

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Situ Patenggang adalah sebuah danau yang di kelilingi oleh kebun teh yang hijau dan pemandangan alam yang menakjubkan yang terletak dikabupaten Bandung kecamatan rancabali. Data dari situs <https://cozzy.id> memperlihatkan bahwa Situ Patenggang adalah destinasi wisata yang memadukan keindahan alam dengan nuansa romantis dan cerita legenda, sehingga menjadi sebuah tempat yang cocok untuk dikunjungi oleh siapa saja yang mencari ketenangan dan keindahan di tengah alam

Dengan potensi wisata yang begitu besar, penting untuk mengetahui bagaimana tanggapan atau persepsi pengunjung terhadap destinasi tersebut. Melalui pemahaman terhadap pendapat wisatawan, pihak pengelola dapat menilai sejauh mana kualitas layanan dan daya tarik wisata yang dirasakan oleh pengunjung. Seiring dengan meningkatnya popularitas destinasi tersebut, Peningkatan jumlah pengunjung membuat analisis sentimen masyarakat terhadap wisata menjadi penting, untuk memahami bagaimana masyarakat merasakan pengalaman mereka di Situ Patenggang. Sentimen ini dapat mencerminkan tingkat kepuasan dan pengalaman pengunjung, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan wisatawan lain untuk mengunjungi tempat tersebut. Seiring dengan masifnya perkembangan media daring, platform penyedia ulasan seperti Google Maps kini kerap dimanfaatkan oleh para pelancong untuk membagikan pengalaman perjalanan mereka secara terbuka. (Dewi dkk., 2020). Hal ini memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk berbagi pandangan mereka, baik yang positif maupun negatif.

Metode analisis sentimen dapat digunakan untuk mengkategorikan opini menjadi sentimen positif dan negative. Salah satu metode yang paling populer adalah *Multinomial Naive Bayes* (Rifki dkk., 2022). Metode *Multinomial Naive Bayes* digunakan untuk memprediksi kelas dari suatu data berdasarkan probabilitas data ulasan yang diperoleh dari berbagai sumber dan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana pengunjung merasakan pengalaman mereka di Situ

Patenggang. Alasan penelitian ini menggunakan metode *Multinomial Naive Bayes* karena metode ini mempunyai performa yang baik pada data teks, cepat dan efisien dan mudah di implementasikan (Abbas dkk., 2019).

Berbagai penelitian telah membuktikan efektivitas *Multinomial Naive Bayes* dalam analisis sentimen, sebagai contoh analisis publik Sirkuit Mandala mencatat akurasi 78% (Mujahidin dkk., 2022), sedangkan ulasan vila I Bali meraih hasil tertinggi hingga 91% (Ginantra dkk., 2022). Metode ini juga diterapkan pada analisis layanan GO-JEK dengan akurasi 68% (Indarwati & Februariyanti, 2023), dan pariwisata di kabupaten Rembang mencapai akurasi sebesar 76% (Amaniputra dkk., 2023).

Salah satu tantangan yang sering muncul dalam analisis sentimen adalah ketidak seimbangan data (*imbalanced data*), yaitu ketika jumlah ulasan pada kategori positif jauh lebih banyak dibandingkan dengan ulasan negatif, atau sebaliknya. Kondisi ini dapat mempengaruhi kinerja model klasifikasi karena model cenderung bias terhadap kelas mayoritas (Liu, 2012). Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini akan menggunakan metode *Synthetic Minority Over-sampling Technique* (SMOTE). SMOTE bekerja dengan cara membuat data sintetik baru pada kelas minoritas dengan memanfaatkan kemiripan antar data yang berdekatan. Dengan demikian, distribusi data antar kelas menjadi lebih seimbang sehingga model Naive Bayes dapat melakukan klasifikasi dengan lebih optimal.

Terdapat kesenjangan dalam penelitian mengenai analisis sentimen wisatawan yang terbatas pada penerapan metode klasifikasi tanpa mengkaitkan hasilnya untuk menghasilkan rekomendasi berdasarkan kata-kata yang sering muncul dalam kategori positif maupun negatif. Hal ini penting untuk mengoptimalkan manajemen destinasi wisata (Singgalen, 2022). Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai persepsi pengunjung terhadap Situ Patenggang. Hasil analisis ini tidak hanya bermanfaat bagi pengelola tempat wisata dalam meningkatkan layanan fasilitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembang pariwisata di Kabupaten Bandung, khususnya di kawasan Situ Patenggang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil analisis sentimen pengunjung terhadap tempat wisata Situ Patenggang dapat dianalisis menggunakan metode *Multinomial Naive Bayes*
2. Bagaimana hasil performa evaluasi model klasifikasi sentimen berdasarkan akurasi, presisi, recall dan F1-Score sebelum dan sesudah menggunakan SMOTE?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui klasifikasi analisa sentimen dari komentar pengunjung terhadap tempat wisata Situ Patenggang dapat dianalisis menggunakan metode *Multinomial Naive Bayes*.
2. Mengetahui nilai akurasi, presisi, *recall* dan F1-Score hasil dari penerapan metode *Multinomial Naive Bayes* sebelum dan sesudah menggunakan SMOTE

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi dan gambaran yang berguna bagi pihak pengelola Situ Patenggang mengenai pandangan dan tingkat kepuasan pengunjung melalui hasil analisis sentimen, yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam peningkatan kualitas pelayanan dan sarana prasarana.
2. Menyediakan evaluasi terhadap performa model klasifikasi sentimen menggunakan parameter akurasi, presisi dan recall, sehingga dapat mengukur sejauh mana efektivitas metode *Multinomial Naive Bayes* dalam mengolah data komentar wisatawan.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah ditetapkan untuk memastikan penelitian berjalan secara terarah, fokus pada ruang lingkup yang relevan, maka batasan-batasan masalah yang digunakan sebagai berikut

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari platform *Google Maps*, sehingga ulasan dari sumber lain seperti *Tripadvisor* dan media sosial yang lain tidak termasuk dalam cakupan data
2. Data awal yang diperoleh berjumlah 684 ulasan pada periode tahun 2020–2024. Setelah dilakukan proses pelabelan, diperoleh 453 ulasan positif, 149 ulasan negatif, dan 84 ulasan netral. Karena penelitian ini berfokus pada klasifikasi sentimen positif dan negatif, 84 ulasan dengan sentimen netral tidak digunakan dalam proses klasifikasi, sehingga data yang digunakan pada tahap selanjutnya berjumlah 602 ulasan, yang terdiri dari 453 ulasan positif dan 149 ulasan negatif.
3. Metode yang diterapkan adalah Multinomial Naive Bayes tanpa perbandingan metode lain.
4. Analisis sentimen yang dilakukan mengklasifikasikan ulasan menjadi 2 kelas, positif (komentar yang memuaskan) dan negatif (komentar yang kurang memuaskan).
5. Menggunakan metode *Smote* untuk menyeimbangkan data
6. Tools menggunakan *Google Collab*