

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman yang modern menjadikan internet hal yang wajar, masyarakat sering kali bermain yang namanya sosial media. Kebanyakan orang menggunakan social media untuk mengekspresikan diri dan mengemukakan pendapat. Media social yang sering di gunakan adalah *Twitter*. *Twitter* merupakan platform yang memberikan pendapat baik positif maupun negatif. Informasi yang di bagikan pada media *Twitter* yaitu *tweet*. Memiliki batas karakter yang pada dulunya 140 dan menjadi 280 karakter. *Tweet* dapat berisi opini pengguna tentang suatu objek, yang dapat berupa peristiwa dan komunitas, seperti halnya produk juga. Hal ini juga mendorong komoditas bukan hanya perusahaan melainkan tempat usaha lainnya untuk bisa menggunakan atau mengakses yang namanya sebuah *Twitter* sebagai sarana promosi sosial. Kedai Kopi Janji Jiwa adalah salah satu kedai yang memanfaatkan *twitter*, dengan adanya akun Janji Jiwa di *twitter*. Konsumen atau *followers* akun Janji Jiwa dapat memberikan *feedback* dengan membalas *tweet* tersebut. Hal ini di jadikan sebagai bahan untuk mengevaluasi pelayanan yang dimiliki Janji Jiwa. (Yunitasari et al.,2019) melakukan atau mengungkap tanggapan atau komentar *twitter* sangatlah mudah untuk di analisis secara realtime dengan bantuan perangkat lunak yang banyak di gunakan, itulah sebabnya banyak penelitian mendapatkan banyak data dari *Twitter*. Analisis sentimen atau juga di sebut data mining adalah proses dimana dalam menyajikan olahan data atau informasi dari suatu sistem yang bisa digunakan untuk klarifikasi kategori komentar positif maupun negatif dalam tiap dokumen yang bertujuan untuk menyeleksi atau mengetahui penelitian terhadap produk dari positif menjadi negatif. Jadi analisis sentimen sangat begitu terpakai dalam memberikan penilaian suatu produk tersebut

Dalam melakukan sentimen analisis atau *opinion mining* mengacu dalam bidang meluas mulai pengolahan bahasa alami yang tujuan nantinya untuk mengolah data sentimen terkait pendapat, sikap, evaluasi, penilaian, dan emosi seseorang apakah pembicara memberikan topik produk layanan organisasi, individu ataupun kegiatan tertentu.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melihat kinerja metode *Naive Bayes* yang di gunakan pada *Twitter* Janji Jiwa dengan mengklasifikasi yaitu positif, netral, dan negatif.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan masalah yang ada yaitu, bagaimana melakukan analisis sentiment pada data twitter yang nantinya dapat di manfaatkan untuk evaluasi sebuah pelayanan dan penjualan dengan menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk Menghindari pembatasan masalah yang luas, maka ruang lingkup di batasi pada:

1. Tweet yang di analisa sentiment hanya *tweet* berbahasa Indonesia
2. Data yang di pakai dari Akun Twitter *Janji Jiwa*
3. Algoritma yang di gunakan hanya *Naive Bayes* saja
4. Data yang di gunakan hanya dari *twitter, tweet* dengan keyword *@janjijiwaID* di akun Janji Jiwa.
5. *Tweet* ini hanya dalam bentuk tulisan.
6. Menggunakan bahasa pemrograman
7. Analisis *tweet* Berbahasa Indonesia

1.4 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Menghasilkan opini – opini dan melakukan analisis sentimen terhadap akun twitter Janji Jiwa
- b. Mengetahui akurasi metode *Naive Bayes* dalam analisis sentimen pada akun twitter Janji Jiwa.
- c. Mendapatkan hasil analisis sentimen yaitu positif, netral, dan negatif untuk mengevaluasi produk yang di promosikan di akun twitter Janji Jiwa.

1.5 Manfaat

Manfaat dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi informasi *tweet* opini masyarakat untuk fasilitas dan pelayanan Janji Jiwa dengan data akun twitter Janji Jiwa yang kali ini menggunakan metode *Naive Bayes* dan dapat di gunakan sebagai tolak ukur dalam melakukan evaluasi pelayanan yang di miliki oleh kedai kopi Janji Jiwa.

