

BAB 1 PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

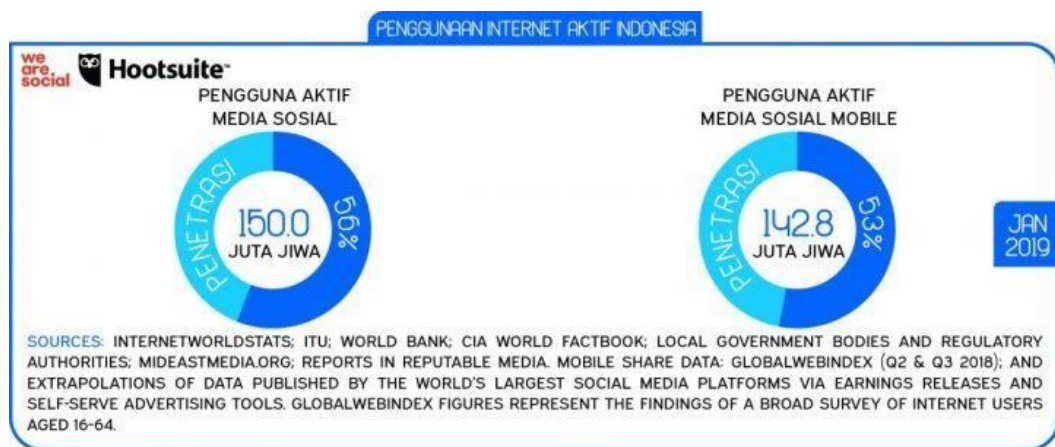
Seiring berjalanya waktu, Instagram menjadi salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup ditengah-tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai media sosial pada kehidupan sehari-hari. Instagram merupakan sebuah aplikasi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Pengguna lain juga dapat mengomentari sebagai bentuk pengakuan atau penilaian terhadap foto atau video yang dibagikan. Secara tidak langsung komentar tersebut dapat menjadi sebuah opini yang berguna sebagai informasi. Berdasarkan informasi tersebut mendorong penelitian menggunakan komentar media sosial Instagram.

Analisis sentimen adalah praktik penerapan pemrosesan bahasa alami dan teknik analisis teks untuk mengidentifikasi dan mengekstrak informasi subjektif dari teks (Hussein, 2018). Untuk melakukan analisis sentimen dalam penelitian ini bisa dilihat berdasarkan komentar wisatawan Instagram, baik berupa komentar negatif, positif atau netral. Komentar tersebut akan menguntungkan bagi pihak penyedia wisata kuliner karena jika komentar berupa sentiment negatif maka penyedia kuliner bisa cepat mengambil tindakan untuk menanggulangi masalah tersebut. Begitupun sebaliknya jika komentar berupa sentiment positif maka pihak penyedia kuliner dapat meningkatkan produksi produk dan distribusi. Selain untuk penyedia wisata kuliner komentar tersebut berguna untuk konsumen lainnya karena dapat mengetahui informasi terkait kriteria seperti posisi strategis, kualitas makanan, perlengkapan restoran, pelayanan, harga dan lainnya.

Dalam melakukan analisis sentimen dibutuhkan suatu metode algoritma klasifikasi, algoritma tersebut digunakan untuk mengolah data yang sudah didapatkan. Algoritma klasifikasi ini sangat penting karena setiap algoritma memiliki tingkat akurasi yang berbeda-beda. Salah satu algoritma yang memiliki tingkat akurasi yang tinggi adalah *Naïve Bayes Classifier*. Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Devita et al., 2018), setelah menerapkan metode Naive Bayes dan K-Nearest Neighbor untuk mengklasifikasikan artikel jurnal berbahasa Indonesia diketahui bahwa kinerja dari metode Naive Bayes lebih unggul dibandingkan dengan metode K-Nearest Neighbor.

Terbukti bahwa dari 40 data uji yang digunakan metode Naive Bayes mampu mengklasifikasikan artikel jurnal berbahasa Indonesia sebanyak 28 dokumen. Sedangkan untuk metode K-Nearest Neighbor dari 40 data uji metode ini hanya dapat mengklasifikasikan artikel jurnal berbahasa Indonesia sebanyak 16 dokumen. Maka alasan itulah peneliti menggunakan algoritma *Naive Bayes* sebagai metode untuk penerapan analisis sentimen melalui data Instagram.

Berdasarkan data kominfo pengguna internet di Indonesia mencapai 150 juta jiwa dengan penetrasi 56% yang tersebar di seluruh wilayah. Jumlah tersebut hanya selisih sedikit dengan pengguna internet *mobile* dengan persentase 53%. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar I-1.¹ Sedangkan Berdasarkan data GNFI pengguna Instagram di Indonesia yang tercatat pada bulan Januari sampai Mei 2020 yaitu mencapai 69,2 juta pengguna. Peningkatan tersebut terjadi karena kebijakan di tengah pandemic covid-19, dimana pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh golongan usia produktif pada rentang 18-34 tahun.² Data tersebut dapat dilihat pada Gambar I-2.

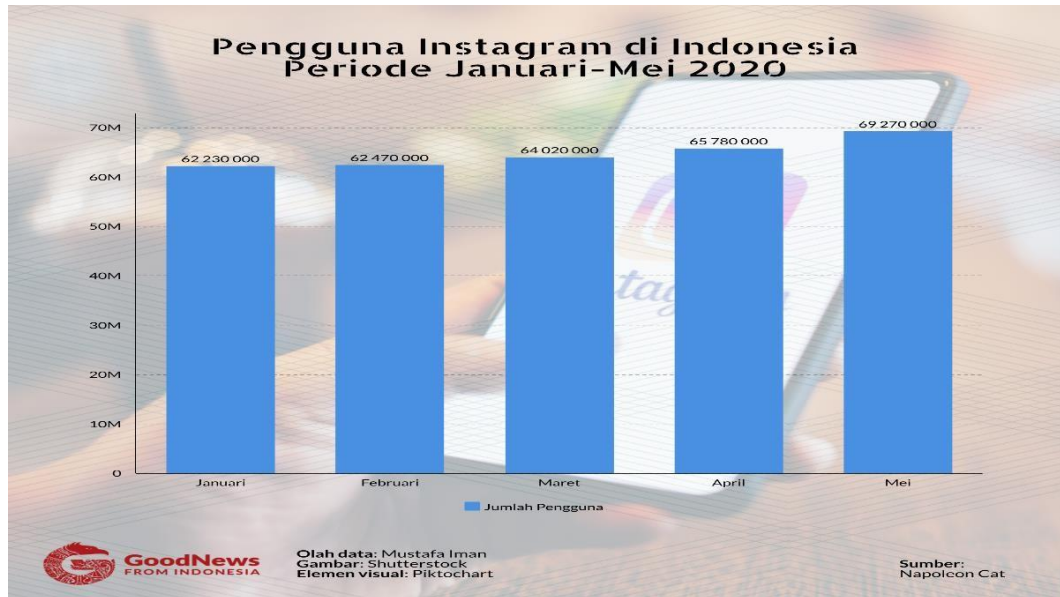


Gambar I- 1 Pengguna Internet Aktif Indonesia

Banyaknya pengguna internet aktif di Indonesia memungkinkan untuk memperoleh data dari berbagai sumber yang dapat digunakan sebagai dataset untuk penelitian. Di era sekarang data menjadi sumber yang sangat penting karena selain digunakan untuk penelitian data juga dapat dijadikan aset dalam bisnis.

¹ Leski Rizkinaswara, Penggunaan Internet di Indonesia, di akses dari <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/penggunaan-internet-di-indonesia/>, pada tanggal 29 Desember 2019

² Mustafa Iman, Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial, di akses dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>, pada tanggal 29 Desember 2020



Gambar I- 2 Pengguna Instagram di Indonesia Periode Januari-Mei 2020

Berdasarkan data Kompas kunjungan wisatawan ke restoran di kawasan Kota Bandung. Ada tiga restoran yang datanya sudah tercatat dari tanggal 28 oktober 2020 sampai 1 November 2020. Pertama yakni Tahu Susu Lembang yang mencatat total 2,163 kunjungan. Selain itu ada juga Kampung Daun Galery and Culture Resto mencatat total 3,104 kunjungan. Terakhir adalah Sapu Lidi Resto yang mencatat 725. Jika ditotal dari seluruh kunjungan destinasi yang ada di Kota Bandung, diprediksi ada total sekitar 165.000 wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Jumlah tersebut masih berupa prediksi karena beberapa destinasi belum menyerahkan data pasti kepada Dinas Pariwisata Kota Bandung.³

Penelitian ini dilakukan untuk pengukuran analisis sentimen keterlibatan pengguna Instagram dengan wisata kuliner Kota Bandung. Dimana data komentar Instagram sebagai *input* memungkinkan untuk memperoleh gambaran umum dari opini publik terhadap wisata kuliner Kota Bandung. Hasil dari rekomendasi dapat digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandung untuk meningkatkan kualitas wisata kuliner Kota Bandung sekaligus pendapatan daerah kota bandung.

³ Syifa Nuri Khairunisa, Kunjungan Wisatawan ke Bandung Barat Naik 30 Persen Saat Libur Panjang, di akses dari <https://travel.kompas.com/read/2020/11/04/091600927/kunjungan-wisatawan-ke-bandung-barat-naik-30-persen-saat-libur-panjang?page=all>, Pada tanggal 18 Maret 2021

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana menerapkan analisis sentimen pada media sosial Instagram terhadap wisata kuliner di Kota Bandung menggunakan algoritma Naive Bayes?
2. Bagaimana performansi algoritma Naive Bayes terhadap analisis sentimen dari data komentar di Instagram?
3. Bagaimana memberikan rekomendasi wisata kuliner berdasarkan hasil analisis dari penjumlahan *Simple Additive Weighting* (SAW).

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan di atas, adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

4. Menerapkan analisis sentimen pada media sosial Instagram terhadap wisata kuliner di Kota Bandung menggunakan algoritma Naive Bayes.
5. Mengetahui performansi algoritma Naive Bayes terhadap analisis sentimen dari data komentar di Instagram.
6. Mengetahui Reputasi wisata kuliner berdasarkan hasil analisis sentiment dan dari penjumlahan *simple additive weightthing* (SAW).

I.4 Batasan Penelitian

Adapun batasan yang di tentukan untuk mencegah perluasan materi bahasan dalam penelitian tugas akhir, antara lain:

7. Data Instagram diperoleh dari kurun waktu 5 Maret 2021– 25 Maret 2021.
8. Ruang lingkup penilaian wisata kuliner berdasarkan data hasil komentar Instagram.
9. Pengumpulan data tidak melibatkan dinas dan organisasi manapun.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tugas akhir ini yaitu:

10. Manfaat bagi peneliti

Dapat mengolah data dan menerapkan analisis sentimen menggunakan algoritma Naive Bayes untuk mendapatkan akurasi pada media sosial Instagram terhadap wisata kuliner Kota Bandung.

11. Manfaat bagi objek Penelitian

Dapat mengetahui kebutuhan konsumen, sehingga objek penelitian dapat memperluas pasar yang dibutuhkan konsumen berdasarkan data penelitian ini.

12. Manfaat bagi Dinas Pariwisata dan umum

Dinas pariwisata dapat menggunakan informasi dari analisis sentimen untuk menambah kualitas wisata kuliner.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelita, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisikan uraian teori yang berkaitan dengan penelitian atau literatur apa saja yang digunakan pada tugas akhir yang relevan dengan permasalahan. Teori-teori yang digunakan seperti: text mining, analisis sentimen, algoritma naïve bayes, dan lainnya.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisikan langkah-langkah penelitian meliputi: model, metode, prosedur penelitian, dan analisis yang digunakan dalam tugas akhir.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan

Pada bab ini berisikan hasil pengerjaan berdasarkan studi kasus yang diambil. Dimana pada bab ini dipaparkan tahap-tahap yang dilakukan mulai dari tahap pengumpulan data hingga tahap pengolahan data.

Bab V Analisis Hasil

Pada bab ini berisikan analisis hasil pengolahan data yang dijadikan sumber data untuk dilakukan perbandingan dengan standar michelin star.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian dan analisis yang sudah dilakukan, serta saran yang dapat membangun penulisan karya tulis selanjutnya.