

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia khususnya Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki daya tarik untuk berwisata. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan bahwa Bandung merupakan kota yang terpilih sebagai salah satu destinasi favorit di kawasan Asia. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, mengatakan bahwa Bandung saat ini menempati posisi ke-4 sebagai kota favorit Asia setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai. Hal yang menarik wisatawan adalah karena Bandung merupakan tempat yang menyediakan sarana wisata yang cukup beragam. mulai dari wisata alam, buatan, pusat perbelanjaan dan kuliner [1]. Banyak pengunjung yang memanfaatkan *website* untuk berbagi pengalaman mereka tentang produk, jasa atau tujuan wisata [2]. Penulisan pendapat secara *online* (misal *review*) berperan sangat penting bagi pengunjung untuk pengambilan keputusan [3] Berdasarkan *local consumer review survey*, 85% konsumen mempercayai ulasan *online* daripada rekomendasi dari seseorang [4] dan merupakan sumber *feedback* untuk dapat membantu perusahaan mengukur tingkat kepuasan dan meningkatkan pengelolaan tempat wisata [5].

TripAdvisor merupakan situs *website* dimana informasi yang diposting berasal dari para pengguna. TripAdvisor merupakan suatu *website* yang didasarkan pada gagasan bahwa para calon wisatawan mengandalkan ulasan wisatawan lain untuk membantu mengambil keputusan dalam menentukan tujuan tempat berwisata. Saat ini TripAdvisor berisi 10 juta ulasan tempat wisata yang ditulis oleh 5 juta pengguna. Pengguna TripAdvisor dapat memberikan ulasan (*review*), komentar dan penilaian (*rating*) tempat wisata [6]. Namun, penilaian pada TripAdvisor dianggap belum cukup membantu calon wisatawan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan suatu tempat wisata karena ulasan pada TripAdvisor mengandung berbagai aspek penilaian dan berupa *mixed sentiment* (seperti positif dan negatif) [7]. Untuk itu, perlu adanya analisis sentimen ulasan TripAdvisor pada tempat wisata sehingga dapat diketahui aspek penilaian apa saja yang sering dibahas oleh para pengunjung dan dapat menentukan penilaian secara spesifik.

Metode yang digunakan untuk analisis sentimen ulasan tempat wisata tersebut adalah dengan menggunakan metode *Ontology Supported Polarity Mining* (OSPM). Metode OSPM dipilih karena dapat meningkatkan penambangan polaritas dengan *ontology* yang memberikan informasi suatu topik secara terperinci. Penambangan polaritas bertugas untuk menentukan orientasi positif dan negatif pada sebuah informasi [8]. Penambangan polaritas terdapat proses penambangan opini, bertujuan untuk mengekstrak dan membedah opini yang dikemukakan oleh pengunjung pada ulasan dari berbagai jenis produk dan layanan seperti mobil, film, tujuan perjalanan [9]. Kemudian metodologi yang digunakan untuk melakukan konstruksi *ontology*nya adalah metode Noy McGuinness [10]. Pembangunan *ontology* penilaian tempat wisata dibuat berdasarkan pada Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam (ADO-ODTWA) dari Dirjen PHKA (2003) [11] serta *mean scores for visitor satisfaction* NBT [12]. Pembangunan *ontology* ini digunakan untuk pengklasifikasian ulasan pengunjung kedalam beberapa aspek tertentu berserta dengan penilaian pada setiap aspek tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana klasifikasi aspek dan klasifikasi sentimen ulasan (*review*) pengunjung tempat wisata di kota Bandung dengan menggunakan *Ontology Supported Polarity Mining* (OSPM)?
2. Bagaimana performa penilaian tempat wisata dalam menangani klasifikasi aspek dan klasifikasi sentiment dengan menggunakan *Ontology Supported Polarity Mining* (OSPM)?

1.3 Batasan Masalah

1. *Domain* dari *ontology* yang digunakan adalah tempat wisata dan sentimen.
2. Dataset yang digunakan adalah data ulasan TripAdvisor pada tempat wisata di kota Bandung dan ulasan yang diambil hanya ulasan yang menggunakan Bahasa Indonesia
3. *Ontology* yang dibangun hanya *ontology* yang berkaitan dengan ulasan tempat wisata pada TripAdvisor.
4. Sistem yang dibuat menggunakan Bahasa pemrograman Java dan berupa program *desktop* serta keluaran sistem berupa *file excel*.
5. Pemilihan tempat wisata berdasarkan destinasi favorit yang sering ditawarkan oleh beberapa *travel agent*.
6. Aspek penilaian yang digunakan berasal dari Pedoman Analisis Daerah Operasi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam(ADO-ODTWA) dari Dirjen PHKA (2003) dan *Mean scores for visitor satisfaction*.

Penelitian ini bertujuan untuk membuat analisis sentimen tempat wisata dengan mengklasifikasikan aspek dan sentimen ulasan(*review*) pengunjung tempat wisata di kota Bandung dengan menggunakan *Ontology Supported Polarity Mining* (OSPM). Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengukur performansi penilaian tempat wisata dalam menangani klasifikasi aspek dan sentimen dengan menggunakan *Ontology Supported Polarity Mining*(OSPM).

1.4 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Urutan penulisan laporan ini adalah sebagai berikut: Bagian 2 menunjukkan penelitian-penelitian terkait dengan tugas akhir ini. Sistem yang akan diajukan untuk penilaian tempat wisata dengan menggunakan pendekatan *Ontology Supported Polarity Mining*(OSPM) akan dijelaskan di bagian 3. Pada bagian 4 akan didiskusikan mengenai hasil pengujian dan evaluasi sistem. Dan kesimpulan akan dijelaskan pada bagian 5.