



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

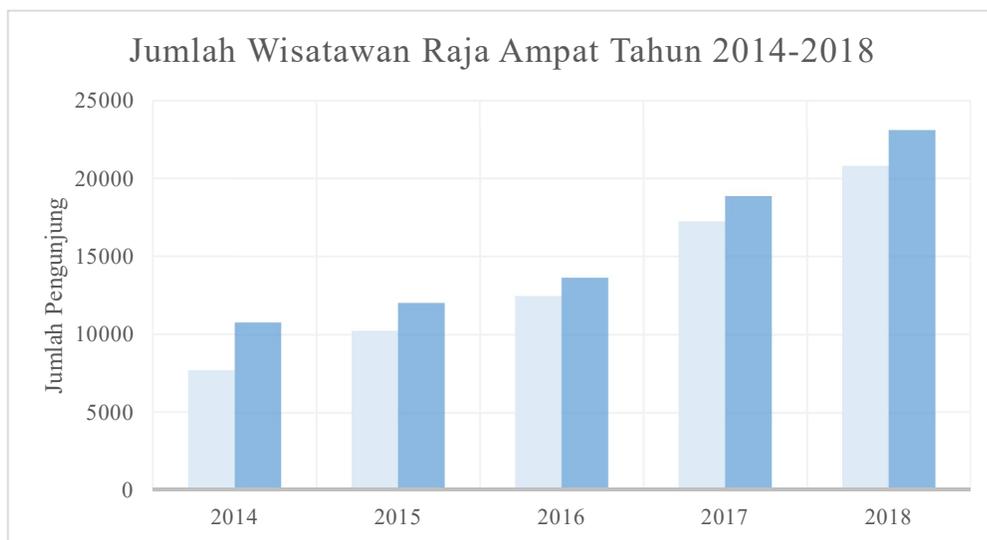
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara etimologis, pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta, yaitu “pari” berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Berdasarkan 2 kata tersebut, pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud dan tujuan tertentu (Sutiksno et al., 2020). Pariwisata memainkan peran yang sangat penting, terutama dalam kontribusinya terhadap pembangunan perekonomian, pariwisata sudah mampu membuktikan bahwa sektor ini merupakan salah satu sektor industri dengan pembangunan tercepat dan cukup prospektif dalam dua dasawarsa terakhir (Masyhari Makhasi & Lupita Sari, 2018).

Perkembangan pariwisata di Indonesia sendiri sangat menjanjikan. Beberapa faktor yang mempengaruhinya ialah kekayaan alam dan budaya Indonesia yang beragam. Alam Indonesia memiliki kombinasi iklim tropis, yang merupakan cuaca yang nyaman bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, selain itu tempat-tempat wisata di Indonesia juga didukung sejarah warisan budaya dan keberagaman etnis yang mencerminkan kekayaan budaya Indonesia (Shofwan & Dian, 2018).

Berbicara tentang pariwisata dengan kekayaan alam di Indonesia, Raja Ampat merupakan salah satu dari objek pariwisata tersebut yang sedang berkembang. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Raja Ampat, setiap tahunnya Raja Ampat memiliki kenaikan jumlah wisatawan yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari gambar 1.1.



Gambar 1.1. Jumlah Wisatawan Raja Ampat 2014-2018

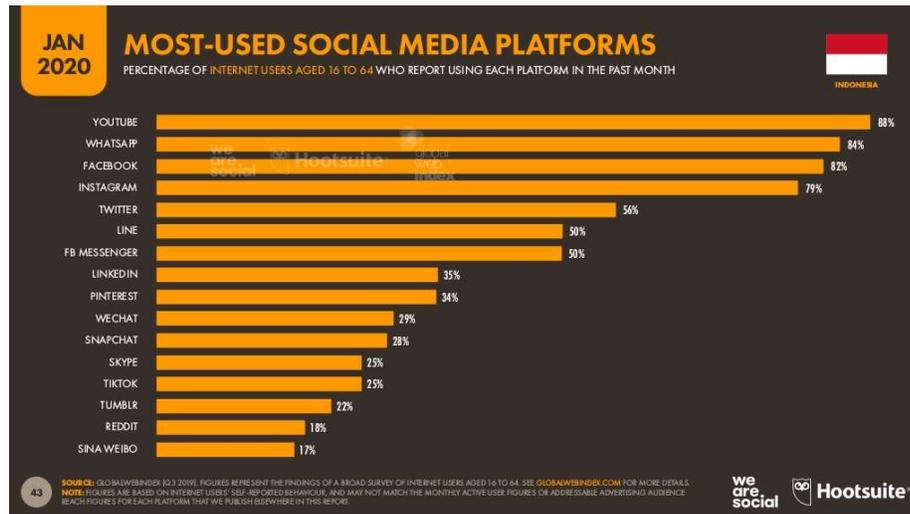
Sumber: (Dinas Pariwisata Kabupaten Raja Ampat, 2019)

Raja Ampat selalu terkenal dengan pemandangan alam yang menakjubkan, Raja Ampat menyuguhkan pemandangan gugusan dari 4 pulau yang sangat indah juga wisata alam bawah air yang menjadi tujuan utama bagi wisatawan untuk datang. Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa kenaikan jumlah wisatawan setiap tahunnya memiliki kenaikan yang lumayan signifikan dan pasti, kenaikan jumlah wisatawan tersebut pastinya selaras dengan banyaknya ulasan atau testimoni

dari wisatawan yang telah berkunjung testimoni tersebut pastilah berkaitan dengan fasilitas dan kualitas dari Raja Ampat. Sebagai objek pariwisata, Raja Ampat tentu harus memastikan fasilitas pada lokasi wisata memadai dan mampu menjamin turis lokal maupun internasional saat datang ke Raja Ampat merasa puas.

Berbicara tentang kepuasan pelanggan, pada jaman sekarang masyarakat biasanya memilih untuk membagikan pengalaman mereka pada saat berwisata di media sosial sebagai wujud penilaian kepuasan pelanggan. Tentunya akan ada berbagai penilaian dari pengunjung, baik tanggapan negatif maupun positif, hal ini dapat dilihat pada *posting*-an media sosial. Masifnya penggunaan internet dan juga media sosial berbasis internet telah menggeser peran media konvensional yang selama ini masih memiliki peran pokok dalam menyebarkan beragam informasi termasuk pengetahuan bagi masyarakat (Komariah & Kartini, 2019).

Media sosial memainkan peran penting dalam banyak aspek pariwisata, terutama dalam pencarian informasi dan perilaku pengambilan keputusan, promosi pariwisata juga melibatkan sosial media karena dapat menjangkau wisatawan dalam skala yang lebih luas lagi. Pada Januari 2020 tercatat sebanyak 175.000.000 pengguna media sosial di Indonesia, lebih dari 50% jumlah penduduk Indonesia yaitu 268.074.600 jiwa (we are social, 2020).



Gambar 1.2. Data pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2020

Sumber: (We Are Social, 2020)

Terlihat pada gambar 1.2, terdapat 5 media sosial terbanyak digunakan di Indonesia yaitu *Youtube*, *whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. *Twitter* merupakan salah satu media sosial untuk berbagi informasi, dan pengalaman, dilihat dari data pada gambar 1.2 bahwa pengguna *Twitter* di Indonesia sebanyak 54% dari keseluruhan pengguna internet di Indonesia, bisa dibilang bahwa *Twitter* adalah salah satu media yang paling sering digunakan untuk bertukar informasi dalam format teks, karena fitur utamanya adalah berbagi dalam format teks terbatas itu sendiri. Secara psikologi pengguna *Twitter* sendiri memiliki kecenderungan sering berbagi pengalaman mereka setelah menggunakan suatu layanan atau produk baik positif atau negatif (Dimofte, Haugtvedt, & Yalch, 2016).

Objek pariwisata yang akan diteliti ialah Raja Ampat, dimana seperti yang

sudah dijelaskan sebelumnya bahwa objek pariwisata tersebut sedang populer di kalangan wisatawan baik nasional maupun internasional. Raja Ampat merupakan bisnis yang membutuhkan evaluasi kepuasan wisatawan selama berwisata di objek pariwisata tersebut atau bisa disebut ulasan, baik dari segi infrastruktur, akomodasi, transportasi dan aspek-aspek lainnya dalam upaya pengembangan bisnis kearah yang lebih baik. Maka dari itu dipilihlah *Twitter* sebagai sumber data pada penelitian ini.

Melihat hal ini, diangkatlah topik “Visualisasi Analisa Sentimen Objek Pariwisata Raja Ampat” untuk melihat penilaian masyarakat terhadap objek wisata Raja Ampat secara umum. Penelitian ini menggunakan Bahasa pemrograman R menggunakan *software RStudio*, lalu akan digunakan metodologi klasifikasi menggunakan *Naïve Bayes* yang akan membagi hasil analisa menjadi 3 klasifikasi yaitu positif, negatif, dan netral setelah didapatkan hasil, analisis akan ditampilkan dalam bentuk visualisasi *dashboard* pada *software Power BI* dengan tujuan memudahkan dalam penjelasan hasil analisa dan pengambilan keputusan di kemudian hari.

1.2. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka perlu adanya batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Sumber data hanya dari media sosial *Twitter*

2. Kata kunci penarikan data dari media sosial *Twitter* dengan *Hashtag* #RajaAmpat dan kata Raja Ampat
3. Hasil penelitian berupa visualisasi data menggunakan *software Power BI*
4. Data diambil menggunakan *API Twitter* dengan *library* bahasa pemrograman *Python* yaitu *library* *tweepy*.
5. Analisis menggunakan bahasa pemrograman R pada *software RStudio*
6. Periode Data diambil dari tanggal 1 Januari 2019-5 Mei 2020.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat:

1. Bagaimana menampilkan informasi terkait data dalam bentuk visualisasi interaktif.
2. Bagaimana menganalisa sentimen masyarakat terhadap objek wisata Raja Ampat menggunakan metode klasifikasi *naïve bayes*.

1.4. Tujuan dan Manfaat

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Menjadi salah satu saran bagi kementerian pariwisata atau pemerintah daerah setempat untuk memperbaiki poin-poin yang dikeluhkan wisatawan pada objek pariwisata apabila kecenderungan hasil analisa negatif.
2. Menjadi salah satu saran bagi kementerian pariwisata atau

pemerintah daerah setempat untuk mempertahankan pelayanan yang baik apabila kecenderungan presentase positif.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Kementerian pariwisata atau pemerintah daerah setempat mengetahui opini masyarakat sebenarnya apa yang membuat citra menjadi buruk dan memperbaiki sektor tersebut.
2. Kementerian pariwisata atau pemerintah daerah setempat mengetahui opini masyarakat sebenarnya untuk mempertahankan pelayanan yang baik.