

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, twitter menjadi *microblogging system* bagi orang-orang. Media sosial Twitter ini dapat dijadikan sebagai tempat untuk menyampaikan perasaan dan pendapat seseorang. Twitter merupakan jejaring media sosial yang selalu menunjukkan keberadaannya sebagai media untuk berkomunikasi untuk dunia (Wibowo & Mirawati, 2013). Setiap orang dalam menggunakan media sosial memiliki kebutuhan dan kepuasan yang berbeda - beda (Utomo, 2013). Twitter sebagai salah satu media sosial yang populer di kalangan remaja untuk mengungkapkan perasaan atau menceritakan perjalanan mereka. Pengguna Twitter di Indonesia ada sekitar 19,5 juta pengguna twitter (Kominfo, 2013).

Di saat *weekend* atau liburan, orang-orang akan memanfaatkan waktunya untuk melakukan suatu aktifitas seperti jalan-jalan atau hanya berada di dalam rumah saja. Pada zaman sekarang tentunya tidak lepas dari dunia media sosial. Orang-orang mengekspresikan sesuatu yang ada di media sosial bukan hanya tentang produk atau layanan, tetapi juga tentang topik dan isu-isu yang ada di era zaman sekarang (Karamibekr & Ghorbani, 2013).

Yogyakarta tentunya juga sangat terkenal di Indonesia dengan tempat wisatanya. Yogyakarta sendiri merupakan tempat tujuan wisatawan lokal maupun luar kedua setelah Bali di Indonesia (Sulistya, 2016).

Orang-orang tentunya jalan jalan ke suatu tempat wisata di kota Yogyakarta karena tempat wisata itu sudah terkenal. Contohnya seperti Malioboro, Alun-Alun, Pantai Parangtritis, dan sebagainya. Yogyakarta memiliki banyak objek wisata yang lengkap, tetapi tidak semua tempat wisata dikunjungi oleh wisatawan, contohnya wisata budaya dan ditunjukkan untuk keluarga (Sosial & Volume, 2016).

Pada suatu tempat wisata, tentunya memiliki pengunjung yang jumlahnya selalu berbeda setiap harinya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam berkunjung ke suatu tempat wisata, diantaranya adalah faktor waktu liburan seseorang, apakah itu liburan akhir semester atau hanya *weekend* saja. Setelah itu ada juga faktor tempat wisata yang sudah terkenal bagi kalangan masyarakat, sehingga ada suatu ketertarikan seseorang dalam mengunjungi tempat tersebut untuk memamerkannya di media sosialnya seperti Twitter. Biasanya kalangan remaja tidak akan lupa untuk meng-*update* lokasi yang sedang dikunjungi. Dari *tweet* yang disampaikan oleh seseorang biasanya akan menghasilkan sentimen.

Sentimen analisis dilakukan untuk mengidentifikasi suatu pendapat atau sebuah masalah atau objek oleh seseorang, apakah cenderung berisfat negatif atau positif (Buntoro, 2014). Sentiment analisis ini dapat digunakan sebagai suatu kesimpulan dalam mengidentifikasi kualitas tempat wisata di Yogyakarta. Sentimen analisis ini sudah berkembang dengan pesat, contohnya saja 20-30 perusahaan yang ada

di Amerika fokus pada layanan sentimen analisis (Spencer & Uchyigit, 2012).

Pada penelitian ini, menggunakan metode *Sentistrength* untuk metode klasifikasi *Sentiment Analysis*. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas tempat wisata di Yogyakarta berdasarkan asosiasi hasil *Sentiment Analysis* terhadap faktor *Urban Qualities* yang telah didapat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan kualitas tempat-tempat wisata yang ada di Yogyakarta dengan menggunakan *Sentiment Analysis*.

1.3. Batasan Masalah

1. Menggunakan Twitter sebagai sarana untuk mendapatkan data berdasarkan *keyword* yang berkaitan dengan wisata Yogyakarta.
2. Menggunakan data Twitter dari bulan November sampai dengan Desember 2016.
3. Skripsi ini merupakan bagian dari Penelitian yang berjudul "MEDIA LOKATIF UNTUK PEMETAAN MOBILITAS DAN MEMORI KOLEKTIF RUANG KOTA YOGYAKARTA" yang dibiayai oleh Dikti tahun anggaran 2017.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk meningkatkan kualitas tempat-tempat wisata yang ada di kota Yogyakarta dengan menggunakan *Sentiment Analysis*.

1.5. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data atau informasi, penulis melakukan beberapa metode -metode yang dilakukan tersebut antara lain:

1. Studi Literatur

Penulis mencari beberapa referensi pendukung dalam proses pembuatan skripsi yaitu mengumpulkan bahan-bahan referensi baik dari buku, jurnal, makalah, artikel, paper, maupun situs internet.

2. Analisis

Hal-hal yang dilakukan dalam tahap ini adalah:

- a. Menganalisis sentiment yang ada pada Tweet.
- b. Cara kerja dari algoritma Sentistrength dalam mengklasifikasikan Tweet.

3. Penyusunan Laporan

Pada tahap ini, penulis melakukan penulisan tentang hasil sentiment analysis dan cara meningkatkan kualitas tempat wisata di Yogyakarta.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini berisi konsep-konsep dasar dalam pembuatan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab 2 ini berisi tentang pembahasan skripsi mahasiswa lain yang berkaitan dengan judul penulis teori-teori yang berkaitan dengan judul, dan konsep-konsep yang ada pada skripsi penulis.

BAB 3 METODOLOGI

Pada bab 3 ini berisi tentang metode, langkah-langkah proses analisis sentimen, klasifikasi, identifikasi dan meningkatkan kualitas tempat wisata di Yogyakarta.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini berisi tentang hasil dan pembahasan dari penelitian penulis.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penulis.