

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan sosial media sudah mulai dirasakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Media sosial merupakan media online sehingga dapat digunakan siapapun, kapanpun dan dimanapun. Adanya *Facebook* juga termasuk sosial media yang bermanfaat untuk berkomunikasi memungkinkan penggunanya mengirimkan sebuah pesan seperti mengupload berita terkini, mengomentari sebuah pesan, dan dapat menuliskan pendapat, gagasan, maupun opini.

Pada sosial media pengguna bebas untuk mengutarakan sebuah pendapat. Siapapun berhak memiliki pendapat atau komentar pada sosial media mengenai suatu berita, salah satu cara untuk mengidentifikasi komentar adalah dengan Analisis sentimen. Dari komentar media sosial *facebook* dapat menentukan tingkat sentimen masyarakat terhadap suatu permasalahan. Parameter sentimen yang lebih banyak, akan menghasilkan informasi yang lebih detail. (Buntoro, 2014)

Analisis sentimen adalah sebagai pemroses pendapat, opini, sentimen, dan emosi seseorang terhadap suatu berita atau topik yang tertuliskan pada suatu teks sehingga dapat diklasifikasi sesuai kelas positif, negatif, dan netral. Untuk menganalisis sentimen dapat dilakukan dengan beberapa metode salah satunya metode *naive bayes* dan *lexicon based*.

Naïve bayes disebut juga *opinion mining* sesuatu bidang yang menganalisis opini evaluasi, sentimen, sikap dan emosi publik. Metode *naïve bayes* akan menggunakan probabilitas untuk membuat lebih sederhana dalam pengimplementasian dan lebih efisien.

Lexicon based merupakan metode pengklasifikasi suatu opini sehingga sebuah kalimat sentimen dapat diklasifikasi sesuai kelas-kelasnya masing-masing seperti kelas positif, negatif, dan netral.

Pada penelitian ini akan berpusat pada analisis sentimen pelanggan jasa ekspedisi PT Pos Indonesia dan memanfaatkan sosial media *facebook*, karena dengan beberapa perbandingan akan resmi *Facebook* milik Pt Pos Indonesia memiliki *followers* atau pengikut terbanyak dibandingkan sosial media lainnya dengan jumlah 168.723 pengikut pada tanggal 29 bulan Maret tahun 2018. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa puas pelanggan pada layanan pos di sosial media *facebook* dengan cara non-konvensional serta lebih efektif dan efisien. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *naïve bayes* dan *lexicon based*.

1.2. Rumusan Masalah

Berikut beberapa rumusan masalah dari penelitian yang akan dilaksanakan, sebagai berikut:

1. Belum adanya analisis sentimen komentar pelanggan pada *Facebook* PT Pos Indonesia terhadap pelayanan PT Pos
2. Cara menghasilkan data analisis sentimen jasa ekspedisi secara tepat dan akurat
3. Bagaimana tingkat akurasi metode *naïve bayes* dan *lexicon Based* dalam mengklasifikasikan opini, pendapat, keluhan serta saran pelanggan jasa ekspedisi pos yang dijadikan dalam kelas-kelas positif, negative, dan netral.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Menghasilkan analisis sentimen berupa opini, pendapat, dan komentar tentang jasa ekspedisi pos Indonesia terhadap Pelayanan PT Pos Indonesia melalui sosial media *facebook* dengan memanfaatkan metode *lexicon* dan *naïve bayes*.
- b. Mengetahui tingkat akurasi dari penerapan *naïve bayes classifier* (NBC) untuk klasifikasi opini, pendapat, saran dan keluhan pada jasa ekspedisi Pos Indonesia.

1.4. Batasan Masalah

Sesuai pejelasan diatas perlu adanya batasan masalah sehingga penelitian ini dapat lebih terarah dan sesuai target yang ditentukan. Berikut beberapa batasan masalah.

1. Menganalisis data sentimen jasa ekspedisi pos Indonesia menggunakan sosial media *facebook*
2. Data diolah dengan metode *naïve bayes* dan *lexicon based*
3. Dataset hanya berupa teks, tidak menggunakan simbol, emoticon, dan tanda baca untuk menganalisis sentimen.
4. Data hasil opini, pendapat, keluhan serta saran diolah dan di klasifikasikan kedalam kelas-kelas positif, negative, dan netral.
5. Memanfaatkan aplikasi weka sebagai pengklasifikasi data agar lebih akurat dan efisien.
6. Data yang digunakan komentar yang membahas tentang jasa ekspedisi pos dengan mengambil 300 data dan dibatasi pada tahun 2017-2018

1.5. Manfaat Penelitian atau Perancangan

Manfaat dari penelitian ini adalah membantu Pt Pos Indonesia untuk melakukan penelitian atas opini masyarakat sehingga mengetahui kekurangan dan kelebihan dari Pos, melalui proses non-konvensional yang dapat menghemat biaya, waktu, serta tenaga sehingga lebih efektif dan efisien. Dengan hasil analisis ini Pt Pos dapat membenahi kekurangan dan meningkatkan keunggulannya.

