

BAB I

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya teknologi informasi, saat ini media sosial menjadi salah satu tempat yang paling banyak digunakan masyarakat untuk mendapatkan berbagai macam informasi serta menuangkan opini sebagai bentuk dari respon dan tanggapan mengenai suatu permasalahan yang ada. Jumlah pengguna aktif bulanan Twitter pada tahun 2023 telah mencapai 229 juta jiwa, sehingga penggunaannya meningkat lebih dari 15% dari kuartal pertama di tahun sebelumnya yaitu tahun 2021, fakta ini menjadikan Twitter sebagai salah satu media sosial yang paling populer digunakan pada saat ini [1]. Sehingga, banyaknya pengguna Twitter ini memberikan pengaruh yang besar dalam peranan masyarakat untuk menuangkan berbagai macam opini serta komentar mengenai pelayanan suatu maskapai penerbangan yang digunakannya.

Opini publik merupakan suatu pandangan, sikap serta keyakinan seseorang mengenai suatu topik tertentu yang dituangkan melalui sebuah komunitas [2]. Adanya opini sendiri dapat membantu melakukan penilaian terhadap tingkat kepuasan publik mengenai suatu topik yang nantinya akan menjadi evaluasi langsung ataupun solusi untuk menentukan kebijakan yang akan diambil [3].

Daya saing sebuah maskapai dapat diukur dari bagaimana penilaian pengguna serta penilaian mengenai seberapa efisien dan efektifitasnya suatu maskapai tersebut, hal itu akan menjadi tolak ukur kelebihan serta kekurangan yang dimiliki oleh suatu maskapai penerbangan terhadap pengguna jasanya.

Lion Air merupakan suatu maskapai penerbangan swasta yang cukup besar yang telah beroperasi di Indonesia dari tahun 2000 hingga sekarang. Lion Air telah menjadi maskapai berbiaya hemat terkemuka di Indonesia yang dibangun dengan memberikan nilai tergolong *underprice* kepada pelanggan, Lion Air juga memastikan akan menyediakan jadwal penerbangan yang nyaman, serta membangun jaringan *route* luas untuk kepentingan 260 juta orang di negara terpadat di Asia Tenggara [4].

Analisis sentimen adalah aplikasi komputasi linguistik, analitik teks, dan pemrosesan bahasa alami yang digunakan untuk memahami, mengolah dan mengambil suatu konten subjektif dalam suatu sumber materi untuk mempelajari emosi manusia [5]. Analisis ini bertujuan menemukan kecenderungan yang terdapat pada opini yang dikeluarkan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu permasalahan, apakah opini yang diutarakan cenderung mengandung opini yang positif ataupun negatif [6].

Support Vector Machine adalah salah satu algoritma pembelajaran mesin yang memiliki kinerja paling baik sehingga ketika suatu permasalahan diselesaikan dengan metode *Support Vector Machine* maka hasil yang didapatkan cenderung baik tanpa perlu melakukan banyak penyesuaian [7]. *Support Vector Machine* dianggap sebagai salah satu algoritma klasifikasi dan regresi yang unggul dari metode pembelajaran lainnya karena itu *Support Vector Machine* telah menjadi salah satu metode klasifikasi yang paling banyak digunakan [8]. *Support Vector Machine* sendiri merupakan suatu metode yang direkomendasikan sebagai algoritma terbaik untuk analisis sentimen [9].

Metode *Naïve Bayes* merupakan algoritma klasifikasi berdasarkan aturan bayes yang diturunkan dari probabilitas bersyarat [10]. *Naïve Bayes* merupakan algoritma yang independen sehingga setiap atribut akan memiliki bobot yang sama [11]. *Naïve Bayes* digunakan karena memungkinkan pemahaman prediksi model dengan lebih sederhana, selain itu beberapa

penelitian juga menunjukkan bahwa *Naïve Bayes* dapat bersaing dengan metode klasifikasi lainnya [12].

Perbandingan metode ini dilakukan untuk mengetahui manakah diantara metode *Support Vector Machine* dan *Naïve bayes* yang menghasilkan performa paling baik dari kedua metode tersebut, perbandingan ini penting karena kedua metode memiliki pendekatan yang berbeda seperti SVM mencari *hyperplane* optimal untuk memisahkan data, sementara *Naïve bayes* menggunakan pendekatan probabilistik dengan asumsi independensi fitur. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana parameter-parameter seperti kernel pada SVM dan distribusi probabilitas pada *Naïve bayes* mempengaruhi kinerja model, serta menentukan metode yang lebih efektif dalam menganalisis sentimen pada data teks mengenai maskapai Lion Air pada media sosial Twitter.

1.2. Batasan Masalah Penelitian

Batasan Adapun batasan masalah dibuat agar pembahasan tidak menyimpang dari tujuan, sehingga:

- a. Data yang diolah dikumpulkan dari tanggal 21 Maret 2022 hingga 12 Juni 2022.
- b. Data yang diolah akan diambil dari data *real-time* media sosial Twitter dengan kata kunci Lion Air.
- c. Data yang akan *dicrawling* hanya data yang berbahasa Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terdapat pada latar belakang di atas, maka berikut merupakan beberapa rumusan masalah yang telah dikumpulkan:

- a. Bagaimana sentimen masyarakat terhadap maskapai penerbangan Lion Air.
- b. Metode manakah yang paling baik digunakan untuk melakukan proses analisis.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian terhadap maskapai penerbangan Lion Air adalah untuk:

- a. Mengetahui sentimen masyarakat mengenai pelayanan maskapai penerbangan Lion Air yang ada di Indonesia.
- b. Mengetahui metode yang paling baik digunakan untuk menangani persoalan mengenai maskapai Lion Air.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Diharapkan bisa menjadi sebuah referensi bagi para peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di bidang sentimen analisis pada maskapai Lion Air.
- b. Diharapkan dapat menentukan algoritma yang paling baik dalam analisis sentimen pada maskapai Lion Air.