

# **BAB I. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang semakin canggih khususnya di bidang teknologi informasi membuat kebutuhan sehari-hari serba mudah dilakukan. Layanan ojek online merupakan salah satu penyedia jasa tersebut. Perkembangan ojek online yang semakin pesat, membuat layanan yang semula hanya berupa ojek kendaraan berkembang dengan layanan yang lainnya, seperti pesan antar makanan, belanja, pengisian pulsa, pembelian tiket, pengantaran barang.

Di Indonesia ojek online mulai banyak bermunculan, dari perusahaan yang besar seperti Gojek dan Grab, hingga perusahaan yang sedang berkembang di beberapa kota yang belum terjamah kedua perusahaan ojek online tersebut. Kedua perusahaan tersebut terus berupaya memberikan pelayanan terbaik mereka seperti memberikan sejumlah diskon di layanan yang ada. Dengan perkembangan di setiap layanan, membuat minat masyarakat terhadap Gojek dan Grab semakin tinggi. Apresiasi juga sering diberikan terhadap dua perusahaan ojek online tersebut. Media social merupakan wadah masyarakat untuk mengaspresiasi Gojek dan Grab, baik berupa pujian, saran maupun kritikan.

Banyak organisasi, perusahaan bisnis khususnya, menggunakan sosial ini media untuk mendapatkan beberapa keuntungan untuk bisnis mereka. Pemasaran media sosial adalah cara baru untuk mempromosikan produk dan meningkatkan pendapatan dan menjangkau lebih banyak pelanggan dengan lebih sedikit anggaran dan sumber daya. Pemasaran media sosial memberi manfaat untuk bisnis dengan mengurangi biaya dan waktu staf, dan meningkatkan generasi pendapatan. (S.Neti, 2011)

Menurut Pemasaran Media Sosial Laporan Industri 2015, manfaat Pemasaran Media Sosial peningkatan eksposur ke bisnis, peningkatan lalu lintas, mengembangkan penggemar setia, memberikan wawasan pasar, dan lead yang dihasilkan (Vidya, 2015). Beberapa penelitian juga menunjukkan perusahaan itu dapat mengukur kepuasan pelanggan dan wawasan pelanggan dengan menganalisis data media social (L. Zhang et al & Desouza, 2014).

Sudah banyak pula berbagai perusahaan menggunakan media social untuk mendukung kegiatan bisnis mereka. Salah satu media social yang menjadi wadah apresiasi adalah twitter. Twitter merupakan layanan bagi setiap orang untuk saling berinteraksi melalui suatu hal (berupa foto, video ataupun text). Perusahaan ojek online tersebut juga menyediakan twitter sebagai ajang mereka untuk mempromosikan layanan dan juga menyediakan wadah bagi para pelanggan untuk menyampaikan apresiasi di akun resmi twitter mereka.

Opini yang disampaikan pelanggan melalui akun resmi twitter Gojek yakni @gojekindonesia dan Grab yakni @GrabId bisa dijadikan alat ukur kepuasan pelanggan terhadap layanan ojek online di kedua penyedia layanan ojek online tersebut dengan menganalisis twitter mereka. Opini yang berupa komentar pelanggan akan di Analisa, apakah opini tersebut bisa di klasifikasikan menjadi positif, negative ataupun netral.

Analisis sentiment merupakan klasifikasi teks yang tujuannya untuk mengelompokkan teks (dokumen) yang mengandung opini sebagai positive sentiment, negative sentiment, atau netral (Liu, 2010). Klasifikasi teks dapat dilakukan dengan dua cara berbeda, yakni klasifikasi manual dan otomatis. Fitur dan algoritma merupakan dua hal utama dalam text classification (Atmadja, 2015). Secara garis besar ada dua algoritma di sentiment analysis, yakni rule based method dan statistical based method (Atmadja, 2015). Pada pendekatan statistik proses pemisahan data sesuai kelas masing-masing menggunakan perhitungan matematis atau dikenal sebagai machine learning (Lailiyah M. , 2017). Sedangkan pada pendekatan rule based method menggunakan bantuan human expert berupa aturan (rule) yang digunakan untuk memisahkan data sesuai kelas masing-masing (Lailiyah M. , 2017).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Bagaimana mengukur kepuasan pelanggan GO-JEK dan Grab melalui analisis sentimen data Twitter?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian dengan judul Pengembangan Analisis Sentimen Pada Twitter Untuk Layanan Ojek Online Menggunakan Rule Based dapat berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan awal, maka penulis memberikan batasan-batasan masalah yaitu:

- a. Data yang diperoleh adalah tweet dari twitter berupa opini masyarakat yang ditujukan pada akun twitter resmi grab dan gojek.
- b. Tweet diambil hanya dari akun yang mengetag akun @gojekindonesia dan @GrabID.
- c. Tweet diklasifikasikan menjadi positif, negative, dan netral.
- d. Jumlah data yang digunakan sebanyak 1000 data yang dibagi menjadi 800 data training dan 200 data testing.
- e. Data training diambil mulai dari 13 Juni 2020 dan data testing di ambil pada 14 agustus 2020

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pembuatan penelitian dengan judul Pengembangan Analisis Sentimen Pada Twitter Untuk Layanan Ojek Online Menggunakan Rule Based adalah untuk mengembangkan analisis sentiment pada twitter untuk layanan ojek online menggunakan metode rule based

### **1.5 Sistematika Penulisan Laporan**

Sistematika Penulisan yang digunakan dalam menyusun laporan penelitian dengan judul Pengembangan Analisis Sentimen Pada Twitter Untuk Layanan Ojek Online Menggunakan Rule Based adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskna mengenai hal-hal yang menjadi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi teori-teori yang mendasari dan berkaitan dengan masalah perencanaan dan pembuatan sistem yang digunakan acuan

untuk memudahkan pemahaman dan pemecahan terhadap masalah yang ada.

### **BAB III           METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini terdiri dari metode, teknik, prosedurapa dan tools yang digunakan sehingga setiap tahap penelitian dapat dilakukan dengan tepat. Metodologi penelitian antara lain metode pengambilan data, metode pengembangan sistem, fase-fase pengembangan sistem.

### **BAB IV           ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini menjelaskan analisis dan perancangan sistem yang akan dibuat dan kebutuhan sistem yang meliputi kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional. Rancangan sistem meliputi rancangan model, rancangan arsitektur sistem, rancangan proses, rancangan prosedural, rancangan data dan rancangan antarmuka pengguna (*User Interface*).

### **BAB V           IMPLEMENTASI**

Membahas tentang uraian mengenai proses implementasi dari sistem yang telah dirancang sebelumnya ke dalam bahasa pemrograman. Disertai dengan gambaran antarmuka aplikasi.

### **BAB VI           PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN**

Membahas tentang hasil uji coba aplikasi, jalannya uji coba bertagap sistem yang dikembangkan. Dapat terdiri dari metode uji coba, tujuan uji coba, proses uji coba serta anaisa hasil uji coba

### **BAB VII           KESIMPULAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian dan saran-saran yang dibutuhkan untuk kesempurnaan sistem sehingga sistem tersebut dapat disempurnakan dan dikembangkan kemudian hari.