

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah sektor penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi domestik dan regional. Di Indonesia, sektor pariwisata adalah salah satu pendukung utama dalam meningkatkan pendapatan nasional dan menciptakan lapangan kerja[1]. teknologi digital berkembang dan penetrasi internet meningkat, perilaku pariwisata juga berubah. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam mendukung pembangunan perekonomian masyarakat. Sebelum memilih tujuan wisata, wisatawan modern cenderung mencari informasi dan ulasan informasi yang didistribusikan di berbagai platform online seperti *Google Review*, *Traveloka*, dan *media sosial* seperti *Instagram* dan *TikTok*.

Kabupaten Lamongan di Jawa Timur dikenal sebagai salah satu daerah dengan potensi wisata yang cukup besar. Salah satunya yaitu Wisata Bahari Lamongan (WBL) telah menjadi ikon wisata di wilayah pantai utara Jawa Timur. WBL mampu meningkatkan aliran kunjungan wisata di Lamongan setiap tahun berkat konsep taman hiburan terintegrasi yang menawarkan wahana air dan pembelajaran[2]. Selain itu, pariwisata Goa Maharani di wilayah yang sama, dipadukan dengan taman binatang mini yang memberikan kontribusi pada pesona di kawasan itu, menawarkan pengalaman unik dalam batu *stalagmit* yang menakjubkan.

Tinjauan pariwisata ini mencakup pendapat dan pengalaman yang mencerminkan kepuasan dengan tujuan wisata yang Anda kunjungi. Fasilitas merupakan suatu jasa pelayanan yang disediakan oleh suatu objek wisata untuk menunjang atau mendukung aktivitas wisatawan yang berkunjung di suatu objek wisata. Apabila suatu objek wisata memiliki fasilitas yang memadai serta memenuhi standar pelayanan dan memuaskan dapat pengunjung maka hal ini akan menarik wisatawan untuk dapat berkunjung kembali. Ulasan ini dapat dilakukan dalam bentuk emosi *positif*, *negatif*, atau *netral* yang secara langsung

atau tidak langsung mempengaruhi keputusan wisata lainnya saat memilih tujuan wisata. Semakin baik ulasan tentang tujuan Anda, semakin besar kemungkinan tujuan Anda adalah untuk menarik wisatawan baru. Sebaliknya, peringkat *negatif* dapat mengurangi minat wisata, kunjungan, dan bahkan mempengaruhi target banding.[3]

Pengembangan *teknologi AI* (kecerdasan buatan) dan *Machine Learning* (pembelajaran mesin) memberikan solusi untuk masalah ini. Salah satu metode paling populer untuk tugas klasifikasi teks seperti analisis sentimen adalah *Naive Bayes classifier*, sebuah algoritma yang didasarkan pada *teorema Naïve Bayes*, di mana kemandirian antara properti yang digunakan. Metode ini terkenal sederhana, cepat dan efektif, terutama ketika berhadapan dengan data teks dalam jumlah besar[4]. Selain itu, metode ini juga memiliki keunggulan dalam hal interpretasi hasil dan efisiensi komputasi.

Algoritma *Naive Bayes* adalah merupakan salah satu algoritma klasifikasi yang banyak digunakan pada Data Mining ataupun *Text Mining*[5][6]. Penerapan metode Naive Bayes dalam analisis sentimen ulasan pariwisata memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat bagi wisatawan. Manajer tujuan wisata dapat menggunakan hasil sentimen untuk menilai analisis layanan, memahami kebutuhan pengunjung, meningkatkan kekurangan, dan meningkatkan kualitas destinasi mereka. Mengetahui tren sentimen pengunjung memungkinkan Anda untuk membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dan pengembangan layanan dan membuat database (berbasis data). Sementara itu, wisatawan dapat mengambil foto umum dari destinasi mereka tanpa membaca semua ulasan secara individual, sehingga membuat proses pengambilan keputusan menjadi lebih efisien dan tepat.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menggunakan metode *Naive Bayes* ketika menganalisis sentimen ulasan tentang destinasi pariwisata dan mengukur kinerja metode ini ketika mengklasifikasikan sentimen[7]. Sistem ini diharapkan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang lebih responsif, lebih adaptif dan berbasis data untuk meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di daerah internasional.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut menjadi penelitian tugas akhir dengan judul “(Penerapan metode *Naive Bayes* untuk analis sentimen ulasan destinasi pariwisata Lamongan)”.

1.2 Perumusan Masalah

Selain pengembangan sektor pariwisata Kabupaten Lamongan, yang ditandai dengan pengembangan berbagai tujuan utama, ada juga tantangan baru dalam hal manajemen Reputasi dan meningkatkan kualitas layanan. Di era digital, ulasan pariwisata di berbagai platform online merupakan faktor penting yang mempengaruhi citra dan keputusan calon wisatawan lainnya. Jumlah cek yang Anda masukkan setiap hari memerlukan sistem analisis otomatis untuk memproses sentimen yang terkandung.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah yang menjadi pokok penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.2.1 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan utama yang dihadapi dapat dirinci sebagai berikut:

1. Banyaknya ulasan wisata yang masuk secara online setiap hari berarti manajer destinasi wisata Lamongan mengalami kesulitan melakukan sentimen karena waktu, tenaga, dan biaya yang sangat besar.
2. Tidak ada sistem otomatis yang dapat memproses dan mengklasifikasikan ulasan ini dalam kategori emosi *positif*, *negatif*, atau *netral* secara cepat dan akurat
3. Kurang efisien tentang analisis data dalam penggunaan teknologi untuk pembelajaran mesin, terutama metode *Naive Bayes*, dalam menganalisis ulasan pariwisata secara efektif, informasi berharga digunakan dalam ulasan pengelola destinasi.
4. Kurangnya informasi yang terstruktur tentang persepsi wisata (kontrol data) menyebabkan kesulitan bagi pengelola dalam mengembangkan strategi pengembangan basis data pariwisata.

1.2.2 Usulan Solusi

Untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi, penelitian ini menunjukkan beberapa solusi. Pertama, dengan menggunakan metode *Naive Bayes* sebagai klasifikasi sentimen untuk ulasan pariwisata yang dikumpulkan oleh berbagai platform online. Metode ini memungkinkan proses analitik berjalan secara otomatis dan efisien, mampu mengganti proses manual yang membutuhkan waktu dan energi[4].

Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk bisa analisis sentimen yang dapat mencapai ulasan wisata dengan tiga kategori utama: emosi *positif*, *negatif* dan *netral*. Sistem ini dirancang untuk memiliki batas akurasi yang dapat diukur dan diukur sehingga hasil klasifikasi dapat digunakan sebagai dasar yang dapat diandalkan untuk mengambil keputusan[1].

Selain itu, penelitian ini menghasilkan laporan tentang pola sentimen yang muncul di tujuan wisata di tujuan wisata kabupaten Lamongan . Laporan ini mencakup deskripsi umum tentang kesadaran pengunjung, dan dapat digunakan sebagai referensi penting bagi Pengelola ketika menilai dan mengembangkan tujuan wisata

Terakhir, penelitian ini juga menyarankan agar teknologi untuk analisis sentimen diterapkan sebagai alat yang efektif untuk manajer tujuan wisata dalam desain layanan, iklan, dan strategi untuk meningkatkan gambar yang ditargetkan berdasarkan tujuan manajemen modern dan data dasar.

1.2.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses klasifikasi sentimen ulasan wisatawan terhadap destinasi wisata di Kabupaten Lamongan dapat dilakukan menggunakan metode Naive Bayes?
2. Seberapa akurat metode Naive Bayes dalam mengelompokkan sentimen (*positif*, *negatif*, dan *netral*) dari ulasan wisatawan?

3. Apa saja kategori sentimen yang paling dominan dalam ulasan wisatawan terhadap destinasi wisata di Kabupaten Lamongan?
4. Bagaimana hasil klasifikasi sentimen ini dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan peningkatan kualitas layanan destinasi wisata oleh pengelola atau pemerintah daerah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Studi ini dilakukan dengan tujuan menerapkan metode *Naive Bayes* untuk analisis sentimen wisatawan kepada wisatawan. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk bisa diklasifikasi yang efektif untuk sentimen dan untuk memeriksa informasi tentang pola sentimen pariwisata yang dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk pengembangan sektor pariwisata regional. Studi ini diharapkan tidak hanya membantu manfaat sains untuk maju, tetapi juga untuk praktisi dan manajer pariwisata.

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan metode *Naive Bayes* sebagai algoritma klasifikasi sentimen untuk analisis ulasan pariwisata yang diterima dari berbagai platform online.
2. Mengukur Seberapa akurat metode *Naive Bayes* dalam kategori positif, negatif dan netral dengan tingkat akurasi yang dapat diukur.
3. Dapat menyusun laporan dominan dari pola sentimen dalam ulasan destinasi wisata di Kabupaten Lamongan.
4. Untuk meningkatkan layanan adalah untuk memberikan rekomendasi, strategi, dan pengelola data destinasi untuk menerapkan teknologi untuk analisis sentimen kepada pengelola target pariwisata, serta lebih efektif dan berbasis data.

1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis : Studi ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah di bidang machine learning, terutama ketika menggunakan metode *Naive Bayes* untuk analisis sentimen di sektor pariwisata.
2. Manfaat praktis : Untuk Pengelola destinasi wisata kabupaten lamongan, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk memahami persepsi wisata, meningkatkan kualitas layanan, dan mengembangkan strategi periklanan yang mengelola tujuan yang lebih bertarget dan lebih baik.
3. Manfaat social ekonomi : Diharapkan bahwa peningkatan kualitas pariwisata dalam layanan dan basis data akan mengarah pada harapan bahwa sektor pariwisata Lamongan akan berkembang lebih cepat, mempromosikan pertumbuhan ekonomi regional dan membuka peluang kerja baru di masyarakat sekitar.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan mengkaji ulasan wisatawan yang diberikan pada destinasi wisata di Kabupaten Lamongan, yang tersedia dalam bentuk teks melalui platform *google maps*. Penelitian tidak akan mencakup jenis ulasan selain yang berbentuk teks, seperti gambar atau video.
2. Penelitian ini hanya akan menggunakan metode *Naïve Bayes*..
3. Sentimen yang Diklasifikasikan: Penelitian ini hanya akan mengklasifikasikan sentimen menjadi tiga kategori: *positif*, *negatif*, dan *netral*.
4. Data ulasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari platform *Google Maps*.
5. Data yang digunakan dalam penelitian ini akan dibatasi pada ulasan yang diterbitkan dalam rentang waktu tiga tahun terakhir (2022-2025), untuk memastikan relevansi dan aktualitas informasi.
6. Penelitian ini hanya akan berfokus pada destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lamongan dan tidak mencakup daerah lain.