

BAB I PENDAHULUAN

2.1 Latar Belakang

Pariwisata menggerakkan ekonomi dan memberdayakan masyarakat. Pemerintah Indonesia telah mengakui potensi kemajuan ekonomi yang dapat dilakukan oleh industri pariwisata yang tangguh. Berdasarkan data yang dihimpun dari WTTC, sektor pariwisata Indonesia telah menyumbang 13 juta lapangan kerja dan 6.0 % pemasukan pada Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (WTTC, 2019). Tercatat bahwa wisatawan nusantara mengalami peningkatan setiap tahunnya hingga tahun 2017 (KEMENPAR, 2018). Tahun ini, sebagai salah satu cara untuk mempromosikan destinasi Indonesia, Kementerian Pariwisata merilis 100 Calendar of Events Wonderful 2019, dan menargetkan 275 juta kunjungan dari wisatawan nusantara (KOMINFO, 2019).

Bagi wisatawan nusantara untuk mendapatkan tujuan destinasi yang sesuai, dinyatakan oleh TripAdvisor bahwa sebanyak 8 dari 10 orang membaca ulasan mengenai destinasi wisata yang ingin dikunjungi untuk merencanakan perjalanan wisata yang lebih matang. Ulasan yang diberikan di TripAdvisor pun bervariasi, seperti ulasan mengenai layanan, lokasi, hingga biaya. Aspek-aspek tersebut seringkali menjadi pertimbangan untuk mendapatkan destinasi wisata yang tepat. Dari survey TripAdvisor pada tahun 2015 tersebut juga menyatakan bahwa sebanyak 42% pengguna TripAdvisor mementingkan isi ulasan, dan sebagian 30% mementingkan kuantitas ulasan pada sebuah ulasan destinasi wisata (“TripAdvisor Network Effect and the Benefits of Total Engagement | TripAdvisor Insights,” n.d.).

TripAdvisor adalah salah satu aplikasi dengan pengunjung sebanyak 456 juta orang setiap bulannya, yang menerapkan eWOM dan memberikan wawasan kepada pengunjung mengenai apa yang mungkin mereka alami. Word of Mouth (WOM) merupakan opini-opini dari pengguna lain atau orang yang ahli di bidang tertentu (Goldsmith, 2008). Tercatat pada ComScore bahwa TripAdvisor mempengaruhi sebanyak 62% pengguna di seluruh dunia yang melakukan riset secara *online* sebelum melakukan perjalanan wisata mereka. Bagi penyedia akomodasi yang terlibat dengan TripAdvisor akan menghasilkan perbaikan bisnis, kenaikan kepuasan pengguna, peningkatan pendapatan dan peningkatan pertumbuhan bisnis yang didorong oleh lingkaran “banyak ulasan” = “banyak pelanggan” = “banyak pendapatan”. Bagi wisatawan, dalam mendapatkan sifat tak berwujud seperti pengalaman layanan, khususnya

pariwisata, menyebabkan munculnya rasa takut akibat risiko dalam memilih penyedia layanan. Dengan adanya eWOM seperti TripAdvisor dapat meminimalkan risiko (risiko termasuk risiko fungsional, keuangan, psikologis, dan sosial; Fodness & Murray, 1997) karena informasi ataupun ulasan yang diberikan pengguna independen dari pihak penyedia layanan.

Penelitian ABSA (*Aspect Based Sentiment Analysis*) atau sentimen analisis berbasis fitur menggunakan data ulasan pada website TripAdvisor dan memanfaatkan metode CNN. Studi sebelumnya telah mulai menerapkan metode CNN ke dalam Analisis Sentimen (Kim, 2014; Wallace, 2014). Penelitian ini menyatakan bahwa CNN dapat menghasilkan hasil yang lebih baik daripada metode lain (Wallace, 2014). Salah satu kelebihan yang dibahas dalam penelitiannya adalah bahwa kata-kata vektor yang telah terlatih dapat meningkatkan kualitas hasil model. Metode ini juga diterapkan pada domain sentimen analisis dan klasifikasi pertanyaan. Menurut Al-ayyoub et al. (2017) analisis sentimen berbasis fitur merupakan perluasan dari sentimen analisis.

Dengan sebanyak 42% pengguna TripAdvisor yang mementingkan isi ulasan, dan tidak tersedianya fitur resensi singkat oleh website tersebut, dibuatlah ABSA untuk mengolah serangkaian teks dari pengguna mengenai ulasan pariwisata yang dikunjungi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan resensi mengenai aspek dan sentimen dari ulasan yang diberikan oleh pengguna.

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan suatu masalah:

- a. Bagaimana membangun model *Aspect Based Sentiment Analysis* (ABSA) dalam domain Pariwisata dengan data TripAdvisor menggunakan metode CNN?
- b. Bagaimana mengetahui aspek kategori dan sentimen dalam kalimat opini pengguna TripAdvisor?

2.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Membangun model *Aspect Based Sentiment Analysis* (ABSA) dalam domain Pariwisata dengan data TripAdvisor menggunakan metode CNN.
- b. Mengetahui aspek kategori dan sentimen dalam kalimat opini pengguna TripAdvisor.

2.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditentukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data yang digunakan adalah data statis yang didapatkan dari website TripAdvisor dengan memilih tempat wisata di Indonesia secara acak.
- b. Data yang digunakan hanya menggunakan bahasa Indonesia saja.
- c. Hanya menggunakan kalimat yang fokus terhadap satu aspek dan satu sentimen saja.
- d. Sentimen yang digunakan yaitu positif dan negatif saja.
- e. Aspek kategori yang digunakan yaitu lokasi, suasana, dan fasilitas.

2.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

- a. Mendapatkan model terbaik untuk sentimen analisis berbasis fitur pada ulasan pariwisata.
- b. Dapat membantu mendapatkan aspek kategori beserta sentimennya dalam kalimat ulasan mengenai suatu pariwisata.

2.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan skripsi tersusun dari beberapa bab berikut:

BAB I Pendahuluan, memberikan gambaran umum dan latar belakang mengenai penelitian “Analisis Sentimen Berbasis Fitur Pada Ulasan Tempat Wisata Menggunakan Metode *Convolutional Neural Network (CNN)*”, rumusan masalah, tujuan, batasan masalah, dan manfaat penelitian.

BAB II Landasan Teori, memberikan penjelasan mengenai penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, teori-teori penelitian, maupun hal-hal yang berkaitan sebagai pendukung, pembanding, ataupun sebagai acuan dalam penelitian analisis sentimen berbasis fitur.

BAB III Metodologi Penelitian, menjelaskan mengenai seluruh tahapan yang digunakan dalam melakukan penelitian analisis sentimen berbasis fitur.

BAB IV Hasil & Pembahasan, memberikan penjabaran hasil penelitian yang dilakukan. Di dalamnya memuat penjelasan lebih detil mengenai hasil penelitian pada bagian pembahasan, serta evaluasi terhadap penelitian yang dilakukan.

BAB V Kesimpulan & Saran, memuat kesimpulan yang didapatkan dari penelitian, serta saran yang dapat diimplementasikan pada penelitian analisis sentimen berbasis fitur selanjutnya.