

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi salah satu roda penggerak dan penopang dari perekonomian Bali. Pulau Bali dikenal dengan banyak sebutan mulai dari pulau dewata, pulau seribu pura dan masih banyak lagi, tak heran Bali menjadi salah satu destinasi wisata terkenal tidak hanya di Indonesia tapi juga di dunia. Namun seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan saat ini, juga memunculkan berbagai dampak dan tantangan yang harus dihadapi industri pariwisata Bali. Dari berbagai sumber berita kita bisa melihat saat ini Bali mengalami *overtourism* seperti pada berita pada laman (*Di Hadapan Media China, Wagub Minta Redam Berita Negatif Pariwisata Bali. (n.d.). Retrieved July 14, 2024, from <https://www.detik.com/bali/berita/d-6800115/di-hadapan-media-china-wagub-minta-redam-berita-negatif-pariwisata-bali>*, n.d.) dalam berita tersebut wakil gubernur Bali menyebutkan untuk meredam berita negatif tentang Bali karena *overtourism* serta masih banyak hal yang perlu dibenahi, seperti pengelolaan destinasi wisata, pengelolaan lingkungan serta kepuasan wisatawan. Keberadaan media sosial menjadi salah satu sarana bagi wisatawan untuk dapat menyuarakan pendapat serta pengalaman mereka mengenai pariwisata Bali. Maka dari itu analisis sentimen dari ulasan wisatawan yang didapat dari media sosial menjadi krusial untuk mengetahui, serta memahami persepsi mereka terhadap pariwisata Bali.

Meski demikian melakukan *sentiment analysis* secara manual satu persatu tentunya merupakan proses yang dan pekerjaan yang memakan waktu, terlebih lagi apabila data ulasan yang mencapai ribuan, selain itu dengan proses yang manual

juga rentan adanya *subjektifitas* pada hasil *sentiment analysis* nantinya. Faktor lain yang menjadikan ini sebuah tantangan adalah karena ulasan – ulasan yang diunggah ke sosial media menggunakan berbagai bahasa, utamanya bahasa Indonesia dan bahasa Inggris karena jika dilihat dari angka statistik 38.1% wisatawan yang berkunjung ke Bali merupakan wisatawan mancanegara serta sisanya merupakan wisatawan domestik yang menggunakan bahasa Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2024). Salah satu platform sosial media yang banyak digunakan adalah X.com, X sendiri merupakan platform *microblogging* yang tentunya memuat *text* sebagai konten utama dan menjadikannya tempat yang tepat untuk mencurahkan keluh kesah, serta platform yang tepat untuk mengumpulkan data untuk *sentiment analysis*.

Dalam bidang NLP *Convolutional Neural Network* menjadi salah satu metode yang banyak digunakan dalam bidang ini, termasuk dalam hal *sentiment analysis*. Lapisan konvolusi yang dimiliki oleh CNN dapat mengidentifikasi pola – pola penting dalam sebuah teks dengan lebih mendalam dan akurat. Seperti pada penelitian yang berjudul *Opinion mining using Double Channel CNN for Recommender System* yang dilakukan oleh (Sayyadpour & Nazarizadeh, 2023), dalam penelitian yang menggunakan CNN untuk melakukan opinion mining terhadap review produk dari dan menghasilkan nilai akurasi sebesar 91,6%. Dalam penelitian ini akan berfokus kepada pengembangan model *sentiment analysis* dengan berbasis pada CNN sehingga model mampu untuk melakukan analisa sentimen pada ulasan atau pendapat wisatawan yang diunggah pada media sosial X.com.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya penelitian ini akan berfokus pada pengembangan model analisis sentimen dengan

menggunakan model *Convolutional Neural Network* dengan data ulasan mengenai pariwisata Bali dalam dua bahasa yakni bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang didapatkan dari X.com. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengumpulkan dan mempersiapkan data *tweet* wisatawan tentang pariwisata Bali dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk *analysis sentiment* menggunakan metode *convolutional neural network*?
2. Bagaimana membangun model CNN untuk *analysis sentiment* dalam dua bahasa terhadap pariwisata Bali?
3. Bagaimana menguji dan memvalidasi model CNN untuk memastikan keakuratan dan konsistensinya dalam *sentiment analysis* wisatawan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model *sentiment analysis* dengan menggunakan *Convolutional Neural Network (CNN)*. Adapun lebih spesifiknya tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengumpulkan data *tweet* tentang pariwisata Bali dari media sosial X.com dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, serta melakukan *preprocessing* data untuk mempersiapkannya untuk pelatihan model.
2. Mengembangkan dan melatih model CNN yang mampu menganalisis sentimen *tweet* wisatawan dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.
3. Melakukan uji coba dan validasi model CNN untuk mengetahui akurasi dalam *analysis sentiment* ulasan wisatawan pada platform X.com.

## 1.4 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka batasan masalah yang dapat disimpulkan pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian dilakukan hanya pada *keyword* pencarian yang ada kaitannya dengan pariwisata Bali.
2. Penelitian dilakukan dengan hanya menggunakan data dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dengan sumber data dari platform X.
3. Class yang akan digunakan hanya menggunakan dua class yakni positif dan negatif.
4. Penelitian dilakukan sampai tahapan mendapatkan model yang mampu untuk melakukan sentiment analysis tanpa GUI.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas adapun manfaat dari hasil penelitian ini yakni sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Peneliti dapat mengimplementasikan teori dan pengalaman yang diperoleh selama masa perkuliahan, selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat serta mampu menambah wawasan mengenai sentiment analysis menggunakan metode convolutional Neural network (CNN) pada analisis sentimen pariwisata Bali.

2. Manfaat Praktis

Dengan pengembangan “Bilingual Sentiment Analysis Dalam Bahasa Inggris Dan Bahasa Indonesia Terhadap Pariwisata Bali Menggunakan Metode Convolutional Neural Network” peneliti dapat mengetahui

bagaimana proses analisis sentimen pada platform X serta penerapan metode CNN dalam melakukan sentiment analysis.

