

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi sesuatu yang umum dan digunakan secara luas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam implementasinya, media sosial sering dimanfaatkan untuk aktivitas jual beli, menyampaikan informasi, bahkan sebagai media untuk mengekspresikan diri. Pertumbuhan media sosial terjadi dengan cepat, bukan hanya dalam hal peningkatan jumlah pengguna, melainkan juga dalam hal peningkatan jumlah media sosial yang dapat diakses melalui aplikasi mobile ataupun situs web. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram. Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang saat ini mengubah menjadi sebuah tren gaya hidup dikalangan masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang secara aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Instagram merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Selain itu, pengguna lain juga dapat memberikan dalam bentuk komentar sebagai respon atas konten yang dibagikan.

Opini dan permasalahan tersebut kemudian dapat diolah menjadi sebuah informasi melalui suatu cara yaitu analisis sentimen. Analisis sentimen adalah bidang studi yang menganalisa pendapat, sentimen, penilaian, evaluasi, emosi, serta sikap seseorang terhadap produk, peristiwa, isu, topik, individu dan organisasi (Andris Faesal, 2020). Untuk melakukan analisis sentimen dalam penelitian ini bisa dipertimbangkan dengan menggunakan komentar pengguna Instagram, baik yang bersifat negatif maupun positif. Berdasarkan data dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta jiwa pada Januari

2023 yang setara dengan penetrasi sebesar 77% dari total populasi Indonesia yang mencapai 276,4 juta pada awal tahun 2023. Jumlah tersebut hampir seimbang dengan pengguna internet melalui perangkat *mobile*, yang mencapai persentase sebesar 77%. Sementara itu, menurut data *We Are Social* jumlah pengguna Instagram secara global telah mencapai 1,63 miliar per april 2023. Jumlah tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 12,2% dibandingkan periode yang sama tahun pada tahun sebelumnya. Sedangkan jumlah pengguna di Indonesia mencapai 106 juta perapril 2023. Pengguna Instagram di Indonesia mayoritas berasal dari golongan usia produktif yaitu mereka yang berusia pada rentang 18-34 tahun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sentiment pelanggan yang menggunakan Instagram terhadap Mie Gacoan di Indonesia.

Mie Gacoan pertama kali didirikan pada tahun 2016 di Malang, oleh Anton Kurniawan. Mie Gacoan merupakan salah satu restoran mie pedas yang populer di Indonesia selama beberapa tahun belakangan ini. Restoran yang menjual mie sebagai menu utamanya ini sangat diminati oleh banyak orang dan menjadi restoran yang paling populer jika dibandingkan dengan restoran-restoran lainnya. Pada saat ini makanan dengan tingkat kepedasan yang tinggi telah menjadi salah satu trend yang sangat populer akhir-akhir ini. Berbagai hidangan pedas tersebut telah menjadi trend sendiri dan banyak hadir ke dalam berbagai jenis makanan. Hal inilah yang Mie Gacoan coba tawarkan melalui berbagai variasi mie yang mereka sediakan. Pelanggan utama restoran ini adalah orang-orang yang menyukai mie dan makanan pedas. Dapat dibayangkan bahwa nantinya restoran ini akan menjadi salah satu tempat favorit anak muda, khususnya penyuka makanan pedas. Dibalik kepopuleran Mie Gacoan pada saat ini, tentunya tidak dapat dipungkiri bahwasannya ada penilaian positif dan penilaian negatif dari pelanggan.

Mie Gacoan memang terkenal dengan mie yang pedas dan harganya yang murah. Akan tetapi untuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan kurang baik. Pelayanan yang baik sangatlah penting dalam bidang jasa dan manufaktur karena menunjukkan kualitas dari perusahaan tersebut. Pelayanan yang baik tentunya tidak selalu dari sumber daya manusianya saja, melainkan juga dari fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Misalnya dari kecanggihan teknologi, apakah perusahaan tersebut menggunakan mesin yang canggih untuk efisiensi waktu serta kemudahan konsumen dan memberikan tempat yang nyaman dan aman untuk para pelanggan.

Oleh karena itu, penulis ingin memberikan solusi dengan cara menganalisis sentimen pelanggan terhadap Mie Gacoan di Instagram dengan memanfaatkan metode *Naive Bayes Classifier*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang telah diberikan oleh Mie Gacoan kepada pelanggan. Sehingga perusahaan dapat mencapai kinerja yang efektif serta efisien.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengambil sebuah penelitian yang berjudul **"IMPLEMENTASI METODE NAIVE BAYES CLASSIFIER DALAM MENGANALISIS SENTIMEN PELANGGAN TERHADAP MIE GACOAN PADA INSTAGRAM"**

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini memiliki batasan-batasan masalah. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Mie Gacoan Indonesia.
2. Data yang dianalisis adalah data dari media sosial Instagram

3. Data yang diambil berdasarkan data dari akun Instagram @mie.gacoan berupa komentar.
4. Metode yang digunakan untuk menganalisis sentimen pelanggan terhadap Mie Gacoan adalah Metode *Naive Bayes Classifier*.
5. Polaritas sentimen diklasifikasikan menjadi positif dan negatif.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan terlebih dahulu, maka rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini yaitu bagaimana menganalisis sentimen pelanggan berdasarkan komentar pada akun Instagram Mie Gacoan menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*.

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis sentimen pelanggan berdasarkan komentar terhadap akun Instagram Mie Gacoan dengan mengklasifikasikan secara otomatis menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi analisis sentimen pelanggan terhadap Mie Gacoan pada Instagram dengan menggunakan metode *Naive Bayes Classifier*.
2. Memberikan informasi sentiment positif dan negatif dalam media sosial Instagram.

1.6. Sistem Penulisan

Sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika yang digunakan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menyajikan tentang metode-metode pendekatan untuk menyelesaikan masalah yang diangkat dalam perumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil tampilan program, penjelasan, dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan pembahasan tentang hasil yang telah diperoleh dan saran-saran yang memungkinkan untuk skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini berisikan informasi tentang penulis atau sumber referensi yang digunakan untuk mendukung penelitian.

LAMPIRAN

Lampiran berisikan informasi data sumber dan foto penelitian.