

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan tercepat adalah industri pariwisata, yang berdampak besar bagi Indonesia. Secara alami, melimpahnya sumber daya alam menarik sebagian orang untuk memanfaatkannya sebagai tujuan wisata [1]. Purwokerto merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki beragam destinasi wisata menarik, mencakup keindahan alam dan kekayaan budaya. Potensi ini menjadikan Purwokerto sebagai tujuan wisata yang cukup populer baik bagi pengunjung dari luar negeri maupun lokal. Taman Mas Kemambang adalah sebuah objek wisata yang terletak di daerah Glempang, Bancarkembar, Kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Meliputi area seluas 1,2 hektar, taman ini merupakan Ruang Terbuka Hijau (RTH). Masyarakat mengunjungi Taman Mas Kemambang ini sebagai tujuan wisata, karena selain tempatnya yang memiliki pemandangan yang indah dan ramah keluarga juga terdapat berbagai macam jenis rekreasi seperti *foodcourt*, taman bermain, Di dalam Taman Mas Kemambang, terdapat sebuah kolam besar yang dikelilingi oleh pepohonan dan jalur lari. Kolam sedalam 1,6 meter ini dipenuhi ikan beraneka warna yang dapat menjadi daya tarik tersendiri [1]. Oleh karena itu, lokasi tersebut diidentifikasi sebagai tujuan wisata dengan jumlah ulasan *Google Maps* yang cukup besar [2].

Saat ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi memungkinkan terwujudnya keterbukaan informasi publik. Layanan pemetaan online seperti *Google Maps*, yang menawarkan alat untuk perencanaan rute dan pencarian alamat merupakan salah satu contohnya. Pada pertengahan tahun 2016, *Google* memperkenalkan fungsi yang memungkinkan pengguna menilai dan meninjau tempat-tempat yang mereka kunjungi [3]. *Review* dan penilaian online berperan sebagai referensi utama bagi wisatawan dalam memilih tempat liburan. Berdasarkan banyaknya ulasan yang tersedia mengenai aktivitas yang dikunjungi oleh masyarakat, hal ini dapat membantu pengunjung lain dalam memutuskan apakah akan mengunjungi objek wisata Taman Mas Kemambang atau tidak dengan memberikan informasi tentang kondisi di sana [4].

Salah satu media yang umum dimanfaatkan untuk menulis ulasan dan memberikan rating adalah *Google Maps*. Komentar yang ditinggalkan oleh pengunjung di *Google Maps* menggambarkan pengalaman dan pandangan mereka mengenai suatu destinasi wisata. Karena itu, memahami sentimen dari ulasan-ulasan tersebut bisa memberikan insight berharga bagi pengelola tempat wisata, pemerintah daerah, serta pelaku usaha di sektor pariwisata [5]. Merujuk pada hasil wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Arif selaku pengelola Objek Wisata Taman Mas Kemambang pada 6 April 2024. Taman Wisata Mas Kemambang sempat mulai mengalami penurunan wisatawan dari waktu ke waktu dan menempati urutan peringkat kedua pada data statistik pengunjung objek wisata di Purwokerto. Setelah dilakukan observasi berikut merupakan data statistik pengunjung objek wisata di Purwokerto yang di dapat melalui Dinas Pariwisata Banyumas. Tabel 1.1 menampilkan informasi statistik mengenai jumlah wisatawan di Purwokerto.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan di Purwokerto

No	Objek Wisata Purwokerto	2020	2021	2022
1.	Lokawisata Baturraden	262.445	179.268	408.476
2.	Taman Mas Kemambang	94.920	60.198	274.427
3.	Taman Hiburan dan Rekreasi (THR) Panglima Besar Soedirman	21.538	38.578	77.716
4.	Menara Teratai	-	-	165.110
5.	Taman Rekreasi Andhang Pangrenan	36.920	22.266	56.607
6.	Curug Gemawang	20.000	798	321
7.	Museum Wayang	3.435	1.391	15.167
8.	Pemandian Tirta Husada Kalibacin	2.264	5.995	10.126
9.	Kolam Renang Tirta Kembar	2.423	-	12.692
11.	Bumi Perkemahan Kendalisada	1.133	800	2.040
12.	Taman Botani	-	-	3.400

Berdasarkan hasil data statistik tersebut menunjukkan bahwa Objek wisata Taman Mas Kemambang terlepas dari kenyataan bahwa banyak pengguna memberikan ulasan nilai yang sangat baik. Selanjutnya, terdapat

ketidaksesuaian antara komentar dan rating, seperti pengunjung yang memberi bintang 1 namun isi ulasannya justru positif. Hal ini dapat menyesatkan jika seseorang hanya melihat rating tanpa membaca ulasannya. Oleh karena itu, diperlukan klasifikasi komentar menjadi positif, negatif, dan netral untuk menilai kualitas Taman Wisata Mas Kemambang secara lebih akurat. Merujuk pada permasalahan yang telah diuraikan, pihak pengelola tempat wisata serta penulis menginginkan adanya proses pemetaan opini guna memahami sejauh mana dominasi sentimen baik maupun kurang baik terhadap objek wisata tersebut berdasarkan ulasan yang tersedia di *Google Maps* [6].

Analisis sentimen merujuk pada proses identifikasi dan pengelompokan opini yang terdapat dalam suatu teks, khususnya untuk menilai bagaimana pandangan penulis terhadap suatu topik, apakah positif, negatif, atau netral. Naïve Bayes adalah salah satu metode yang sering diterapkan dalam analisis opini atau sentimen [6]. Berkat fleksibilitas dan kemudahan penggunaannya dengan berbagai tipe data teks, teknik ini sering digunakan dalam berbagai aplikasi pemrosesan bahasa alami [3]. Selain Naïve Bayes, terdapat berbagai metode lain yang digunakan dalam analisis sentimen, seperti Decision Tree, K-NN, dan Support Vector Machine. Dalam penelitian ini, algoritma Naïve Bayes dipilih karena dianggap efektif dalam pengklasifikasian opini, khususnya pada data berbasis teks seperti ulasan pengunjung di *Google Maps Review*. Selain itu, pendekatan Naïve Bayes juga dikenal memiliki tingkat ketepatan yang cukup tinggi. [2]. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fatikhah, Muhtarom, dan Oktaviani (2024) dalam jurnal ZONAsi: Jurnal Sistem Informasi, algoritma *Naïve Bayes* telah terbukti mampu menganalisis sentimen ulasan pelanggan terhadap Mie Gacoan Solo Veteran di Google Maps dengan efektif. Penelitian ini mengaplikasikan algoritma Naïve Bayes dengan menggunakan teknik peningkatan sampel melalui metode Synthetic Minority Over-sampling Technique (SMOTE), penelitian ini berhasil mencapai akurasi sebesar 91% dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan Naïve Bayes dapat dimanfaatkan secara efektif dalam pemetaan opini berbasis teks, terutama dalam mengkategorikan ulasan pengguna pada platform digital [7].

Proses analisis ini melibatkan beberapa langkah utama, yaitu pengumpulan data ulasan dari *Google Maps*, pra pemrosesan teks, pelatihan

model *Naive Bayes*, dan evaluasi hasil [5]. Dengan melalui rangkaian proses tersebut, diharapkan bahwa penelitian tentang sentimen ini mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai cara pandang pengunjung terhadap objek wisata di Purwokerto dan bagaimana pandangan tersebut bisa digunakan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang lebih optimal [8].

Berdasarkan informasi yang diambil dari *Google Maps Review*, penelitian ini akan menyajikan metode untuk mengkaji sentimen dari ulasan pengunjung terhadap destinasi wisata Taman Mas Kemambang di Purwokerto. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada bagaimana algoritma *Naïve Bayes* dapat digunakan untuk mengkategorikan sentimen berdasarkan ulasan pengunjung. Dengan demikian, hasil yang diperoleh dapat membantu Disporabudpar Kabupaten Banyumas dalam memantau perkembangan sektor pariwisata serta mendukung proses evaluasi di masa depan melalui penilaian yang diberikan oleh pengunjung Taman Mas Kemambang [6].

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada persoalan yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, tren kunjungan wisata dan persepsi masyarakat terhadap objek wisata semakin menjadi perhatian, terutama dengan semakin banyaknya data yang tersedia dari platform digital seperti *Google Maps Review*. Platform ini digunakan secara luas oleh masyarakat untuk memberikan ulasan terkait pengalaman mereka terhadap objek wisata tertentu. Ulasan ini mencakup berbagai opini yang dapat memberikan wawasan tentang kualitas layanan, daya tarik wisata, dan tingkat kepuasan pengunjung. Analisis data statistik pengunjung dapat memberikan gambaran mendalam mengenai pola kunjungan wisata, seperti fluktuasi jumlah pengunjung berdasarkan waktu atau musim tertentu. Selain itu, ulasan yang terkumpul juga dapat dianalisis secara sentimen untuk mengidentifikasi tanggapan masyarakat terhadap objek wisata, apakah positif, negatif, atau netral. *Google Maps Review* dengan fitur yang memungkinkan pengguna memberikan ulasan dan peringkat, menjadi sumber data yang kaya untuk memahami persepsi masyarakat secara lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan analisis sentimen ulasan guna memberikan panduan yang dapat digunakan oleh pengelola objek wisata dalam meningkatkan layanan dan daya tarik wisata.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada perumusan masalah yang telah disampaikan, pertanyaan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut: Bagaimana analisis sentimen ulasan tentang objek wisata Taman Mas Kemambang di Purwokerto yang dilakukan dengan menggunakan algoritma *Naive Bayes*?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini akan terbatas pada penggunaan data ulasan yang diperoleh dari *Google Maps*.
2. Analisis akan difokuskan pada ulasan yang ditulis dalam bahasa Indonesia.
3. Sentimen yang dianalisis akan dibagi pada 3 kategori: positif, negatif, dan netral. Penelitian ini tidak akan mencakup analisis terhadap sentimen campuran atau kategori sentimen lainnya.
4. Analisis sentimen dengan Algoritma Naïve Bayes Classifier merupakan output akhir dari penelitian ini.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini berlandaskan pada permasalahan yang sudah dipaparkan sebelumnya, dengan tujuan utama untuk menganalisis data statistik pengunjung objek wisata berdasarkan informasi yang diperoleh dari *Google Maps Review* untuk memahami tren kunjungan, seperti pola kunjungan berdasarkan waktu, musim, atau popularitas objek wisata tertentu, serta mengetahui tingkat sentimen positif, negatif dan netral dan mengevaluasi sejauh mana algoritma Naïve Bayes mampu mengelompokkan dan menginterpretasikan sentimen masyarakat berdasarkan ulasan pengunjung objek wisata yang dianalisis pada objek wisata Purwokerto, khususnya yang ada di Taman Mas Kemambang yang bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Merujuk pada pembahasan sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa manfaat, yaitu:

1. Memberikan ringkasan opini masyarakat terkait fasilitas layanan Taman Mas Kemambang berdasarkan ulasan *google maps*.

2. Membantu pemerintah dalam menilai serta mengevaluasi objek wisata Taman Mas Kemambang dan mengukur kecenderungan sentimen baik, buruk, maupun netral.
3. Menganalisis sejauh mana efektivitas algoritma Naïve Bayes dalam mengolah dan menginterpretasikan sentimen.
4. Menjadi sumber penelitian dan perbandingan dengan hasil analisis sentimen pada penelitian lain.