

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu wilayah di Indonesia yang terkenal karena kekayaan budaya dan destinasi wisata yang mengagumkan, terutama dalam hal warisan budaya lokal dan peninggalan sejarah (Pangestu, 2018). Terdapat banyak sekali kegiatan yang dapat dilakukan seperti liburan, bisnis maupun pendidikan. Yogyakarta dikenal dengan banyak julukan salah satunya “Kota Pariwisata” karena memiliki beragam destinasi wisatanya, selain itu Yogyakarta juga memiliki julukan “Kota Pelajar” yang dimana menurut data dari Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga DIY menunjukkan bahwa 128 Pendidikan Tinggi sehingga menarik banyak remaja dari berbagai daerah di Indonesia untuk menempuh Pendidikan di Yogyakarta (Diar Iswari, 2018). Dilihat dari konteks *city branding*, Daerah Istimewa Yogyakarta menerapkan konsep “Jogja Istimewa” yang menyoroti keistimewaan warganya yang kreatif serta keindahan daerahnya (Shafira & Dasrun Hidayat, 2022).

Dengan adanya julukan “Jogja Istimewa” tidak menutup kemungkinan adanya permasalahan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Bahkan di media sosial Twitter terdapat tren topik yang menyatakan “Jogja Tidak Aman” (Herdiana, 2021). Dilansir dari situs *merdeka.com* terdapat artikel tentang video unggahan seorang wanita mengungkapkan tentang hidup di Jogja sudah tidak aman, wanita tersebut menceritakan pengalaman buruknya saat menjadi korban kejahatan jalanan yang dimana video tersebut viral dan ditonton sampai 2juta kali lebih (Rasyid, 2023). Tak hanya itu saja terdapat banyak sekali artikel atau berita yang menyatakan wisatawan takut ke Yogyakarta. Dilansir dari *innalar.com* terdapat berita tentang “Klitih Merajalela di Nol Kilometer, Buat Calon Wisatawan Wisatawan Takut ke Yogyakarta” (Arinda, 2023). Bahkan ada artikel berita dari *suara.com* yang menyatakan curhatan warganet akibat adanya klitih, banyak wisatawan takut ke Jogja (Garjito, 2020). Berdasarkan pernyataan berbagai berita

dan juga perspektif masyarakat menyebabkan *city branding* “Jogja Istimewa” mulai diragukan, ditambah dengan viralnya “Jogja Tidak Aman” di laman Twitter. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis perspektif masyarakat terhadap Daerah Istimewa Yogyakarta.

Data penelitian ini memanfaatkan informasi dari media sosial Twitter sebagai alternatif pengganti survei, yang dimana pengambilan data ini menjadi inovasi terbaru yang berhasil menciptakan opsi baru untuk memperoleh sumber data. Oleh karena itu alasan pengambilan data dengan menggunakan media sosial Twitter yaitu karena platform ini menyediakan aplikasi yang bisa digunakan sebagai *developer application*, dengan menggunakan metode *crawling* data yang diinginkan dapat diambil dari aplikasi tersebut (Rifa’i et al., 2019). Dengan data yang terkumpul akan diproses dan dianalisis menggunakan *Algoritma K-means* untuk mengelompokkan *tweet* atau postingan media sosial Twitter yang berkaitan dengan topik Yogyakarta (Mayona et al., 2022). Alasan penggunaan *Algoritma K-means* ini karena memiliki tingkat keakuratan yang tinggi terhadap ukuran suatu objek, sehingga memudahkan pengukuran dan efisien dalam memproses objek dalam jumlah besar, selain itu penggunaan *Algoritma K-means* tidak dipengaruhi oleh urutan objek tersebut (Sari & Sukestiyarno, 2021). Keunggulan *Algoritma K-means* yaitu penggunaannya yang sederhana dan kemampuannya untuk dengan mudah mengidentifikasi sejumlah besar data dan outlier (Ikhwan & Aslami, 2020).

Dengan melakukan analisis perspektif masyarakat terhadap Yogyakarta menggunakan *Algoritma K-means* ini untuk memahami berbagai pandangan, pendapat dan preferensi masyarakat tentang Yogyakarta.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, terdapat masalah yang perlu dirumuskan yaitu : Bagaimana penggunaan *Algoritma K-Means* untuk mengklasifikasikan perspektif masyarakat tentang Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 BATASAN MASALAH

Dengan adanya batasan masalah, akan membantu lebih terarah dan terfokus pada tujuan yang hendak dicapai, harus diadakannya batasan masalah penelitian

agar tidak terjadi penafsiran yang berbeda mengenai analisis perspektif masyarakat tentang Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan *Algoritma K-means* hanya membahas :

1. Penelitian ini hanya menggunakan data yang diperoleh dari media sosial Twitter. Data tersebut harus relevan dengan topik penelitian dan mencakup aspek-aspek terkait Daerah Istimewa Yogyakarta yang ingin dianalisis.
2. Analisis ini hanya menggunakan *Algoritma K-means* sebagai metode pengelompokan data untuk mengklasifikasi perspektif masyarakat menjadi kelompok-kelompok yang berbeda.

1.4 PERTANYAAN PENELITIAN

Adapun pertanyaan yang muncul ketika dilakukan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana cara pengumpulan atau *crawling* data *tweet* dari Twitter?
2. Bagaimana penerapan *Algoritma K-Means* dengan data yang sudah didapatkan ?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami berbagai pandangan, pendapat dan preferensi masyarakat terkait Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.6 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Manfaat penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang berbagai pandangan masyarakat terhadap Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga membantu menjawab kekhawatiran yang ada dan memperbaiki citra Daerah Istimewa Yogyakarta.