

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Twitter adalah jejaring sosial yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006. Twitter adalah salah satu media sosial paling populer di Indonesia karena kemudahan penggunaannya. Menurut data Kompas.com, Twitter menempati urutan ke-5 sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan frekuensi penggunaan 8,1 jam per bulan di Indonesia. Pengguna Twitter dapat berbagi informasi tentang foto, video, tautan atau pesan singkat dalam bentuk teks hingga 280 karakter .

Di era digital seperti ini keunggulan teknologi sangatlah penting. Terdapat teknologi yang kini menjadi suatu kebutuhan atau trend yaitu big data. Informasi yang berbentuk tulisan merupakan sebuah pemberitaan yang dapat diperoleh dengan menulis, membaca, atau dijejaring sosial itu sendiri. Tulisan itu merupakan suatu paparan bahasa, baik dalam bentuk verbal yang bermakna, dan berguna untuk massa dan juga relevan dengan dunia ini.

Biznet merupakan perusahaan infrastruktur digital terintegrasi di Indonesia, menyediakan layanan Internet, Data Center, Cloud Computing dan IPTV. Biznet didirikan pada tanggal 1 Oktober 2000 memiliki dan mengoperasikan jaringan Fiber Optic terancang dan Data Center terbesar di Indonesia. Biznet menggunakan manfaat teknologi informasi melalui media sosial, termasuk media sosial Twitter. Banyak pelanggan yang mengungkapkan pendapat mereka tentang layanan Biznet melalui tweet pada akun yang dikelola oleh Biznet yaitu @biznethome. Akun tersebut dibuat pada tahun 2011 yang telah memiliki 119.615 *tweet* dan 20.915 *follower*. Sejumlah besar tweet dan komentar dari pelanggan menghalangi Biznet untuk melakukan analisis data secara lengkap. Untuk itu, kami telah mengelompokkan pernyataan pendapat pelanggan menjadi sentimen positif, netral, dan negatif, dengan tujuan membantu perusahaan Biznet meningkatkan layanan mereka kepada pelanggan mereka.

1.2. Perumusan Masalah

1. Bagaimana cara melakukan analisis sentiment terhadap pengguna wifi Biznet menggunakan metode Naïve Bayes Classifier?
2. Bagaimana cara mengklasifikasi sentiment positif, negatif, dan netral terhadap pengguna Biznet?
3. Bagaimana hasil dari pengujian yang didapatkan dari metode Nive Bayes Classifier?
4. Bagaimana kualitas layanan Biznet setelah dilakukan analisis sentiment terhadap pengguna Biznet menggunakan metode Naïve Bayes Classifier?

1.3. Batasan Masalah

Batasan Masalah dalam penelitian ini adalah seperti berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya berasal dari media sosial *Twitter*.
2. *Tweet* yang digunakan hanya menggunakan kata kunci Biznet dan menggunakan Bahasa Indonesia.
3. Metode yang digunakan untuk klasifikasi adalah Metode *Naive Bayes Classifier*.
4. Sistem yang dibuat dengan bahasa pemrograman *python*.

1.4. Tujuan

1. Mengetahui analisis sentiment terhadap pengguna Biznet menggunakan metode Naïve Bayes Classifier yang dapat digunakan sebagai pedoman penilaian dan evaluasi layanan biznet.
2. Mengetahui cara mengklasifikasi sentiment positif, negatif, dan netral terhadap layanan Biznet.
3. Mengetahui kualitas layanan Biznet setelah dilakukan analisis sentiment terhadap pengguna Biznet.
4. Mengetahui hasil pengujian metode Naïve Bayes Classifier (NBC) pada analisis sentiment terhadap pengguna Biznet.

1.5. Sistematika penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan sifat sistematika artikel.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memberikan gambaran umum tentang penelitian yang relevan, latar belakang teori yang digunakan dalam penelitian, dan kerangka ideology .

BAB III METODOLOGI

Bab ini berisi tentang gambaran penelitian, metode pengumpulan data, skenario sistem, dan analisis kebutuhan sistem.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan implementasi dan hasil dari implementasi sistem yang dirancang.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan tentang hasil yang menunjukkan keterbasan sistem dan saran kepada pembaca dalam melakukan penelitian selanjutnya.