

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat seperti sekarang ini banyak memunculkan teknologi-teknologi baru pada perangkat terkini yang mengakibatkan meningkatnya pengguna internet di dunia termasuk di Indonesia. Berdasarkan laporan dari *WeareSocial* Hootsuite menunjukkan bahwa 4,5 miliar orang di seluruh dunia telah menggunakan internet yang berarti bahwa lebih dari 60% penduduk di dunia adalah pengguna internet. Dari 4,5 miliar atau lebih dari 60% pengguna internet di dunia, ternyata 3,8 miliar orang diantaranya sudah menggunakan sosial media. Di Indonesia, pengguna sosial media aktif sebanyak 160 juta dari jumlah penduduk di Indonesia yaitu 272,1 juta penduduk (Hootsuite, 2020).

Salah satu media sosial yang populer di Indonesia adalah *Twitter*. Data laporan dari *Wearesocial* Hootsuite pengguna media sosial *twitter* di Indonesia mencapai 56% dari jumlah penduduk di Indonesia (Hootsuite, 2020). Kepopuleran *twitter* menyebabkan layanan ini sering digunakan oleh pengguna untuk berbagai keperluan, misalnya seperti sarana pembelajaran, sarana untuk kampanye, dan sering juga digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan opini terhadap suatu layanan atau produk.

Selain perkembangan di bidang komunikasi, layanan dibidang transportasi pun mengalami perkembangan contohnya seperti inovasi yang dilakukan oleh perusahaan gojek dan grab dengan meluncurkan layanan pesan antar gofood dan grabfood. Layanan tersebut sangat populer di Indonesia dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat sekarang ini. Layanan pesan antar gofood maupun grabfood pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya. Setiap pelanggan memiliki pengalaman yang berbeda

terhadap pelayanan yang diberikan. Sebagian pengguna layanan tersebut menyampaikan opininya melalui media sosial seperti *twitter*.

Berlatarkan hal tersebut, akan dilakukan analisis sentimen pengguna layanan gofood dan grabfood pada media sosial *twitter*. *Tweet* pengguna layanan gofood dan grabfood yang diambil dari media sosial *twitter* akan diklasifikasikan ke dalam dua kelas, yaitu kelas positif dan kelas negatif. Pada penelitian Nurrin Muchammad Shiddieqy Hadna dan kawan-kawan mengenai perbandingan metode klasifikasi untuk analisis sentimen menunjukkan bahwa hasil analisis sentimen yang menggunakan algoritma *Support Vector Machine* memiliki hasil performa yang lebih baik dibandingkan dengan metode klasifikasi yang lain (Hadna, Santosa and Winarno, 2016). Selain itu, masalah yang biasa terjadi dalam dunia nyata biasanya bersifat *non-linear* (Fitriyah, Warsito and Maruddani, 2020). Oleh karena itu, pada penelitian ini metode klasifikasi yang digunakan adalah *Support Vector Machine* (SVM) karena selain menghasilkan performa yang baik pada penelitian sebelumnya, algoritma *Support Vector Machine* juga dapat mengatasi permasalahan *non-linear* secara optimal.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah seperti berikut:

1. Bagaimana perbandingan hasil analisis sentimen pengguna layanan gofood dan grabfood pada media sosial *twitter*?
2. Bagaimana performa yang dihasilkan dari model klasifikasi yang dibuat dengan algoritma *Support Vector Machine* dalam mengklasifikasikan hasil analisis sentimen layanan gofood dan grabfood pada media sosial *twitter*?

## 1.3 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan masalah dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Data yang dianalisis berupa dokumen *tweet* yang berasal dari media sosial *twitter* dengan kata kunci pencarian gofood dan grabfood

yang diambil selama 6 hari pada tanggal 23 Februari sampai dengan 27 Februari 2021 dan tanggal 5 Maret 2021.

2. Dokumen *tweet* yang diambil meliputi isi *tweet* dan tanggal *tweet*.
3. Pelabelan pada dokumen *tweet* hanya berupa kelas positif dan kelas negatif.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Membandingkan hasil analisis sentimen pengguna layanan gofood dan grabfood pada media sosial *twitter*.
2. Mengetahui performa dari model klasifikasi yang dibuat dengan algoritma *Support Vector Machine* dalam mengklasifikasikan hasil analisis sentimen layanan gofood dan grabfood pada media sosial *twitter*.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan referensi penelitian tentang analisis sentimen pada media sosial *twitter* yang menggunakan algoritma *Support Vector Machine*.
2. Sebagai saran untuk perusahaan gojek dan grab dalam mengevaluasi pelayanan gofood dan grabfood.

#### **1.6 Luaran yang Diharapkan**

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah hasil analisis sentimen pengguna layanan gofood dan grabfood serta performa model klasifikasi *support vector machine* dalam mengklasifikasikan hasil analisis sentimen tersebut.

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan proposal ini, disusun berdasarkan aturan penulisan yang terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada Bab 1 Pendahuluan, menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, luaran yang diharapkan, serta sistematika penulisan dalam menyusun Skripsi ini.

## **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab 2 Tinjauan Pustaka, menjelaskan teori-teori mendasar yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian yang relevan.

## **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada Bab 3 Metodologi Penelitian, menjelaskan metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah sehingga penelitian ini dapat mencapai tujuan.

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab 4 Hasil dan Pembahasan, menjelaskan tahap atau proses yang dilakukan pada penelitian ini mulai dari masalah yang terkait hingga mencapai hasil dan tujuan sesuai dengan yang diteliti.

## **BAB 5 PENUTUP**

Pada Bab 5 Penutup, menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan pada penelitian berikutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**