

ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP LAYANAN JARINGAN INTERNET INDIHOME MENGGUNAKAN CENTRALITY DAN NAÏVE BAYES CLASSIFIER

Shofi Mubarak
(180441100028)

Pembimbing I : Mula'ab, S.Si., M.Kom

Pembimbing II : Dr. Wahyudi Setiawan, S.Kom., M.Kom

ABSTRAK

Meningkatnya kebutuhan jaringan internet dalam mendukung mobilitas manusia membuat banyak bermunculan jasa penyedia layanan internet (*Internet Service Provider*), salah satunya adalah Indihome. Namun dalam pelaksanaannya, banyak sekali keluhan mengenai jaringan yang dirasakan oleh para pelanggan. Hal tersebut membuat banyak reaksi yang timbul dari pelanggan yang dituangkan dalam media sosial twitter. Reaksi tersebut diantaranya sentimen negatif berupa keluhan dan sentimen positif berupa kepuasan. Untuk mengetahui tulisan dalam twitter tersebut termasuk suatu sentimen positif atau negatif, dapat digunakan sebuah penelitian yakni analisis sentimen. Penelitian ini menggunakan *Naïve Bayes classifier* untuk mengklasifikasikan kategori sentimen serta memanfaatkan metode *degree centrality* untuk seleksi fiturnya. Namun sebelum di olah, *tweet* tersebut harus divalidasi oleh ahli bahasa dalam menentukan kelas sentimen. Data yang digunakan merupakan *tweet* yang diambil dengan teknik *crawling data* sebanyak 1.250 *tweet* untuk diproses melalui beberapa tahapan seperti *preprocessing data*, pembobotan TF-IDF, seleksi fitur, dan klasifikasi. Hasil evaluasi dari model klasifikasi *Naïve bayes classifier* menghasilkan nilai *accuracy*, *precision*, dan *recall* terbesar mencapai 85%, 92%, dan 87%. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma *Naïve bayes classifier* cukup baik dalam model pengklasifikasian data teks.

Kata kunci : *Analisis Sentimen, Indihome, Naïve Bayes, Data Mining, Centrality*

**SENTIMENT ANALYSIS OF TWITTER SOCIAL MEDIA USERS TO INDIHOME
INTERNET NETWORK SERVICES USING CENTRALITY
AND NAÏVE BAYES CLASSIFIER**

Shofi Mubarak
(180441100028)

Lecturer I : Mula'ab, S.Si., M.Kom

Lecturer II : Dr. Wahyudi Setiawan, S.Kom., M.Kom

ABSTRACT

The increasing need for internet networks to support human mobility has led to the emergence of many internet service providers, one of which is Indihome. But in practice, there are lots of complaints about the network that are felt by customers. This caused a lot of reactions from customers which were poured on Twitter social media. These reactions included negative sentiments in the form of complaints and positive sentiments in the form of satisfaction. To find out which posts on Twitter include a positive or negative sentiment, a study can be used, namely sentiment analysis. This study uses the Naïve Bayes classifier to classify sentiment categories and utilizes the degree centrality method for feature selection. But before being processed, the tweet must be validated by a linguist in determining the sentiment class. The data used are tweets taken by crawling data technique as many as 1,250 tweets to be processed through several stages such as data preprocessing, TF-IDF weighting, feature selection, and classification. The evaluation results of the Naïve Bayes classifier classification model yielded the highest accuracy, precision, and recall values reaching 85%, 92%, and 87%. This shows that the Naïve Bayes classifier algorithm is quite good at classifying text data models.

Keywords : Sentiment Analysis, Indihome, Naïve Bayes, Data Mining, Centrality