

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Opini adalah pendapat pribadi yang tidak obyektif dan tidak melalui proses verifikasi (Quirk dkk. dalam Wibisono, 2013). Menurut Cultip dan Center dalam Sastropetro (1987), opini adalah sejumlah akumulasi pendapat individual tentang suatu isu dalam pembicaraan secara terbuka dan berpengaruh terhadap sekelompok orang. Dengan demikian, opini terbentuk melalui suatu kegiatan berupa debat pembicaraan atau pertukaran informasi antar individu yang berada dalam suatu kelompok. Opini seseorang pada suatu hal menjadi penting dalam pengambilan keputusan.

Media sosial adalah suatu media *online* yang seringkali digunakan oleh masyarakat untuk mengungkapkan atau mengutarakan suatu berita atau informasi lain termasuk opini/ tanggapan seseorang mengenai suatu hal. Melalui media ini, masyarakat khususnya pengguna media sosial dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi informasi, baik berbagi aktivitas sehari-hari maupun keluhan terhadap suatu hal. Informasi yang terdapat pada media sosial, baik itu fakta atau opini dapat sangat mudah menyebar dan mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap suatu hal. Perkembangan media sosial saat ini, berkembang dengan sangat pesat. *Twitter* adalah salah satu media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Salah satu contoh manfaat penggunaan media sosial yaitu untuk mengetahui bagaimana respon atau tanggapan konsumen terhadap suatu tempat, barang atau jasa.

Kepuasan konsumen merupakan kunci utama keberhasilan bisnis suatu perusahaan. Bagi banyak perusahaan, kepuasan pelanggan telah menjadi suatu urusan yang vital dalam meningkatkan kualitas layanan dan produknya, serta memelihara loyalitas pelanggan dalam suatu pasar persaingan yang kompetitif.

Berkembangnya riset kepuasan pelanggan untuk kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan (ACSI) berkontribusi

pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan. Melihat keadaan tersebut, pengukuran akan kepuasan pelanggan telah menjadi suatu *trend* yang positif di dunia ini. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

*Sentiment analysis* atau *opinion mining* mengacu pada penerapan pengolahan bahasa alami, komputasi linguistik dan analisis teks untuk mengidentifikasi dan mengekstrak informasi subjektif pada bahan sumber (Pang dan Lee, 2008). Munculnya media sosial dan jejaring sosial telah memicu peluang besar dalam melakukan *sentiment analysis* atau *opinion mining* untuk mengetahui pendapat orang lain tentang suatu hal yang dapat dimanfaatkan selama proses pengambilan keputusan. Pada penelitian ini, *opinion mining* dilakukan melalui *tweet* seseorang mengenai kepuasan konsumen terhadap suatu hotel untuk mengetahui respon pelanggan mengenai hotel tersebut serta membantu mengevaluasi agar dilakukannya peningkatan mutu dan kualitas perusahaan. Kemudian hasilnya dibandingkan dengan indeks kepuasan konsumen yang dilakukan oleh *The American Customer Satisfaction Index*. *Tweet* tersebut diklasifikasikan ke dalam dua kelas sentimen, yaitu kelas sentimen positif dan kelas sentimen negatif dengan menggunakan metode pendekatan berbasis kamus atau *lexicon-based* dan dengan penerapan metode *k-Nearest Neighbor*.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penulis akan membuat penelitian dengan judul: “***Opinion Mining Perbandingan Sikap Konsumen Mengenai Kepuasan terhadap Suatu Hotel Berdasarkan Twitter***”. Pengimplementasian *opinion mining* ini menggunakan bahasa pemrograman R.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan metode *Lexicon-Based* dan metode *k-Nearest Neighbor* dalam melakukan *opinion mining*.

2. Bagaimana pengaruh tahap *text preprocessing* dan *feature selection* dengan tingkat akurasi *opinion mining* yang dihasilkan menggunakan metode *Lexicon-Based* dan metode *k-Nearest Neighbor*.
3. Bagaimana perbandingan skor yang dihasilkan melalui proses *opinion mining* menggunakan metode *Lexicon-Based* dengan skor yang dimiliki ACSI untuk setiap hotelnya.

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan pengklasifikasian terhadap data *tweet* dengan menggunakan metode *Lexicon-Based* dan *k-Nearest Neighbor*.
2. Mengetahui pengaruh tahap *text preprocessing* dan *feature selection* terhadap performansi *Lexicon-Based* dan *k-Nearest Neighbor*.
3. Mengetahui perbandingan hasil skor yang dihasilkan oleh metode *Lexicon-Based* dengan skor yang dimiliki ACSI untuk setiap jenis hotel.

### 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. *Dataset* yang digunakan adalah data *real time* yang berasal dari *social media twitter*, dataset berupa teks yang berisi kumpulan *tweet* berbahasa Inggris yang terdiri dari beberapa *hashtag* (#) nama hotel yaitu *#Hyatt* dan *#Marriot*.
2. *Dataset* dipilih dan dibagi ke dalam beberapa kelas (kelas positif dan kelas negatif) secara manual.
3. *Tweet* yang mengandung iklan/ *advertisement* tidak digunakan dalam penelitian ini.
4. Penggunaan metode *Lexicon-Based* berdasarkan kamus *opinion lexicon* milik Hu dan Liu dan *k-Nearest Neighbor* untuk menentukan apakah suatu kalimat merupakan kalimat positif atau kalimat negatif.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan akan diuraikan dengan pokok-pokok bahasan yang disusun menurut bab demi bab sesuai dengan kerangka sebagai berikut:

- Bab I**            **Pendahuluan**, dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah, dan sistematika penulisan.
- Bab II**           **Landasan Teori**, dalam bab ini membahas tentang teori yang digunakan penulis untuk membangun sistem dan membahas secara singkat mengenai bahasa pemrograman yang digunakan dalam mengimplementasikan sistem yang telah dibangun.
- Bab III**          **Metodelogi**, dalam bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.
- Bab IV**          **Analisis dan Perancangan**, dalam bab ini menjelaskan kebutuhan-kebutuhan sistem saat melakukan penelitian.
- Bab V**            **Implementasi dan Hasil**, dalam bab ini membahas tentang tahapan implementasi. Pada bagian implementasi akan dilakukan pengujian terhadap metode-metode yang telah dibuat pada perancangan sistem dan melakukan perhitungan akurasi. Analisis dan hasil implementasi juga dibahas pada bab ini.
- Bab VI**          **Penutup**, dalam bab ini merupakan bab yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari laporan tugas akhir.