

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial (KOMINFO, 2013). Media sosial yang muncul dengan berbagai fitur memberikan kemudahan luar biasa bagi penggunanya, dimulai dari media sosial yang memberikan layanan pesan, berbagi foto dan video hingga yang menawarkan fasilitas untuk para penggunanya bebas mengemukakan pendapat seperti *twitter* [1].

Menurut data dari lembaga Informasi dan Komunikasi (IKP), Indonesia menempati peringkat ke-5 pengguna *Twitter* terbesar di dunia setelah USA, Brazil, Jepang, dan Inggris. *Twitter* mengizinkan penggunanya untuk dapat mem-posting opini dengan pesan singkat yang disebut dengan *tweet* yang dibatasi pada penulisannya untuk tidak lebih dari 140 karakter.

Jutaan pengguna berbagi pendapat mereka di *twitter*, menjadikannya *platform* yang berharga untuk melacak dan menganalisis opini publik [2]. Berbagai macam opini atau tanggapan pada berbagai macam topik dapat ditemui di *Twitter*, contohnya topik politik, *entertainment*, komedi ataupun opini seseorang pada sebuah produk. Pada topik yang membicarakan sebuah produk, biasanya berisi ulasan mereka sebagai seorang konsumen, tak jarang pengguna lain yang mengirimkan *tweet* kepada publik bertujuan untuk menanyakan ulasan atau pengalaman orang lain pada sebuah produk.

untuk pertimbangan sebelum membeli produk tersebut. Tanggapan pada ulasan tersebut dapat bermakna sentimen atau mengekspresikan emosi, kategori dari sentimen dapat positif, netral, dan negatif. Namun karena cukup banyak ulasan yang dapat ditemui, sulit untuk mengklasifikasikan informasi sesuai kategorinya secara efisien tanpa membaca semua *tweet* satu-persatu. Dengan *text mining*, inti sari dari dokumen teks dapat diambil sehingga hasilnya dapat berguna untuk tujuan tertentu. Salah satu teknik *text mining* adalah analisis sentimen. Analisis sentimen adalah sebuah teknik untuk mendeteksi opini terhadap suatu subyek (misalnya individu, organisasi ataupun produk) dalam sebuah kumpulan data [3]. Dalam analisis sentimen terdapat beberapa algoritma yang dapat digunakan. Pada berbagai penelitian tentang analisis dokumen tekstual yang sudah pernah dilakukan (Taheri & Mammadov, 2013; Hall, 2006; Shahheidari et al., 2013), paling banyak menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*. *Naive Bayes Classifier* adalah salah satu algoritma yang populer digunakan untuk keperluan *data mining* karena kemudahan penggunaannya [4] serta waktu pemrosesan yang cepat, mudah diimplementasikan dengan strukturnya yang cukup sederhana dan tingkat efektifitas yang tinggi [5].

Dari uraian di atas, untuk mengetahui metode *Naive Bayes Classifier* mampu secara otomatis melakukan klasifikasi tweet pada *Twitter* dengan baik maka dilakukanlah penelitian ini. Data pada penelitian ini diambil dari komentar yang ditulis di *Twitter* tentang ulasan produk dengan kata kunci HMNS, dan penelitian ini nantinya akan menghasilkan klasifikasi teks dalam bentuk positif atau negatif serta akurasi yang diperoleh dari metode *Naive Bayes Classifier* untuk

melakukan klasifikasi *tweet* pada *Twitter* dari komentar ulasan parfum brand lokal HMNS pada *Twitter*.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana algoritma *Naive Bayes* dapat mampu mengklasifikasi *tweet* dengan baik
2. Berapa akurasi yang diperoleh dari metode *Naive Bayes* untuk klasifikasi *tweet*.

1.2 Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya tujuan penelitian, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Sumber data *review* atau ulasan hanya dari satu *platform* yaitu *Twitter*.
- b. Sentimen *Twitter* hanya sentimen yang berhubungan dengan produk HMNS.
- c. *Tweet* yang diambil dan dianalisis hanya *tweet* berbahasa Indonesia.
- d. Metode yang dipakai adalah metode *Naive Bayes Classifier*.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui metode *Naïve Bayes Classifier* mampu secara otomatis melakukan klasifikasi *tweet* pada *Twitter* dengan baik.
2. Mengetahui akurasi yang diperoleh dari metode *Naive Bayes Classifier* untuk melakukan klasifikasi *tweet* pada *Twitter*.
3. Untuk mengetahui sentimen masyarakat terhadap produk parfum lokal HMNS.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pengetahuan lebih kepada peneliti dalam menganalisa sentimen masyarakat terhadap salah satu produk local yaitu HMNS menggunakan algoritma *Naïve Bayes*.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti apabila hendak melanjutkan penelitian di masa yang akan datang.
3. Mengetahui kemampuan mahasiswa dalam menguasai dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dan juga sebagai bahan evaluasi.
4. Hasil dari penelitian dapat digunakan untuk penelitian tahap selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dan studi literatur, yaitu dengan mencari data-data yang diperlukan dari berbagai buku, artikel, karya ilmiah dan

website yang berhubungan dengan materi penelitian. Penulis melakukan kajian terhadap penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

1.6.2 Analisis Permasalahan

Peneliti melakukan analisis terhadap studi literatur untuk mendapatkan pemahaman mengenai metode yang akan digunakan, yaitu *Naïve Bayes Classifier* untuk menyelesaikan masalah dalam analisis sentimen.

1.6.3 Implementasi

Pada tahap ini dilakukan implementasi dari pemahaman studi pustaka dan studi literasi yang telah didapat mengenai tahap-tahap analisis sentimen pada *Twitter*, mulai dari proses pengumpulan data, dan pengolahan data berupa *preprocessing*.

1.6.4 Analisis Hasil

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil analisis sentimen yang akan diukur tingkat akurasinya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penelitian ini penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini terdiri dari delapan sub bab, yaitu latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dibutuhkan sebagai landasan dalam penelitian.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang implementasi metode yang digunakan untuk analisis sentimen mulai dari pengumpulan data sampai penjabaran hasil penelitian, dan pembahasan berisi tentang hasil yang diperoleh untuk mewujudkan tujuan dan manfaat yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diharapkan agar penelitian bermanfaat untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini memuat tentang kumpulan sumber bacaan yang digunakan selama proses penelitian dengan menyebutkan asal-usul sumber tersebut.

