

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digitalisasi seperti sekarang ini, banyak cara untuk mengakses informasi mengenai beragam topik, seperti wisata. Kegiatan pariwisata adalah kegiatan bepergian ke suatu tempat dengan tujuan hanya untuk mengunjungi atau mengelilingi, baik terencana maupun tidak, dan tempat yang dikunjungi disebut tempat wisata dan individu yang melakukannya kegiatan tersebut disebut wisatawan [1]. Banyak orang membagikan kegiatan wisata mereka di berbagai platform atau aplikasi seperti youtube, x (twitter), instagram, tiktok. Sebagian besar dari mereka juga membagikan pengalaman berwisata dengan meninggalkan komentar di Google Maps. Google Maps merupakan sebuah aplikasi penunjuk jalan yang dikembangkan oleh perusahaan besar Dunia yaitu Google [2]. Dalam Google Maps dapat mengakses rute atau jalan yang ditunjukkan dengan mengetikkan kata kuncinya, Selain itu, dapat melihat ulasan, rating, dan banyaknya frekuensi pengunjung suatu tempat.

Dengan berkembangnya industri pariwisata seiring waktu, analisis sentimen semakin penting dan diperlukan. Ulasan yang ditinggalkan pengunjung dalam kolom komentar Google Maps dapat mencakup berbagai aspek, seperti fasilitas, lingkungan, suasana, wahana, kebersihan, kualitas layanan, dan keamanan yang ada di tempat wisata.

Kabupaten Jombang juga memiliki banyak potensi tempat wisata, salah satunya Wana Wisata Banyu Mili yang terletak di kaki Gunung Anjasmoro, tepatnya di Desa Carangwulung, Kecamatan Wonosalam. Dalam Bahasa Indonesia, Banyu Mili berarti air yang mengalir adalah tempat wisata alam buatan. Meskipun wisata alam buatan, tempatwisata ini sejuk dan nyaman, selain itu memiliki berbagai spot foto dan wahana untuk keluarga dan anak-anak.

Berdasarkan referensi penelitian sebelumnya yang telah terlebih dahulu mengkaji mengenai analisis sentimen dengan metode dan objek yang sama namun

studi kasus yang berbeda. Penelitian pertama dengan judul penelitian ‘Analisis Sentimen Objek Wisata Bali Di Google Maps Menggunakan Algoritma Naive Bayes’, yang meneliti tentang 5 tempat wisata paling populer atau terkenal di Bali, dengan menggunakan data sebanyak 75 komentar yang diambil dari Google Maps dari setiap objek wisata, dan hasil penelitian yang menunjukkan tiap objek wisata menghasilkan nilai akurasi yang berbeda. Nusa Penida dengan akurasi 94,64%, Garuda Wisnu Kencana dengan akurasi 82,86%, The Edge dengan akurasi 80%, Pandawa dengan akurasi 90,71%, dan Pura Luhur Uluwatu dengan akurasi 85,54% [3].

Penelitian kedua berjudul ‘Sentimen Objek Wisata Di Kabupaten Banggai Laut Menggunakan Metode Naive Bayes’, yang meneliti sentimen dengan data yang diperoleh melalui kuisioner yang diisi oleh pengunjung dan petugas pantai, dan hasil penelitian yang menunjukkan akurasi sebesar 87% dengan perbandingan 90% data latih dan 10% data uji [4].

Penelitian ketiga berjudul ‘Analisis Sentimen Destinasi Wisata Saung Angklung Udjo’, yang meneliti tempat wisata Saung angklung Udjo dengan data 467 komentar, dan hasil penelitian menunjukkan 50,32% positif, 49,46% netral, dan 0,22% negatif [5]. Pengkajian mengenai analisis sentimen di tempat wisata sudah dilakukan sebelumnya, tetapi belum dilakukan di Kabupaten Jombang, seperti Wana Wisata Banyu Mili Jombang.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Permasalahan

Ulasan yang telah diberikan pengunjung mengenai tempat wisata Banyu Mili Wonosalam Jombang, sangat banyak dan tidak bisa diklasifikasikan menjadi positif ataupun negatif.

1.2.2 Metode Usulan

Ulasan atau komentar yang diberikan pengunjung sangat banyak dan tidak bisa ditentukan sentimen positif dan negatif. Sehingga perlu dilakukan analisis

sentimen menggunakan metode Naïve Bayes untuk mengukur penilaian atau sentimen pengunjung tempat wisata Banyu Mili Wonosalam Jombang.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, pertanyaan penelitian dalam pembuatan tugas akhir ini adalah :

1. Berapakah nilai sentimen mengenai komentar tempat wisata Banyu Mili Wonosalam Jombang melalui komentar Google Maps menggunakan metode Naïve Bayes?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui nilai sentimen mengenai komentar tempat wisata Banyu Mili wonosalam Jombang melalui komentar Google Maps menggunakan metode Naïve Bayes.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Melakukan analisis sentimen terhadap komentar Google Maps tempat wisata Banyu Mili menggunakan algoritma Bayes.
2. Pengembangan ilmu text mining dan pariwisata.
3. Sumber pembelajaran untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Batasan Masalah

1. Data yang diambil dari Google Maps sebanyak 1.083 data.
2. Kategori sentimen dibagi menjadi 2, yaitu positif dan negatif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah , dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian atau dasar teori yang digunakan untuk panduan penelitian. Dalam bab ini juga berisi penjabaran mengenai penelitian sebelumnya yang sejalan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tahapan , metode, dan teknik yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari proses yang telah dijabarkan dan memperoleh hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta saran yang bisa dilakukan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi buku ataupun jurnal penelitian yang menjadi referensi dan pedoman dalam penelitian.