

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transportasi merupakan kebutuhan utama masyarakat. Transportasi ada berbagai macam jenis, baik roda dua maupun roda empat. Pada era globalisasi persaingan bisnis yang terjadi pada perusahaan-perusahaan saat ini semakin pesat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam mengatur strategi pemasaran, agar dapat diterima oleh masyarakat dengan baik. Perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan masyarakat/pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Salah satu teknik yang bisa digunakan untuk strategi pemasaran adalah Media Sosial. Dengan perkembangan teknologi saat ini membuat perusahaan transportasi *online* semakin diminati oleh masyarakat, karena mampu memberikan kemudahan dalam pemesanan dan pelayanan yang cepat.

Transportasi *online* merupakan salah satu inovasi dalam mendukung salah satu konsep *smart city*, yaitu *smart mobility*. *Smart mobility* dalam implementasinya pada transportasi menggunakan teknologi pemesanan yang cepat dan cepat pula mengantar pengguna dari tempat satu ke tempat lainnya, biaya yang murah, dan nyaman bagi penggunaan transportasi ini (Wulandari, 2016). Salah satu transportasi *online* yaitu berupa ojek *online*. Contoh ojek *online* adalah *Gojek* dan *Grab*.

Seiring berkembangnya transportasi *online* ini, masyarakat memberikan pendapat dan opininya melalui berbagai media tentang kinerja, kepuasan pelayanan, maupun manajemen transportasi *online* tersebut. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Twitter. Berdasarkan penelitian *PeerReach*, Indonesia merupakan pengguna Twitter ketiga teraktif di dunia, yang berarti pengguna Twitter di Indonesia termasuk paling aktif di dunia (Tarigan, 2015). Twitter adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

salah satu situs *microblogging* yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan teks pendek yang disebut *tweet* (Twitter, 2015). Para pengguna dapat melakukan interaksi dan terhubung dengan pengguna lain dengan menulis kehidupan pribadi, membahas suatu topik atau membagi informasi sekitarnya kepada pengguna lainnya. Informasi yang dibagikan pada Twitter biasanya disebut dengan kicauan (*Tweet*) yang terdiri dari 140 karakter (Kwak, et al., 2010). Twitter dapat digunakan menjadi sumber data pendapat dan sentimen masyarakat, data tersebut dapat digunakan secara efisien untuk pemasaran atau studi sosial (Pak, A. & Paroubek, P. 2010). Tingginya penggunaan Twitter menjadi peluang untuk mengutarakan perasaan dan opini .

Kategori opini yang diberikan masyarakat terhadap jasa transportasi *online* beragam, seperti manajemen, aplikasi dan pengemudi. Di Twitter, perusahaan transportasi *online* memiliki akun resmi untuk memberikan informasi *up-to-date* tentang layanan maupun menampung *tweet* komentar-komentar dari masyarakat dan pelanggan. Banyak sekali komentar tersebut bermunculan di social media khususnya Twitter. Komentar tersebut dapat berupa opini positif maupun opini negatif baik dalam kategori aplikasi, manajemen maupun Driver. Untuk mengetahuinya *tweet* komentar tersebut termasuk kategori manajemen, aplikasi atau driver serta opini yang terkandung bernilai positif atau negatif maka *tweet* yang ada di Twitter akan diolah untuk mengklasifikasikan opini-opini tersebut sesuai kategori yang mengandung nilai positif dan negatif. *Naïve Bayes Classifier* merupakan salah satu *Machine Learning* yang merupakan algoritma untuk mengklasifikasikan sebuah data. NBC adalah metode sederhana tetapi memiliki akurasi dan performansi yang tinggi dalam pengklasifikasian teks (Rountray, Swain & Prava, 2013). Kelebihan NBC adalah sederhana tetapi memiliki akurasi yang tinggi. Berdasarkan hasil eksperimen, NBC terbukti dapat digunakan secara efektif untuk mengklasifikasikan berita secara otomatis dengan akurasi mencapai 90.23%. Algoritma NBC yang sederhana dan kecepatannya yang tinggi dalam proses pelatihan dan klasifikasi membuat algoritma ini menarik untuk digunakan sebagai salah satu metode klasifikasi (Yudi, 2008).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah bagaimana mengklasifikasikan sentimen *tweet* layanan ojek online menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC) dengan menampilkan kategori *tweet* serta nilai sentiment positif dan negatif dari *tweet* tersebut.

1.3. Batasan Masalah

Agar penyusunan tugas akhir ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang dirumuskan, maka ruang lingkup pembahasan dibatasi pada :

1. Objek penelitian dilakukan pada akun resmi @gojekindonesia dan @Grab.ID
2. Data yang di ekstrak berupa *tweet* yang berhubungan dengan ojek online.
3. Analisis sentimen hanya mencakup kelas positif dan negatif.
4. Kategori *tweet* yang dihasilkan berupa Aplikasi, Manajemen serta *Driver*.

1.4. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

2. Menerapkan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC) dalam mengklasifikasikan sentiment *tweet* layanan ojek online dengan menampilkan kategori *tweet* yang termasuk kategori *driver*, aplikasi, manajemen serta dapat menghasilkan nilai sentiment yang bersifat positif dan negatif dari *tweet* tersebut.
3. Mengukur tingkat akurasi pengujian klasifikasi sentiment *tweet* layanan ojek online terhadap metode yang digunakan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 6 BAB yang diperinci sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang deskripsi secara umum dari penelitian ini, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dibahas beberapa teori yang akan mendukung pembahasan pada bab selanjutnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Memuat mengenai tahap-tahap yang dilakukan pada penelitian berupa teknik pengumpulan data, analisa sistem, perancangan, implementasi, pengujian, kesimpulan dan saran.

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Memuat pembahasan mengenai analisa dan pembahasan metode yang digunakan pada penelitian.

BAB V PENGUJIAN

Memuat implementasi dari hasil analisa dan perancangan serta pengujian metode yang telah diterapkan dan membandingkannya.

BAB VI PENUTUP

Memuat kesimpulan dan hasil penelitian yang diimplementasikan dan diuji serta saran untuk penelitian lebih lanjut.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.