

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan media sosial saat ini memang sudah semakin pesat mengingat saat ini peran teknologi sudah tidak dapat dilepaskan dari setiap kehidupan manusia. Berdasarkan data studi dan riset dari “*We Are Social*” pada tahun 2020, pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta orang. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah *Facebook*. *Facebook* menempati posisi ketiga sebagai *platforms* media sosial yang paling aktif digunakan di tahun 2020 setelah *Youtube* dan *Whatsapp*. Jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia mencapai 130 juta, dengan prosentase pengguna perempuan sebanyak 44,4% dan pengguna laki-laki sebanyak 55,6% menurut *We Are Social*” pada tahun 2020 [1]. Hal tersebut dimanfaatkan oleh banyak perusahaan di Indonesia seperti Daihatsu sebagai media untuk meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan data dari *socialbakers*, Daihatsu mengalami kenaikan fans *Facebook* tertinggi di tahun 2020 di antara mobil Jepang yang ada di Indonesia yaitu 193.58% dengan jumlah 2.223.983 fans.

Banyaknya fans pada *facebook page* Daihatsu merupakan salah satu dukungan yang diberikan oleh pengguna *facebook*. Jumlah fans pada *facebook page* bisa diketahui secara otomatis dari halaman *facebook*, namun dukungan yang berasal dari komentar-komentar yang terdapat pada status tidak bisa dilakukan secara otomatis. *Facebook Page* belum belum mengetahui berapa besar sentimen pengguna (pro atau kontra) dari komentar baik negatif maupun positif secara otomatis, dengan

demikian seberapa sentimen pengguna melalui *Facebook Page* belum dapat diketahui[2]. Maka dari itu perlunya penelitian terhadap komentar pada status *facebook page* Daihatsu untuk mengetahui dukungan pengguna *facebook* dan *tracking* citra perusahaan. Sebuah studi yang dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil tersebut adalah dengan melakukan analisis sentimen.

Analisis sentimen bisa digunakan untuk memperoleh gambaran umum persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan, apakah cenderung positif, negatif atau netral. Sehingga hal tersebut dapat mempermudah Daihatsu dalam menentukan langkah-langkah atau strategi berikutnya. Untuk melakukan analisis sentimen dapat menggunakan beberapa algoritma salah satunya adalah algoritma *Naive Bayes*.

*Naive Bayes* atau *Naive Bayes Classifier* (NBC) merupakan salah satu metode klasifikasi yang bisa digunakan untuk mengetahui sentimen opini. Metode NBC ini memiliki kelebihan yaitu sederhana namun memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Berdasarkan penelitian [3] NBC terbukti bisa digunakan secara efektif dalam mengklasifikasikan sentimen pasar dari suatu produk pada *twitter* dengan akurasi 96.76% untuk sentimen netral, 82.46% untuk sentimen positif dan 60.98% untuk sentimen negatif. Berdasarkan penelitian [4] dalam perbandingan kinerja *Naive Bayes* dan *K-Nearest Neighbor* dalam pengklasifikasian artikel berbahasa indonesia menyatakan bahwa kinerja *Naive Bayes* lebih unggul dengan kemampuan mengklasifikasikan artikel sebanyak 28 dokumen dari 40 data uji dan metode *K-Nearest Neighbor* berhasil mengklasifikasikan 16 dokumen. Oleh karena itu pada penelitian ini dipilih metode *Naive Bayes* sebagai metode klasifikasi sentimen pendapat pengguna sosial media facebook Daihatsu Indonesia. Umumnya, untuk

menganalisa data dalam jumlah besar, analisis menggunakan beragam aplikasi sebagai alat bantu. Namun Daihatsu masih melakukan penentuan sentimen opini secara manual atau satu persatu-satu, sehingga memerlukan waktu yang cukup lama. Hal tersebut terjadi karena Daihatsu belum menemukan ataupun memiliki aplikasi yang bisa menentukan sentimen opini secara otomatis. Berdasarkan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk membuat aplikasi yang mampu mengklasifikasikan data opini ke dalam tiga kelas yaitu positif, negatif dan netral menggunakan metode *Naïve Bayes*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana membuat sistem yang bisa mengklasifikasi sentimen opini dari media sosial *Facebook* Daihatsu Indonesia menggunakan metode *Naive Bayes*?

## **1.3 Tujuan**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana hasil analisis sentimen opini dari media sosial *Facebook* Daihatsu Indonesia menggunakan metode *Naive Bayes*.

## **1.4 Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

- 1) Memahami penerapan metode *Naive Bayes* ke dalam analisis sentimen opini dari media sosial *Facebook* Daihatsu Indonesia.

- 2) Mengetahui alur kerja analisis sentimen opini dari media sosial *Facebook* Daihatsu Indonesia menggunakan metode *Naive Bayes* berbasis web

## **1.5 Batasan Masalah**

Untuk memperjelas ruang lingkup dari penelitian ini maka akan diberikan batasan masalah sebagai berikut :

- 1) Metode yang digunakan adalah metode *Naive Bayes*.
- 2) Data yang digunakan untuk analisis sentimen opini menggunakan data komentar dari halaman *facebook* dari Daihatsu Indonesia tetapi data diambil secara manual menggunakan tools [www.exportcomment.com](http://www.exportcomment.com).
- 3) Komentar yang dihitung berupa rangkaian kata-kata dari huruf dalam bahasa indonesia kecuali emoji.
- 4) Bahasa pemrograman yang digunakan adalah *PHP*, *HTML*, *CSS* dengan *framework Codeigniter*.
- 5) Data yang diinputkan menggunakan format *.xlsx* atau file Excel.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kampus STIKI Jl. Tidar No.100 Karangbesuki Sukun Kota Malang Jawa Timur pada bulan Maret tahun 2021 sampai dengan bulan Agustus tahun 2021.

### **1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian**

- a. Perangkat Keras : Laptop Asus X555Q 4 GB RAM

- b. Perangkat Lunak : Windows 10 Professional 64 bit, Microsoft word 2013, Sublime Text 3.0, XAMPP 8.0.3
- c. Bahan : Data komentar, buku dan jurnal

### **1.6.3 Pengumpulan Data**

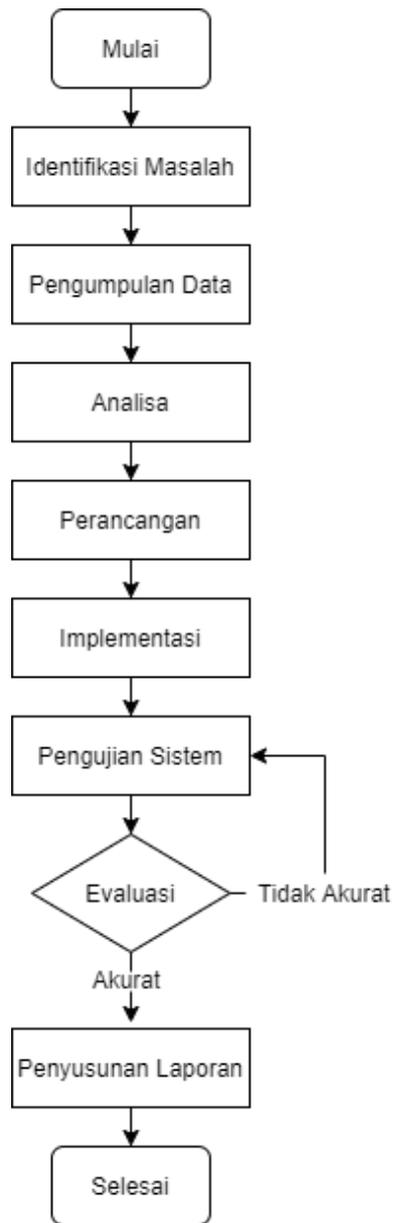
Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi yang digunakan adalah pengumpulan data skunder yang dilakukan dengan mengambil data-data komentar yang ada di Fanspage Daihatsu Indonesia menggunakan tools [www.exportcomment.com](http://www.exportcomment.com).

### **1.6.4 Analisa Data**

Jenis Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, untuk mengetahui hasil klasifikasi setiap komentar menggunakan metode naive bayes.

### **1.6.5 Prosedur Penelitian**

Berikut adalah prosedur penelitian yang digambarkan dalam diagram alir (*flowchart*) :



*Gambar 2.1 Diagram Alir Penelitian*

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Adapun langkah-langkah dalam menyelesaikan penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas dasar teori mengenai pengertian dari Analisa Sentimen, *Naive Bayes*, *Preprocessing*, *TF-IDF*, *Facebook*, *Confusion Matrix*.

### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Membahas analisa sistem, perancangan sistem dan gambaran teknis sistem. Selain itu, menjelaskan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam mendesain sistem yang akan dibangun

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Menjelaskan tentang implementasi dan pembahasan dari aplikasi yang telah dibangun berdasarkan pada perancangan yang telah dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini membahas kesimpulan yang didapat dari keseluruhan uraian bab-bab sebelumnya dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan penelitian selanjutnya.