

SENTIMEN ANALISIS TERHADAP LAYANAN FIRST MEDIA MENGUNAKAN METODE *NAÏVE BAYES*

Rizki Indah Pratiwi

Abstrak

Twitter menjadi salah satu media sosial yang sering dimanfaatkan konsumen untuk menyampaikan keluhan ataupun opini terkait layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dimana keluhan atau opini yang disampaikan melalui *tweet* tersebut dapat diolah untuk mengetahui sentimen yang terkandung dalam *tweet* tersebut. Oleh karena itu penelitian ini dilaksanakan untuk melakukan proses klasifikasi data *tweet* yang didalamnya mengandung sentimen positif maupun negatif mengenai layanan dari salah satu perusahaan yaitu First Media. Metode yang digunakan untuk proses klasifikasi pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Naïve Bayes*. Data *tweet* diambil dengan menggunakan *Twitter API (Application Programming Interface)* yang tersedia pada *platform Twitter*. Dimana data *tweet* akan diberi label positif dan negatif untuk memudahkan data tersebut diproses. *Tweet* yang diambil adalah *tweet* yang menyertakan *@FirstMediaCares* sebagai kata kunci. Selanjutnya data *tweet* yang terkumpul dibagi kedalam data latih sebesar 70% dan data uji sebesar 30%. Hasil evaluasi yang berfungsi untuk menguji performa dari metode *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan *tweet* kedalam kategori positif dan negatif menunjukkan nilai akurasi yang didapat yaitu sebesar 89.47%.

Kata kunci: *Twitter, tweet, Naïve Bayes, analisis sentimen, evaluasi*

SENTIMEN ANALISIS TERHADAP LAYANAN FIRST MEDIA MENGUNAKAN METODE NAÏVE BAYES

Rizki Indah Pratiwi

Abstract

Twitter is one of the social media that is often used by consumers to submit complaints or opinions regarding the services provided by a company. Where complaints or opinions submitted through the tweet can be processed to find out the sentiments contained in the tweet. Therefore, this research was conducted to carry out the process of classifying tweet data in which it contains positive or negative sentiments regarding the services of one company, First Media. The method used for the classification process in this study is the Naïve Bayes method. Tweet data is retrieved using the Twitter API (Application Programming Interface) available on the Twitter platform. Where the tweet data will be labeled positive and negative to make it easier for the data to be processed. Retrieved tweets are tweets that include @FirstMediaCares as a keyword. Furthermore, the tweet data collected is divided into training data by 70% and test data by 30%. The results of the evaluation that serves to test the performance of the Naïve Bayes method in classifying tweets into positive and negative categories show the accuracy value obtained is 89.47%.

Keywords: *Twitter, tweet, Naïve Bayes, sentiment analysis, evaluation*