

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi telah membawa berbagai keuntungan bagi manusia salah satunya pada bidang perekonomian. Pada zaman dahulu, orang-orang masih melakukan perbelanjaan secara tradisional dengan cara datang langsung ke tempat perbelanjaan. Dengan berkembangnya teknologi, mereka dapat melakukan perbelanjaan secara online tanpa harus keluar rumah. Oleh karena itu, diperlukan jasa ekspedisi untuk menjemput dan mengantarkan barang dari penjual kepada pembeli. Namun, jasa ekspedisi tidak jarang mendapat keluhan dari konsumen akibat paket yang tidak kunjung datang atau rusak. Salah satu jasa ekspedisi yang sering dipakai yaitu Anteraja. Keluhan konsumen tersebut dapat dilihat pada media sosial seperti X/Twitter. Hal ini yang membuat penulis ingin menganalisis sentimen konsumen terhadap layanan Anter Aja menggunakan data dari X/Twitter dengan menggunakan metode *Support Vector Machine*. Data dikumpulkan dari tweet pengguna selama periode Januari hingga Juni 2024 dengan menggunakan *Tweet Harvest* versi 2.6.1. Setelah pra-proses data yang meliputi *cleansing*, *case folding*, *normalization*, *tokenization*, *stopword removal*, dan *stemming*, dilakukan pelabelan data menggunakan metode *Lexicon Based* dan *VaderSentiment*. Selanjutnya, data yang sudah dilabelkan akan dibobotkan dan diklasifikasi menggunakan algoritma *Support Vector Machine* menjadi sentimen positif, negatif, dan netral. Hasil dari klasifikasi masing-masing kelas positif, negatif, dan netral menunjukkan *precision* sebesar 82%, 88%, dan 81%, *recall* sebesar 79%, 84%, dan 90%, serta *f1-score* sebesar 80%, 86%, dan 85%. Nilai *accuracy* yang dihasilkan dari klasifikasi ini sebesar 84%. Informasi ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan layanan mereka dengan merespons umpan balik konsumen secara cepat dan efektif.

Kata kunci : Analisis Sentimen, Anter Aja, X/Twitter, *Support Vector Machine*

ABSTRACT

The advancement of technology has brought various benefits to humans, one of which is in the economic field. In the past, people shopped traditionally by visiting physical stores. With the advancement of technology, they can now shop online without leaving their homes. Therefore, courier services are needed to pick up and deliver goods from sellers to buyers. However, courier services often receive complaints from consumers about delayed or damaged packages. One frequently used courier service is Anteraja. These consumer complaints can be seen on social media platforms like X/Twitter. This has prompted the author to analyze consumer sentiment towards Anteraja's services using data from X/Twitter through the Support Vector Machine method. Data was collected from user tweets during the period from January to June 2024 using Tweet Harvest version 2.6.1. After data preprocessing, which includes cleansing, case folding, normalization, tokenization, stopword removal, and stemming, data labeling is done using the Lexicon Based method and VaderSentiment. Next, the labeled data will be weighted and classified using the Support Vector Machine algorithm into positive, negative, and neutral sentiments. The classification results for each class, positive, negative, and neutral, show precision of 82%, 88%, and 81%, recall of 79%, 84%, and 90%, and f1-score of 80%, 86%, and 85%. The accuracy value produced by this classification is 84%. This information is expected to help the company improve their services by responding to consumer feedback quickly and effectively.

Keywords : Sentiment Analysis, Anter Aja, X/Twitter, Support Vector Machine