki tingkat akurasi sebesar 90.67%. Sedangkan *marketplace* yang memiliki tingkat akurasi terendah yaitu *Lazada* dengan tingkat akurasi 69.00%.

Beberapa penelitian sebelumnya menjadi dasar untuk riset yang akan dilakukan terkait topik sentimen *analysis* menggunakan algoritma *naive bayes classifier*. Hal ini didasari oleh banyaknya opini positif dan negatif yang diperoleh dari masyarakat terhadap suatu hal. Opini yang diperoleh akan melalui *preprocessing*, *sentence analysis* dan *opinion mining* yaitu dengan menggunakan pengklasifikasian data untuk mendapatkan data training dan data testing.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penelitian ini mengambil judul **“Sentiment Analysis Destinasi Wisata Kabupaten Bekasi Berdasarkan Opini Masyarakat Di Media Sosial Menggunakan Naive Bayes”** bertujuan untuk mengetahui opini masyarakat terkait destinasi wisata yang ada di Kabupaten

Bekasi. Pada *sentiment analysis* ini menggunakan algoritma *naive bayes* untuk mengklasifikasikan opini positif, opini negatif dan opini netral.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. terdapat banyak destinasi wisata di Kabupaten Bekasi namun masyarakat belum mengetahui opini positif, negatif dan netral terkait destinasi wisata tersebut.
2. opini masyarakat yang ada tentang destinasi wisata di Kabupaten Bekasi harus diklasifikasikan menggunakan *sentiment analysis*.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. bagaimana menganalisis opini masyarakat di media sosial terhadap destinasi wisata Kabupaten Bekasi menggunakan pendekatan *naive bayes*?
2. bagaimana mengimplementasikan algoritma *naive bayes* untuk melakukan *sentiment analysis* destinasi wisata Kabupaten Bekasi berdasarkan opini masyarakat di media sosial?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *sentiment analysis* ini dibuat untuk mengetahui opini masyarakat terkait destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bekasi.
2. penelitian ini menggunakan pendekatan algoritma *naive bayes*.
3. *tools* yang digunakan dalam proses analisis data adalah bahasa R dan web *kaggle.com*.
4. penggunaan media sosial *facebook* dalam mengambil opini masyarakat *sentiment analysis*.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. melakukan analisis opini masyarakat di media sosial terhadap destinasi wisata Kabupaten Bekasi dengan *sentiment analysis*.
2. mengimplementasikan algoritma *naive bayes* untuk melakukan *sentiment analysis* destinasi wisata Kabupaten Bekasi berdasarkan opini masyarakat di media sosial.

1.5.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk masyarakat dalam menentukan destinasi wisata menurut opini positif, opini negatif dan opini netral yang sudah disampaikan oleh masyarakat di media sosial *facebook*.
2. penelitian sentimen analisis ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur Dinas Pariwisata dan pihak pengembang untuk memperbaiki kekurangan yang ada di setiap destinasi wisata Kabupaten Bekasi.
3. penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dalam membuat *sentiment analysis*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Skripsi ini dikelompokkan menjadi lima Bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori dasar data mining, algoritma *naive bayes* serta teori-teori yang mendukung dan memiliki korelasi dengan judul penulisan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang tempat dan waktu penelitian, desain penelitian atau kerangka penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV : PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

Bab ini membahas tentang hasil pengolahan data, pengujian, serta menjelaskan kelebihan dan kekurangan dari hasil olahan data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diambil dari penelitian ini yang dibuat.

