

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Indonesia memiliki potensi sebagai negara wisata favorit oleh wisatawan asing, yang berdasarkan Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para wisatawan asing yang menempatkan Bali sebagai pilihan utama dengan kunjungan mencapai sekitar lebih dari 3,7 juta yang disusul oleh DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sumatra Utara, Lampung, Sumatra Selatan, Sumatra Barat dan Sulawesi Selatan. Sekitar 59% wisatawan asing berkunjung ke Indonesia untuk tujuan berlibur dan 38% untuk tujuan berbisnis (Yulistiana, 2019). Bali sebagai salah satu destinasi wisata yang sangat terkenal, baik oleh masyarakat Indonesia dan wisatawan mancanegara. Keindahan Bali menciptakan munculnya banyak komentar bahwa tidak lengkap berwisata ke Indonesia tanpa mengunjungi Bali sehingga banyak orang yang menyebut Bali sebagai surga wisata (Komarudin, 2019). Terlebih selama ini Bali telah dikenal oleh dunia menjadi destinasi alam dan budaya yang banyak dikunjungi wisatawan mancanegara (Maharani, 2020). Menurut perusahaan perjalanan wisata daring Tripadvisor, Bali dinobatkan menjadi destinasi wisata terbaik dunia menurut 25 destinasi terbaik pada penghargaan *Travellers Choice* untuk kategori Destinasi Terbaik Dunia, bersama Paris (Prancis), Créte (Yunani) dan London (Inggris).

Pada saat ini, pariwisata mulai menggeliat kembali dengan membuka tempat wisata di beberapa tempat sementara untuk wisatawan lokal. Pembukaan beberapa tempat wisata memberikan angin segar kepada ekonomi masyarakat dan sebagai tempat hiburan masyarakat, karena selama ini masyarakat sudah jenuh dan bosan dengan kondisi saat ini. Menurut *General Manager Business Strategy Management HIS Travel Indonesia*, Duma Asianna mengungkapkan wisata alam akan menjadi pilihan utama masyarakat untuk pergi liburan. Banyak orang ingin berjalan-jalan menikmati udara yang segar dan keindahan alam lantaran liburan di alam dapat membuat wisatawan lebih leluasa menerapkan jarak fisik dengan orang lain (Antara, 2020). Berdasarkan penelitian yang berjudul *Pembangunan*

Pariwisata Global di Bali, potensi wisata Bali selain budaya dan peninggalan sejarah yakni wisata alam. Pengembangan kawasan wisata alam yang berada di daerah untuk pemerataan pembangunan dan peningkatan ekonomi masyarakat daerah sehingga tidak terjadi penumpukan wisata pada daerah tertentu (Wijaya & Kanca, 2019). Salah satu penelitian wisata alam mengenai kajian wisata Jatiluwih pengumpulan data masih dilakukan dengan wawancara hanya menggunakan 5 informan tetapi tidak melibatkan semua komentar yang memiliki rating rendah (Krismawintari & Utama, 2019). Dalam industri pariwisata, kepuasan dan perspektif wisatawan sangat penting penerapannya untuk pengembangan dan pertumbuhan kawasan wisata, namun sebagian besar masih menerapkan survei kepada wisatawan untuk mendapatkan masukan dan perspektif wisatawan mengenai objek wisata. Pendekatan berbasis survei memiliki beberapa kekurangan seperti biaya operasional dan potensi data ganda dan pendekatan berbasis survei masih menerapkan analisis secara manual untuk menentukan komentar positif ataupun negatif. Melalui pendekatan analisis sentimen komentar wisatawan akan memberi peneliti pendekatan baru bahwa persepsi wisatawan dan kemungkinan tingkat kepuasan wisatawan (Muzakki et al., 2019). Analisis sentimen bertujuan untuk memperoleh pendapat atau opini wisatawan mengenai kawasan wisata berupa komentar positif dan negatif.

Penelitian ini menerapkan analisis sentimen untuk mengklasifikasikan komentar positif dan negatif menggunakan dataset wisatawan Jatiluwih dengan membandingkan performa metode SVM, K-NN dan NBC. Metode SVM diperkenalkan oleh Vapnik pada tahun 1992 yang memiliki keunggulan mendapatkan solusi optimal global dengan memecahkan masalah *quadratic programming problem* (QPP) dan meminimalkan batas atas kesalahan generalisasi dengan menerapkan prinsip minimalisasi resiko empiris (Vidiastanta et al., 2020). Metode SVM cocok untuk diterapkan pada analisis sentimen dibidang pariwisata dengan menggunakan dataset dari *website* perjalanan wisata dan memiliki performa lebih baik dibandingkan dengan metode *Random Forest* (Selot & Sreejit Panicker, 2021). NBC memiliki keunggulan daripada metode klasifikasi lainnya adalah sederhana tetapi metode ini memiliki nilai akurasi dan performansi yang tinggi dalam mengklasifikasikan sebuah teks (Suryani et al., 2019).

Penerapan metode NBC dapat diterapkan pada analisis komentar wisatawan dan menghasilkan tingkat akurasi sebesar 94.77% (Yuensuk et al., 2022). Metode K-NN pertama kali diperkenalkan oleh T.Cover dan P.Hart pada tahun 1967 mempunyai kelebihan dengan prinsip yang sederhana, pelatihan pada dataset cepat dan efektif pada data pelatihan besar (Fajri et al., 2020). Penerapan metode K-NN pada dataset komentar wisatawan dapat diterapkan karena memiliki hasil pengujian akurasi sebesar 86 % (Sibyan & Hasanah, 2021).

Penelitian analisis sentimen pada objek wisata alam dengan mengklasifikasikan komentar wisatawan pada objek wisata Jatiluwih dengan menggunakan aplikasi Rapidminer. Aplikasi Rapidminer melakukan sentimen analisis untuk membandingkan performa klasifikasi metode SVM, NBC dan K-NN. Menggunakan Rapidminer untuk proses data pra pengolahan data komentar wisatawan dan pelabelan positif serta negatif dilakukan secara manual. Fokus analisis sentimen penelitian ini pada komentar yang berhubungan dengan Kriteria Objek Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA). ODTWA yang digunakan menurut Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam tahun 2003 adalah daya tarik wisata, potensi pasar, aksesibilitas, kondisi lingkungan sosial ekonomi, pelayanan masyarakat, kondisi iklim, akomodasi, prasarana dan sarana penunjang, tersedianya air bersih dan keamanan. Tujuan pemberian kriteria agar setiap komentar wisatawan tidak keluar dari konteks dan dapat menyaring komentar wisatawan (Abdulloh & Pambudi, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis yang komprehensif mengenai komparasi metode klasifikasi SVM, NBC dan K-NN. Urgensi dari penelitian ini adalah apabila penelitian ini tidak segera direalisasikan akan menghambat perkembangan penelitian *data mining* khususnya *text mining*, dan peneliti hanya menggunakan dataset dari media sosial seperti Twitter. Juga terhadap analisis, mengenai persepsi dan masukan wisatawan terhadap objek wisata Jatiluwih yang masih bersumber dari survei kepuasan wisatawan sehingga analisis komentar tersebut kurang komprehensif. Jika penelitian ini dilaksanakan akan dapat membantu peneliti mengetahui performa metode klasifikasi SVM, K-NN dan NBC menggunakan dataset komentar wisatawan pada objek wisata Jatiluwih yang berasal dari *website* Tripadvisor sedangkan pada bidang

kepariwisataan dapat melihat persepsi dan masukan wisatawan mengenai objek wisata alam Jatiluwih. Tantangan penelitian ini adalah dapat mengembangkan riset penelitian tidak hanya dalam bidang pariwisata tetapi pada bidang lainnya dan pengembangan metode untuk analisis sentimen. Evaluasi metode pada penelitian ini menggunakan *confusion matrix* dan *cross validation* dimana pengujian ini akan memberikan perbandingan metode klasifikasi manakah yang lebih baik diterapkan dalam penelitian ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ada pada penelitian analisa sentimen adalah belum adanya analisis terkait komentar yang diberikan oleh wisatawan pada objek wisata di kawasan Bali yakni Jatiluwih sehingga pengelola objek wisata belum sepenuhnya dapat menerima semua komentar dari wisatawan, dimana komentar wisatawan dapat memberikan persepsi dan masukan terhadap objek wisata Jatiluwih. Belum adanya penelitian terkait analisis sentimen objek wisata Jatiluwih dengan membandingkan performa tiga metode klasifikasi yakni SVM, K-NN dan NBC.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah studi kasus untuk penelitian sebagai berikut.

1. Penelitian mengambil data komentar wisatawan pada objek wisata Jatiluwih dari *website* Tripadvisor.
2. Proses pra pengolahan, pembobotan data dan hasil klasifikasi komentar wisatawan Jatiluwih pada penelitian ini menggunakan *Rapidminer*.
3. Proses pelabelan data komentar dilakukan secara manual dengan menggunakan simbol bintang (*rating*) pada kolom komentar di *website* Tripadvisor sebagai standar dalam penentuan komentar positif dan negatif.
4. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak *Rapidminer* untuk membandingkan hasil pengujian metode SVM, K-NN dan NBC.

5. Pengujian pada metode SVM, K-NN dan NBC menggunakan *confusion matrix* dan *cross validation* dengan pengujian data latih dan uji perbandingan 80% data latih 20% data uji.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana hasil implementasi metode SVM, K-NN dan NBC pada studi kasus analisis sentimen objek wisata Jatiluwih ?
2. Bagaimana perbandingan hasil implementasi metode SVM, K-NN dan NBC pada studi kasus analisis sentimen objek wisata Jatiluwih ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui hasil implementasi metode SVM, K-NN dan NBC pada studi kasus analisis sentimen objek wisata Jatiluwih.
2. Untuk mengetahui hasil perbandingan implementasi SVM, K-NN dan NBC pada studi kasus analisis sentimen objek wisata Jatiluwih.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Akademik
Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbandingan metode SVM, K-NN dan NBC pada analisis sentimen objek wisata Jatiluwih.
2. Manfaat Praktis
 - a. Pihak Pengelola Objek Wisata
Melihat komentar wisatawan sebagai bahan masukan untuk pengembangan dan pengelolaan objek wisata Jattiluwih menjadi lebih baik.
 - b. Pihak Pemerintah
Membantu pihak pemerintah khususnya pemerintah daerah pada objek wisata tersebut sebagai masukan untuk ikut berpartisipasi dan berkontribusi untuk mengembangkan objek wisata daerahnya.

- c. Pihak Institusi Pendidikan
Sebagai sarana edukasi mengenai pertanian dan sebagai tempat melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan untuk membangun dan mengembangkan objek wisata Jatiluwih.
- d. Pihak Penanam Modal (*Investor*)
Memberikan kepercayaan dan keyakinan untuk menanamkan modal karena ada pengelolaan dan pengembangan lebih baik objek wisata Jatiluwih berdasarkan hasil analisis sentimen wisatawan.
- e. Pihak Pembuat Konten
Menyediakan tempat untuk membuat konten sehingga dapat memperkenalkan objek wisata Jatiluwih kepada lebih banyak wisatawan.

