

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bali, sebuah pulau kecil di Laut Indonesia, dianggap memiliki pengaruh besar terhadap pariwisata. Keunikan Bali dibandingkan daerah lain di Indonesia terletak pada alamnya yang spektakuler, tradisi budayanya, dan beragam kulinernya. Industri pariwisata sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan dan memperkuat persatuan nasional. Industri ini membantu menghasilkan devisa negara dan mendukung budaya serta warisan budaya bangsa.

Pariwisata memengaruhi nilai tukar setiap negara. Indonesia merupakan salah satu negara yang sebagian besar devisanya bergantung pada pariwisata. Pariwisata di Bali, salah satu destinasi wisata terpenting di Indonesia, memainkan peran kunci dalam menghasilkan pendapatan ini. Selain mendatangkan devisa, pariwisata di Bali juga membantu meningkatkan pendapatan daerah. Karena pentingnya Bali sebagai destinasi wisata bagi wisatawan mancanegara maupun lokal, Bali patut mendapat perhatian khusus dari pemerintah.

Pertumbuhan pariwisata di Bali sangat penting bagi daya saing ekonomi global, mengingat Bali diposisikan sebagai destinasi wisata terkemuka Indonesia di kancah internasional. Lebih lanjut, pengelolaan pariwisata yang efisien di pulau ini, terutama terkait destinasi-destinasi baru yang dapat menarik

lebih banyak pengunjung, akan mendorong perolehan devisa dan meningkatkan pendapatan daerah.

Pulau Bali dikenal karena keindahan alamnya yang memukau, menjadikannya destinasi populer bagi wisatawan dari seluruh dunia. Pertumbuhan pariwisata telah mendorong penduduk Bali untuk lebih terlibat di sektor ini, terbukti dari perekonomian Bali yang bertumpu pada industri pariwisata (Ekonomi et al., 2022). Pariwisata merupakan salah satu penggerak ekonomi global yang terbukti mampu meningkatkan kemakmuran negara, antara lain meningkatkan perdagangan devisa, menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan penduduk local (Yanti et al., 2022).

Berwisata ke Bali telah menjadi favorit dunia. Pulau ini menyambut pengunjung tidak hanya dari dalam negeri tetapi juga dari seluruh dunia. Fenomena ini terbukti dari peningkatan jumlah wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, setiap tahunnya. Meningkatnya arus wisatawan ini telah memotivasi penduduk Bali, terutama mereka yang berkecimpung di dunia pariwisata, untuk meningkatkan dan memperluas daya tarik wisata mereka.

Daya tarik wisata Bali yang besar telah mendorong banyak anak muda untuk memilih pariwisata sebagai bidang studi mereka. Hal ini tercermin dari tingginya jumlah lembaga pendidikan yang didedikasikan untuk pariwisata dan banyaknya mahasiswa yang ingin mengambil spesialisasi di bidang ini (Ekonomi et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja Bali terkonsentrasi di industri pariwisata.

Menurut studi Colliers Indonesia, rata-rata tingkat hunian hotel di Bali sekitar 40% pada akhir tahun 2021. Sebagai perbandingan, di Jakarta, angka ini

mencapai sekitar 70% (Presidensi et al., 2022). Dengan pelonggaran Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), pariwisata hotel di Bali berkembang pesat. Lebih lanjut, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) memperkirakan pelonggaran karantina wilayah di Bali akan mendorong peningkatan tingkat hunian hotel.

Hal ini menarik dan relevan bagi mereka yang ingin memahami opini positif maupun negatif masyarakat Indonesia mengenai pariwisata di Bali. Analisis ini menggunakan twit karena mudah diakses, memiliki jumlah pengikut yang tak terbatas, memuat informasi yang cukup banyak, berasal dari beragam sumber, dipublikasikan secara langsung (real-time), dan keterbatasan karakter pesan singkat memungkinkan gagasan disampaikan secara ringkas, langsung, dan jelas (Syadid, 2019).

Pada penelitian serupa yang dilakukan oleh Fathurahman Bei, dan Sudin Saepudin, 2021 (Play et al., 2021). Berdasarkan hasil analisis dan pengujian, dapat disimpulkan bahwa ketika algoritma SVM diterapkan pada aplikasi pembelian tiket online, aplikasi dengan akurasi tertinggi adalah Pegipegi, mencapai 78,21%. Agoda menyusul di posisi kedua, dengan 77,00%. Traveloka di posisi ketiga, dengan 75,03%. Mister Aladin di posisi keempat, dengan 64,00%. Terakhir, aplikasi dengan akurasi terendah adalah Tiket.com, dengan 58,68%.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi sebelumnya mengenai permasalahan yang telah diuraikan, maka disusunlah pertanyaan-pertanyaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana SVM digunakan untuk membuat model yang mengklasifikasikan opini tentang pariwisata di Bali?
2. Bagaimana hasil akurasi pemodelan klasifikasi sentimen terhadap pariwisata di Bali menggunakan metode SVM?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengimplementasikan SVM dalam pemodelan klasifikasi sentimen terhadap pariwisata di Bali.
2. Untuk mengetahui hasil akurasi pemodelan klasifikasi sentimen terhadap pariwisata di Bali menggunakan metode SVM

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Umum

1. Membantu mahasiswa mengasah kemampuan analisis dan sintesis mereka dalam merumuskan masalah, mencari data, menganalisis data, dan menyimpulkan hasil penelitian.
2. Membantu mahasiswa meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dalam menulis, berbicara, dan menyampaikan ide secara jelas dan sistematis.
3. Memberikan kontribusi baru pada pengetahuan dalam bidang yang diteliti.

#### b. Manfaat Khusus

1. Mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang topik tertentu dan memperoleh pengalaman praktis dalam menerapkan teori yang telah dipelajari.

2. Dapat menunjukkan kemampuan penelitian mahasiswa

### 1.5 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Menggunakan metode SVM untuk pengklasifikasikan dalam penelitian ini.
2. Dalam analisis ini, metode SVM diterapkan untuk klasifikasi.
3. Data dalam analisis ini terdiri dari twit berbahasa Indonesia.
4. Twit yang digunakan hanya berupa teks, tanpa gambar.
5. Data yang dikumpulkan untuk analisis ini diperoleh antara Januari dan Desember 2023, dengan menggunakan kata kunci "Pariwisata Bali"
6. Hasil klasifikasi dalam analisis ini, menggunakan metode SVM, meliputi sentimen positif, negatif, dan netral.

