

SENTIMEN ANALISIS PUBLIK TERHADAP VIRUS COVID-19 PADA MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES

Serafim Clara

ABSTRAK

Twitter merupakan media sosial sebagai tempat untuk saling betukar infomasi, menyampaikan pendapat maupun kritik secara langsung. Covid-19 merupakan salah satu wabah yang menyebar sangat cepat hingga hampir seluruh dunia merasakan dampaknya. Hal ini tentu saja langsung menggegerkan dunia maya hingga menjadi trending nomor satu di *twitter*. Opini tersebut dapat di analisis menjadi analisis sentimen yang dikelompokkan menjadi sentimen positif dan sentimen negatif, lalu menggunakan algoritma klasifikasi *Naïve Bayes*. Data diambil tanggal 11 Desember 2020 pada 2 daerah yaitu DKI Jakarta dan Surabaya menggunakan API pada twitter dan juga fitur *geolocation* dengan #Covid-19. Hasil yang didapatkan yaitu data pada wilayah DKI Jakarta memiliki nilai akurasi paling tinggi pada sample 2 yaitu sebesar 78% sedangkan data pada wilaya Surabaya mendapatkan nilai akurasi tertinggi pada sample 1 yaitu sebesar 83%.

Kata kunci: *twitter, naïve bayes, geolocation*

ANALYSIS SENTIMENT PUBLIC OF COVID-19 ON SOCIAL MEDIA TWITTER USING NAIVE BAYES METHODE

Serafim Clara

ABSTRACT

Twitter is a social media platform where people may directly share information, express opinions and criticism. Covid-19 is an epidemic that spreads so quickly that almost the whole world feels its impact. This immediately stirred the virtual world and become the number one trending on twitter. This opinion can be analyzed with sentiment analysis which grouped them into positive sentiment and negative sentiment, then using the Naïve Bayes classification algorithm. The data was taken on December 11, 2020 in 2 regions, namely DKI Jakarta and Surabaya using the API on Twitter and also the geolocation feature with #Covid-19. The results obtained that the data from the DKI Jakarta region has the highest accuracy value in sample 2, with 78%, while the data from the Surabaya region has the highest accuracy value in sample 1 with 83%.

Keywords: *twitter, naïve bayes, geolocation*