

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan penerbangan merupakan salah satu sarana transportasi yang paling populer di Indonesia saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan jumlah perusahaan domestik dan internasional yang mengoperasikan dan menyediakan layanan transportasi dengan berbagai fasilitas dan biaya. Setiap maskapai penerbangan bekerja keras untuk meringankan beban tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang unggul dan harga yang terjangkau, dapat menjadi perusahaan pengembangan bisnis terkemuka dan Garuda Indonesia menjadi maskapai banyak diminati calon penumpang[1].

PT. Garuda Indonesia merupakan perusahaan milik negara, Perusahaan yang bergerak dalam industri jasa penerbangan. Adanya fluktuatif penjualan tiket disebabkan persaingan yang semakin ketat antara maskapai Garuda Indonesia dengan swasta. Maskapai Garuda Indonesia tidak bisa mengurangi layanan dan memotong harga tiket. Sedangkan maskapai swasta dengan mudah memberikan penawaran harga yang lebih murah, promo dan diskon menarik yang dapat membuat semua kalangan bisa menggunakan pesawat. Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan konsumen, mereka puas menggunakan Pesawat Garuda Indonesia karena memberikan pelayanan yang terbaik mulai dari kemudahan dalam pemesanan tiket hingga pelayanan setelah melakukan penerbangan. Garuda Indonesia memiliki track record yang baik dalam penerbangan ditunjang dengan pilot yang memiliki jam terbang tinggi, pemeriksaan kondisi pesawat sebelum dan setelah melakukan penerbangan, menambah kepercayaan konsumen terhadap merek Garuda Indonesia Airlines sebagai pilihan terbaik dalam melakukan penerbangan. Media sosial menjadi tempat penilaian penumpang salah satunya media sosial twitter[2].

Twitter adalah platform media sosial dan microblog populer yang memungkinkan pengguna untuk memposting dan berbagi konten yang mempelajari

teks hingga 140 karakter yang dikenal sebagai "puisi kicauan" (tweet). Jack Dorsey buat Twitter pada bulan Maret 2006, dan situs jejaring sosial tersebut secara resmi diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter menjadi salah satu website yang paling sering dikunjungi di internet dan paling sering digunakan. Komentar pada twitter dapat dianalisa menggunakan analisis sentimen yang bisa diklasifikasi berupa positif dan negatif[3].

Analisis sentimen adalah kombinasi dari penambangan data dan penambangan teks, menggunakan analisis sentimen itu sendiri untuk memproses berbagai pendapat yang diberikan oleh publik atau pakar melalui cara yang berbeda. Pendapat ini diberikan tentang suatu produk, layanan atau institusi. Ada tiga jenis opini dalam analisis sentimen, yaitu opini negatif, opini positif, dan opini netral. Beberapa algoritma dapat digunakan untuk metode pendeteksian ini, salah satunya adalah algoritma Clustering K- Means[4].

Clustering K-Means adalah salah satu metode pengajaran mesin yang paling populer dan paling sederhana, yang digunakan untuk melakukan pengelompokan bersama dalam satu set objek. Tujuan dari clustering K-Means adalah untuk membuat data dikelompokkan ke dalam cluster atau kelompok sehingga data yang memiliki karakteristik atau ciri unik dapat diidentifikasi. Clustering K-means dapat digunakan untuk memilih area yang mungkin mengandung bahan tambang untuk digunakan sebagai lahan usaha tambang atau lebih jauh untuk Pusvitaningrum, Analisis Data Argumen Tentang Penerapan Kebijakan Sistem Zonasi[5].

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian dengan metode Clustering K-Means berdasarkan analisis sentimen pelayanan garuda indonesia di media sosial Twitter untuk untuk mengetahui respon penumpang mengenai pelayanan tersebut, dan mengetahui tingkat akurasi pada metode Clustering K-Means.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan beberapa hal, yaitu :

1. Bagaimana penelitian ini dapat menghasilkan analisis sentimen positif dan negatif pelayanan Garuda Indonesia di media sosial Twitter?
2. Bagaimana pengolahan data tweet tentang pelayanan Garuda Indonesia yang didapatkan dari media sosial Twitter?
3. Bagaimana penerapan metode Clustering K-Means dalam penelitian ini?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ruang lingkup skripsi ini dibatasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Data diperoleh dari opini publik media sosial *twitter* tentang pelayanan.
2. Data opini diambil dari tanggal 30 Desember 2022 sampai dengan tanggal 25 Februari 2023.
3. Maskapai yang diteliti adalah maskapai Garuda Indonesia.
4. Metode yang digunakan dalam sistem klasifikasi menggunakan metode Clustering K-Means.
5. Output dari sistem klasifikasi dari analisis sentimen yaitu opini positif dan negatif.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat suatu model analisis sentimen menggunakan metode Clustering K-Means yang dapat digunakan untuk melakukan analisis sentimen media sosial Twitter tentang pelayanan maskapai Garuda Indonesia. Analisis sentimen dilakukan untuk mengetahui respon penumpang mengenai pelayanan tersebut, dan mengetahui tingkat akurasi pada metode Clustering K-Means.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi mengenai bagaimana sentimen penumpang pada pelayanan maskapai Garuda Indoensia di media sosial Twitter.
2. Informasi yang dihasilkan dapat digunakan sebagai saran pendukung dalam mengevaluasi dan mengembangkan pelayanan menjadi lebih baik.
3. Hasil analisis yang diperoleh dapat digunakan sebagai informasi untuk para penumpang.

1.6 Sistematika Laporan

Susunan sistematika penulisan yang terkandung pada skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini berisi tentang uraian latar belakang penulisan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini berisikan penelitian yang dilaksanakan sebelumnya dan landasan teori yang berkaitan secara langsung dengan masalah yang dibahas dalam penelitian mengambil referensi dari buku-buku atau sumber lain.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini berisikan tentang penjelasan analisis kebutuhan sistem, analisis kebutuhan data, perancangan sistem, perancangan database, serta perancangan *interface*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini menjelaskan tentang penyelesaian masalah yang berisikan implementasi tampilan, pengujian, serta pembahasan tentang penerapan metode *Clustering K-Means* untuk mengklasifikasikan komentar yang didapat dari media sosial *twitter*.

BAB V PENUTUP

Pada bab yang terakhir ini berisikan kesimpulan dan saran yang diperoleh setelah melakukan penelitian.

