

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera. Provinsi ini memiliki keuntungan aksesibilitas yang signifikan karena letaknya yang dekat dengan Jawa. Keberadaan Provinsi Lampung yang berdekatan dengan pintu masuk wisatawan utama, yaitu Jakarta, memberikan posisi strategis dalam sektor pariwisata (Raksapati, 2018). Karena alasan ini, Provinsi Lampung sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara, dan dengan kebiasaan masyarakat modern saat ini tentu akan banyak dari mereka yang akan membagikan pengalaman wisata mereka di media sosial.

Media sosial adalah platform daring yang memfasilitasi interaksi sosial antar pengguna melalui jaringan internet. Dengan menggunakan teknologi jaringan, media sosial memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berdialog satu sama lain (Putra et al., 2018). Karena pengguna dapat mengunggah berbagai konten secara bebas, media sosial menjadi tempat di mana berbagai opini pengguna dapat ditemukan, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Dengan adanya beragam opini tersebut, penting untuk melakukan analisis sentimen terhadap unggahan pengguna yang berkaitan dengan pariwisata di Provinsi Lampung. Tujuan analisis ini adalah untuk mengklasifikasikan opini menjadi positif atau negatif, guna mendukung kepentingan dan pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Lampung.

Dalam penelitian ini, kami akan menggunakan metode K-Nearest Neighbor untuk menganalisis sentimen terhadap pariwisata di Provinsi Lampung berdasarkan

unggahannya di media sosial. Metode ini akan digunakan sebagai alat untuk mengklasifikasikan data yang telah dikumpulkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana melakukan analisis sentimen menggunakan *K-Nearest Neighbor* terhadap pariwisata Provinsi Lampung di media sosial ?
2. Bagaimana hasil analisis sentimen menggunakan *K-Nearest Neighbor* terhadap pariwisata Provinsi Lampung di media sosial ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mencegah meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Media sosial yang digunakan hanya *Twitter*.
2. *Tweet* yang dikumpulkan hanya yang terdapat format teks.
3. *Tweet* yang dikumpulkan maksimal 1000 *tweet*

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui langkah-langkah dalam menganalisis sentimen menggunakan *K-Nearest Neighbor* terhadap pariwisata Provinsi Lampung di media sosial.
2. Untuk mengetahui hasil analisis sentimen menggunakan *K-Nearest Neighbor* terhadap pariwisata Provinsi Lampung di media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti, dapat menerapkan ilmu serta keahlian yang di dapat selama perkuliahan *Textmining* dan dapat menerapkannya dengan melakukan analisis sentiment terhadap pariwisata Provinsi Lampung di Media Sosial.
2. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait *Textmining*