

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang telah memanfaatkan teknologi informasi [1]. Teknologi informasi memfasilitasi kemudahan akses terhadap informasi, layanan yang nyaman bagi wisatawan, dan sejumlah fitur lain yang mungkin bermanfaat bagi wisatawan, yang semuanya berkontribusi terhadap pertumbuhan industri pariwisata [2]. Teknologi modern dan internet juga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap industri pariwisata. Misalnya, saat ini banyak sekali situs *online* yang menyediakan layanan pemesanan hotel, restoran, tiket kereta api, pesawat, dan moda transportasi lainnya [3]. Orang-orang sekarang dapat menggunakan banyak media sosial, untuk mencari foto hingga ulasan tentang pariwisata tersebut dari para wisatawan [4].

Wisatawan dapat dengan cepat melakukan riset destinasi wisata menggunakan berbagai *platform*, termasuk *TripAdvisor* [5]. Situs web perjalanan terbesar di dunia, *TripAdvisor* dapat membantu wisatawan domestik dan internasional dalam merencanakan perjalanan. *TripAdvisor* secara khusus fokus pada ulasan dan pendapat pengguna tentang destinasi wisata, akomodasi, restoran, dan atraksi wisata lainnya. Jadi, jika tertarik pada analisis sentimen dalam konteks pariwisata dan perjalanan, data dari *TripAdvisor* lebih relevan dan spesifik daripada *platform* lain. Kita dapat memilih destinasi pilihan berdasarkan minat kita dan membaca ulasan yang diberikan oleh pengguna layanan *TripAdvisor* tentang kualitas tempat liburan atau tempat wisata yang mereka gunakan [6]. Selain itu, *TripAdvisor* mungkin menawarkan saran mengenai *resort*, hotel, penginapan, liburan, paket perjalanan [7]. Calon pengunjung dapat mengetahui referensi objek wisata tersebut berdasarkan pengalaman wisatawan lain yang pernah berkunjung ke sana dengan memberikan ulasan tentang objek wisata tersebut [8].

Objek wisata adalah suatu lokasi yang menarik wisatawan karena sumber daya alam dan buatanya atau biasa disebut daya tarik wisata, baik alami maupun buatan manusia, kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut [9]. Bagi sebagian orang, traveling merupakan kebutuhan hidup yang penting. Tujuan travelling adalah untuk mencari kesenangan dan melepaskan diri dari tugas-tugas yang monoton. Gunung Bromo terkenal dengan pemandangannya yang spektakuler. Keindahan alam yang menakjubkan ini menarik banyak orang untuk mengunjungi dan menikmati pemandangan yang luar biasa di Gunung Bromo [10].

Gunung Bromo adalah salah satu destinasi wisata paling terkenal di Indonesia, yang menarik ribuan wisatawan setiap tahunnya. Kepopulerannya membuatnya menjadi subjek yang menarik untuk diteliti dalam konteks analisis sentimen, karena banyaknya ulasan, komentar, dan postingan media sosial yang terkait dengan pengalaman mengunjungi Gunung Bromo [11]. Sebagai destinasi wisata yang populer, Gunung Bromo memiliki banyak pengunjung dengan latar belakang dan pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, analisis sentimen terhadap Gunung Bromo dapat memberikan wawasan yang kaya tentang berbagai persepsi, pandangan, dan pengalaman pengunjung terhadap tempat ini. Pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata Indonesia sering tertarik untuk memahami persepsi wisatawan terhadap destinasi tertentu, termasuk Gunung Bromo, untuk merencanakan pengembangan pariwisata yang lebih baik [12]. Meskipun Gunung Bromo merupakan destinasi wisata populer baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun selama lima tahun terakhir, jumlah pengunjung ke lokasi tersebut hanya sedikit mengalami peningkatan, dan menurun [13].

Berdasarkan informasi yang diperoleh Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BBTNBTS), sebanyak 690.831 wisatawan mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru pada tahun 2019 [14]. Dibandingkan tahun 2018 yang berkunjung sebanyak 825.206 orang, jumlah kunjungan tersebut turun signifikan. Grafik data pengunjung TNBTS empat tahun ke depan juga

menunjukkan kecenderungan bervariasi yang tidak selalu stabil dan hanya sedikit meningkat [15].



Gambar 1. 1 Jumlah Wisatawan Gunung Bromo
Sumber : [16]

Berdasarkan beberapa referensi jurnal dan hasil wawancara dengan pengelola Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, terdapat beberapa masalah dalam pengembangan objek wisata Gunung Bromo. Permasalahan dan dampak tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1:

Tabel 1. 1 Tabel Permasalahan dan Dampak

No	Masalah	Dampak
1.	Pengembangan objek wisata yang belum dikelola secara baik contohnya seperti harga tiket masuk Gunung Bromo yang mengalami kenaikan dua kali lipat.	Terjadi kecurangan atau perbedaan di harga tiket masuk, tiket jeep juga mengalami kenaikan dua kali lipat, jumlah wisatawan yang menurun/tidak konsisten.
2.	Tidak ada penyaringan informasi atau ulasan sehingga pihak pengelola taman nasional gunung bromo tidak mengetahui apakah banyak terdapat ulasan yang positif atau negatif.	Pihak pengelola tidak bisa memperbaiki apa yang kurang dari tempat wisata tersebut, karena tidak adanya komentar atau ulasan dari masyarakat yang berkunjung.

Sumber : [17][18]

Dari Tabel 1.1 permasalahan tersebut terjadi karena pengembangan objek wisata yang belum dikelola secara baik yang berdampak kepada harga tiket masuk bromo yang berbeda. Permasalahan tersebut terjadi sejak harga tiket dinaikan oleh

pengelola, praktik kecurangan kerap terjadi untuk pembelian tiket, selain itu jika ingin berkunjung ke kawasan Gunung Bromo juga terdapat perbedaan harga tiket masuk yang berlaku [19]. Cara yang digunakan untuk membayar tiket masuk berbeda-beda, cukup membayar satu kali jika menggunakan rute Malang, Lumajang, dan Pasuruan, dan melakukan reservasi *online* dan membayar tunai Rp 35.000 untuk setiap orang. Namun jika memilih jalur Kabupaten Probolinggo, harus membayar dua kali lipat yaitu menjadi Rp. 70.000 untuk setiap orang [20].

Pengembangan dan peningkatan layanan bagi wisatawan terus dilakukan oleh penyelenggara tempat wisata. Komentar yang diberikan oleh pengunjung destinasi wisata tersebut dapat menjadi masukan bagi peningkatan layanan dan pengembangan obyek wisata [21]. Ulasan wisatawan mengenai objek wisata Gunung Bromo yang telah dikirimkan di *website TripAdvisor* dapat memberikan informasi yang berguna, karena *TripAdvisor* adalah *platform* yang banyak digunakan untuk ulasan dan rekomendasi terkait perjalanan, ulasan di situs tersebut mungkin menawarkan informasi yang berguna [22]. Dengan menggunakan pendekatan analisis sentimen, diambil data mengenai sikap pengunjung terhadap Gunung Bromo.

Pengelolaan produk dan jasa destinasi wisata dapat dinilai dengan menggunakan metode analisis sentimen terhadap citra pariwisata. Metode *Machine Learning* sedang dikembangkan untuk memperkirakan opini publik berdasarkan evaluasi wisatawan di media digital. Selanjutnya, algoritma pendekatan klasifikasi dapat digunakan untuk mengevaluasi data ulasan pengguna media sosial tentang atraksi wisata untuk mengekstrak informasi ulasan dengan makna positif, netral, dan negatif. Analisis sentimen adalah metode pengolahan bahasa alami yang digunakan untuk mengekstrak dan memahami sentimen dari teks. Tujuan dari teknik ini adalah untuk menentukan sikap atau pendapat seseorang [23].

Sentimen positif dan negatif akan diperiksa dengan menggunakan analisis sentimen. Selain itu, akan memanfaatkan pembelajaran yang diawasi untuk membantu prosedur analisis sentimen yang disebut *Supervised Learning*. *Naive Bayes* adalah metode pengklasifikasi yang sering digunakan dalam pengembangan

model klasifikasi. Selain itu, eksplorasi data ulasan dapat meningkatkan hasil analisis sentimen, termasuk peringkat rata-rata yang diberikan oleh pengunjung dan istilah-istilah yang disertakan dalam setiap sentimen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang dibutuhkan pengelola tempat wisata untuk mengembangkan destinasi wisata Gunung Bromo [24].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen menggunakan metode *Naive Bayes*. Laporan yang diteliti ini dapat memberikan informasi bermanfaat bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang, pengelola objek wisata Gunung Bromo, dan pihaklain. Oleh karena itu, laporan ini akan menganalisis sentimen ulasan terhadap objek wisata Gunung Bromo. Kolom komentar di *TripAdvisor*, yang ditulis oleh pengunjung objek wisata Gunung Bromo, adalah sumber data untuk *review* ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah masalah yang akan dibahas dalam penelitian berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas.

1. Bagaimana pengaplikasian metodologi CRISP-DM dapat membantu dalam proses analisis dan pengambilan keputusan serta bagaimana hasil analisis ini dapat digunakan untuk memahami persepsi pengunjung.
2. Bagaimana penerapan metode klasifikasi *Naive Bayes* dalam pengklasifikasian sentimen positif dan sentiment negatif pada data ulasan pengunjung objek wisata Gunung Bromo.
3. Bagaimana tingkat akurasi algoritma *Naive Bayes* dalam menilai persepsi wisatawan terhadap objek wisata Gunung Bromo?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini akan berkonsentrasi pada analisis sentimen dalam konteks masalah sebagai berikut.

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari ulasan pengunjung objek wisata Gunung Bromo yang dicatat di situs *TripAdvisor* mulai dari Januari 2018 hingga Desember 2023.
2. Pendekatan klasifikasi *Naive Bayes* digunakan dalam analisis penelitian ini.

3. *Python* adalah bahasa pemrograman yang digunakan dalam analisis ini.
4. Metode penelitian yang digunakan adalah *CRISP-DM* dan selanjutnya akan dilakukan visualisasi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Menerapkan metodologi *CRISP-DM* dalam analisis sentimen terhadap data ulasan pengunjung objek wisata Gunung Bromo, dengan fokus pada memahami persepsi pengunjung dan meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman wisata.
2. Menerapkan metode klasifikasi *Naive Bayes* dalam pengklasifikasian sentimen positif dan negatif pada data ulasan pengunjung objek wisata Gunung Bromo.
3. Mengetahui tingkat Akurasi *Naive Bayes* dalam menilai persepsi wisatawan terhadap objek wisata Gunung Bromo.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi pengunjung terhadap destinasi objek wisata Gunung Bromo. Dapat membantu pengelola objek wisata Gunung Bromo dalam memahami area mana yang memerlukan perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.
2. Memberikan hasil visualisasi kepada pengelola objek wisata Gunung Bromo berupa data ulasan positif dan negatif sehingga dapat mengembangkan objek wisata tersebut menjadi lebih baik.
3. Dengan menggunakan Metode *CRISP-DM*, dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang sentimen pengunjung terhadap berbagai aspek Gunung Bromo, seperti pemandangan, fasilitas, dan layanan.

1.5 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ditulis secara sistematis berdasarkan dasar masalah hingga penyelesaiannya, yang dibagi ke dalam beberapa bab, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan sebagai bahan pendukung dalam memperkuat penelitian yang dilakukan. Kajian deduktif berisi mengenai landasan penelitian dalam bentuk fakta yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, sedangkan kajian induktif berisi suatu bentuk dasar teori umum yang dijelaskan oleh peneliti terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian meliputi alur penelitian, objek penelitian dan metode yang digunakan dalam proses pengumpulan dan pengolahan data. Pada bab metodologi penelitian menjelaskan mengenai bagaimana proses penelitian yang dilakukan secara keseluruhan serta bagaimana data didapatkan dan diproses menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya.

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan hasil pembahasan akan dibahas mengenai analisa yang dilakukan terhadap hasil pengumpulan, pengolahan dan analisa data yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kesimpulan dan saran akan dibahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diterapkan dari hasil pengolahan data yang dapat menjadi masukan yang berguna kedepannya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A