

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan sebuah Provinsi yang memiliki begitu banyak keindahan alam, hal ini pula yang membuat Provinsi Lampung menjadi salah satu tujuan wisata yang banyak dikunjungi wisatawan Nusantara maupun Mancanegara. Dilihat dari perkembangan wisatawan dari tahun ke tahun, Kunjungan wisatawan ke Provinsi Lampung selalu mengalami peningkatan kepopuleran dalam daya Tarik alamnya. Pada tahun 2017 kunjungan wisatawan mencapai 11,39 juta wisatawan nusantara dan 245 ribu wisatawan mancanegara, ditahun 2018 kembali mengalami peningkatan yaitu 13,93 juta wisatawan nusantara dan 274 ribu mancanegara (BPS, 2022).

Kepopuleran Objek wisata Provinsi Lampung sendiri tidak lepas dari *review* ataupun opini para pengguna Media Sosial yang kerap kali dibagikan melalui Akun jejaring *online* seperti *Twitter*, *Instagram*, Maupun *Facebook*. Opini merupakan penilaian ataupun pendapat pribadi seseorang untuk menjelaskan tentang sesuatu hal yang mereka alami atau ketahui (Suryono et al., 2018). Opini sendiri seringkali dijadikan sebuah acuan wisatawan lain untuk berkunjung ke suatu tempat wisata yang dapat di lakukan analisis sentimen.

Analisis sentimen merupakan proses untuk mengolah suatu data teks yang akan dikategorikan ke dalam sentimen positif dan sentimen negative atau sering disebut dengan opini (Nurkholis et al., 2020). Opini di sini bisa berupa *mention* di media sosial maupun artikel di situs berita dan blog pribadi (Vinodhini & Chandrasekaran, 2012). Analisis sentimen yang akan dilakukan dalam penelitian menggunakan algoritma Naïve Bayes Classifier.

Algoritma *Naive Bayes* adalah sebuah pengklasifikasian *Probabilistic* sederhana yang dapat menghitung sekumpulan peluang atau kemungkinan kejadian dengan menjumlahkan frekuensi atau kombinasi nilai dari data yang ada (Alita et al., 2021). Keuntungan menggunakan algoritma naïve bayes karena *Naïve Bayes Classifier* sering bekerja jauh lebih baik dalam kebanyakan situasi dunia nyata yang kompleks dari pada yang diharapkan (Pattekari & Parveen, 2012).

Sebelumnya analisis *sentiment* menggunakan *Naïve Bayes Classifier* telah diteliti oleh Sulistiani et al (2022) dengan judul Analisis Perbandingan Algoritma LSTM dan Naive Bayes untuk Analisis Sentimen. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menghasilkan nilai akurasi, presisi dan recall sebesar 83.33%. Penelitian selanjutnya penelitian Isnain et al (2021) meneliti tentang Comparison of Support Vector Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment Analysis, menghasilkan tingkat akurasi analisis 88%.

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan, akan dilakukan penelitian tentang *Media Social sentiment analysis* untuk mengklasifikasikan opini netizen terhadap objek wisata di Provinsi Lampung. Penelitian ini masuk kedalam *fined grained sentiment analysis* yaitu analisis pada kalimat. Hasil klasifikasi analisis sentimen yaitu sebuah proses menemukan pendapat pengguna tentang beberapa topik atau teks yang disampaikan pengguna untuk menentukan apakah sepotong tulisan itu bermakna positif, negatif atau netral.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas dapat dirumuskan masalah adalah “bagaimana menganalisis opini media sosial tentang objek wisata di provinsi Lampung menggunakan Algoritma *naïve bayes*?.”

1.3.Batasan Masalah

Mengingat banyaknya perkembangan yang dapat ditemukan pada permasalahan kali ini, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan hanya pada :

1. Dataset yang digunakan hanya pada opini media *social twitter* mengenai objek wisata di Provinsi Lampung, dataset pada media *social twitter*.
2. Penelitian menggunakan objek wisata Provinsi Lampung yaitu Pahawang, Way Kambas, Pantai Krui/Pesisir Barat, Pantai Mutun dan Teluk Kiluan.
3. Penelitian ini masuk kedalam kategori Analisis pada Kalimat.
4. Tools analisis yang digunakan adalah *jupyter note book*
5. *Dataset* yang diambil tahun 2020-2021
6. Bahasa pemograman yang digunakan yaitu *python*

1.4.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah “untuk menganalisis opini media sosial tentang objek wisata di provinsi Lampung menggunakan Algoritma *naïve bayes*.”

1.5.Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Dapat mengetahui sentiment wisatawan terhadap objek wisata di Provinsi Lampung melalui ekstraksi data opini di media sosial.

2. Dapat mengetahui akurasi Algoritma *naïve* bayes dalam menghasilkan perhitungan data positif, negatif, dan netral terhadap opini netizen pada media sosial mengenai objek wisata di Provinsi Lampung.

Dapat mengetahui rekomendasi terbaik objek wisata di Provinsi Lampung berdasarkan opini wisatawan pada Media *Online*