

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengungkapkan pendapat / sentimen sudah menjadi bagian dalam kehidupan keseharian. Dewasa ini, mengungkapkan pendapat tidak hanya secara lisan melainkan juga melalui media sosial. Menurut KBBI, pendapat / sentimen adalah suatu pendapat atau pandangan yang didasarkan pada perasaan yang hiperbola terhadap sesuatu yang bertentangan dengan pertimbangan pikiran. Seiring dengan perkembangan teknologi, saat ini masyarakat menggunakan media sosial untuk mengungkapkan pendapat / sentiment / pandangannya ke masyarakat luas. Media sosial merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas dunia maya. Media sosial yang saat ini digandrungi masyarakat adalah, *Tik Tok, Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter.*

Twitter adalah salah satu media sosial yang digunakan masyarakat sebagai wadah untuk menyampaikan pendapat / sentiment. *Twitter* merupakan salah satu media sosial terbesar di dunia yang didirikan oleh Jack Dorsey serta telah resmi diluncurkan pada 15 Juli 2006. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Bakrie Telecom, media sosial *Twitter* kini memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total seluruh pengguna global sebanyak 500 juta. *Twitter* menjadi salah satu jejaring sosial paling besar di dunia sehingga mampu memperoleh laba mencapai USD 145 juta (kominform.go.id, 2013).

Semakin berkembangnya jaman, hampir seluruh aspek kehidupan manusia dibantu alat. Alat untuk membantu pekerjaan, sebagai pendukung media pembelajaran, bahkan sebagai hiburan. Salah satu perusahaan elektronik yang digandrungi masyarakat adalah brand *Xiaomi*. Perusahaan tersebut berasal dari China. *Brand* tersebut mengeluarkan berbagai macam produk seperti gawai, laptop, smartwatch, televisi dan lain sebagainya. Dalam setiap produk yang diluncurkan pasti mendapat berbagaimacam pendapat / *sentiment* dari masyarakat.

Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dibuat untuk menganalisis sentimen konsumen terhadap produk *Xiaomi* di media sosial *Twitter* dengan menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana sentimen masyarakat terhadap produk *brand Xiaomi* di *Twitter* dan mengklasifikasikan dengan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC).

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan data hanya pada media sosial *Twitter*.
2. Data yang dianalisis hanya *tweet* yang menggunakan Bahasa Indonesia.
3. Data yang dianalisis hanya *tweet* terdapat kata kunci *xiaomi*.
4. *Tweet* yang digunakan hanya *tweet* yang berupa *text*.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sentimen masyarakat terhadap produk *brand Xiaomi* dengan mengimplementasikan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC) pada sistem analisis sentiment produk *brand Xiaomi* pada media sosial *Twitter*.

1.5 Sistematika Penulisan

Rincian dalam penyusunan laporan ini akan dijelaskan pada sistematika penulisan. Penulis akan membagi menjadi beberapa bab yang saling keterkaitan dengan judul, adapun pembagiannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang penelitian terkait, landasan teori, kerangka piker, serta diagram alir.

BAB III METODOLOGI

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang data penelitian, analisa kebutuhan sistem, serta metode penelitian yang digunakan untuk perancangan sistem.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang hasil implementasi dari sistem analisis, implementasi pada sistem, serta menguraikan hasil pengujian pada sistem.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilaksanakan serta berisi saran untuk pengembangan dari penelitian ini.

