



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan kendaraan transportasi umum di Indonesia khususnya di daerah Jakarta mengalami peningkatan yang sangat maju. Kemajuan transportasi umum di daerah Jakarta tidak lepas untuk meningkatkan pelayanan yang ada di daerah Jakarta. Sebagai salah satu kota yang menunjang aktivitas ekonomi di Indonesia, Jakarta membutuhkan transportasi umum yang baik. Selain untuk menunjang aktivitas ekonomi, transportasi merupakan pendukung setiap kegiatan manusia yang terkait mobilisasi barang maupun manusia dalam kehidupan (Pramyastiwati, 2013). Oleh karena itu pemerintah membangun infrastruktur dalam bidang transportasi umum, untuk menunjang semua aktivitas masyarakat.

Untuk menunjang semua aktivitas yang berada di Jakarta, pemerintah membangun transportasi umum yang baru, yaitu *Mass Rapid Transit* atau yang bisa disingkat MRT. MRT merupakan salah satu alat transportasi umum yang baru yang berada di Indonesia khususnya di daerah Jakarta. Dalam pembangunan transportasi MRT, pemerintah berharap dengan kemajuan ini dapat memudahkan seluruh aktivitas berjalan dengan lebih baik, sesuai keputusan *Gubernur Provinsi DKI Jakarta No 84 Tahun 2004 tentang Penetapan Pola Transportasi Makro di Provinsi DKI Jakarta Bab III Pasal 3 point b dan e, "Memasyarakatkan Sistem Angkutan Umum Massal dan Menambah Jaringan Primer, Busway, dan Subway."* PT MRT

Jakarta sendiri mencatat, penggunaan transportasi MRT mencapai 82.000 penumpang perhari nya (Marison, 2019). Menurut William Sabandar Direktur MRT (Marison, 2019), masyarakat khusus nya daerah Jakarta memilih transportasi MRT menjadi transportasi utama untuk beraktivitas.

Dikarenakan MRT masih tergolong transportasi umum yang baru, maka masih banyak pelayanan yang dirasa kurang memuaskan pengguna transportasi MRT tersebut. Ada juga beberapa pengguna transportasi MRT, memberi saran, kritik, ataupun opini - opini yang disampaikan melalui *social media* seperti *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang menawarkan aplikasi berbasis fotografi, dimana penggunanya dapat mengunggah foto hasil karya sendiri secara langsung melalui *handphone*(Ikbal & Ghofur, 2019). Selain foto, pengguna *Instagram* juga bisa memberikan caption, tag, ataupun *hastag* (#) untuk memberikan penjelasan pada hasil foto mereka. Di Indonesia aplikasi *Instagram* memiliki user yang sudah mencapai sekitar 62 juta user yang tercatat pada bulan januari 2019 oleh *Instagram* (“Indonesia Digital 2019 : Media Sosial - Websindo,” 2019).

Untuk mengetahui apakah pengguna transportasi MRT merasa puas atas layanan yang disediakan oleh pihak MRT, maka harus diadakan sentiment analisis terhadap pelayanan yang disediakan, sebagai contoh nya rute pelayanan, layanan keamanan, dan pelayanan yang lainnya. Analisis sentimen adalah salah satu teknik dari *text mining* yang digunakan untuk melakukan klasifikasi pendapat atau opini pada data teks yang dilakukan oleh seseorang (Yunitasari, Musdholifah, & Sari, 2019). Analisis sentimen digunakan untuk mengidentifikasi, mengekstrak, dan

menganalisa tentang pendapat, opini, dan perasaan dari seseorang (Schseibe, Philipps, Schaffarczyk, Nikolic, & Stock, 2018).

Dalam penelitian ini data – data yang digunakan, diperoleh dari *comment* pada 500 postingan terakhir *account Instagram @mrtjkt*, yang memiliki periode 30 Desember 2018 hingga 29 Februari 2020, sehingga data tersebut berbentuk text yang berisi opini, saran ataupun kritik yang berada pada *account Instagram @mrtjkt*. Lalu data tersebut dapat diolah menjadi analisis sentimen terhadap pelayanan yang ada di transportasi MRT. Untuk pengolahan analisis sentimen, maka metode yang sangat cocok adalah *text mining* yang dapat digunakan untuk melakukan pemerosesan penelitian ini. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat membantu pihak – pihak yang terkait yang membutuhkan informasi tentang sentimen terhadap pelayanan transportasi MRT.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan pengguna transportasi MRT terhadap pelayanan yang sudah disediakan ?
2. Bagaimana hasil perbandingan akurasi yang didapatkan dengan penggunaan algoritma *support vector machine* dan algoritma *naïve bayes* ?

1.3. Batasan Masalah

Dikarenakan banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan kedepannya, maka perlu adanya batasan – batasan masalah yang jelas dalam pengolahan dan yang akan diselesaikan pada penelitian ini, sehingga batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan data yang didapatkan dari komentar pada postingan media sosial melalui *account Instagram @mrtjkt*.
2. Data yang digunakan dalam penelitian diambil dari setiap 500 postingan terakhir yang tersimpan di akun *instagram @mrtjkt* dengan total komen 69492.
3. Data yang digunakan dalam penelitian diambil dari tanggal 30 Desember 2018 hingga 29 Februari 2020

1.4. Tujuan

1. Untuk mengetahui sentimen pengguna transportasi MRT terhadap pelayanan yang sudah disediakan, berdasarkan kategori yang telah ditentukan, yaitu : positif, netral, dan negatif.
2. Untuk memperoleh informasi *sentiment* yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan yang berada di transportasi MRT.
3. Untuk memperoleh informasi terkait perbandingan performa algoritma *support vector machine* dengan algoritma *naïve bayes* terhadap komentar yang berada di aplikasi *Instagram* pada akun *@mrtjkt*.

1.5. Manfaat

1. Dapat mengkategorikan pengguna transportasi MRT terhadap sentimen yang sudah ditentukan.
2. Dengan sentimen analisis dapat menentukan apakah pelayanan yang diberikan sudah baik atau tidak.

3. Mendapatkan informasi terkait perbandingan performa algoritma *support vector machine* dengan algoritma *naïve bayes* terhadap komentar di aplikasi *Instagram.s*