

ABSTRAK

Indihome saat ini mengalami permasalahan dalam jaringan sehingga tak sedikit yang menghidupkan respon dari orang-orang, lebih-lebih *user* media sosial yang terkenal dengan nama twitter. Responsif yang muncul tentu berupa *tweet* serta catatan personal pada komunikasi yang diketik oleh para penikmat atau *user* twitter. Dalam tulisan-tulisan yang dikirimkan, terdapat berbagai sentimen atau opini dari masyarakat, baik yang berupa opini positif maupun negatif, dapat digunakan sebuah sentimen. Namun, klasifikasi sentimen masyarakat pengguna twitter menjadi hal penting yang masih kurang di masyarakat. Dalam penelitian ini proses analisis sentimen menggunakan metode *tf-idf* untuk pembobotan kata atau fiturnya, metode *information gain* dalam seleksi fitur dan metode *naive bayes* guna mengklasifikasikan sentimen dari masyarakat. Sebelum dilakukan pengklasifikasian data, dilakukan terlebih dahulu pengumpulan data melalui teknik *crawling* data. Data hasil *crawling* akan di *preprocessing* untuk membersihkan data dan memperbaiki struktur data. Hasil dari penelitian ini memaparkan bahwa analisis sentimen negatif lebih banyak daripada sentimen positif untuk layanan *provider* indihome. Dalam model pengklasifikasian data teks dengan hasil tingkat akurasi, *precision*, dan *recall* tertinggi masing-masing sebesar 96.0%, 97.0%, dan 95.0%. Untuk tingkat rata-rata akurasi, *precision*, dan *recall* masing-masing sebesar 89.9%, 93.0%, dan 79.7%. Penelitian tersebut bisa menjawab sebuah informasi yang begitu rinci, tepat sasaran dan tentunya membawa khazanah untuk orang-orang perihal reaksi *user* twitter pada kualitas layanan *provider* indihome.

ABSTRACT

Indihome is currently experiencing problems in the network so that not a few have generated responses from people, especially social media users who are known as Twitter. Responsiveness that appears is of course in the form of tweets and personal notes on the communicant typed by connoisseurs or Twitter users. In the writings sent, there are various sentiments or opinions from the public, both positive and negative opinions, which can be used as a sentiment. However, the classification of public sentiment of Twitter users is an important thing that is still lacking in society. In this research, the sentiment analysis process uses the TF-IDF method for weighting words or features, the information gain method for feature selection and the Naive Bayes method for classifying public sentiment. Before classifying the data, data collection was carried out first through data crawling techniques. The crawled data will be preprocessed to clean the data and improve the data structure. The final of this study explained that there were more negative sentiment analysis than positive sentiment for indihome service providers. In the text data classification model with the results the highest levels of accuracy, precision, and recall were 96.0%, 97.0%, and 95.0%, respectively. The average levels of accuracy, precision and recall are 89.9%, 93.0% and 79.7%, respectively. This research can answer information that is so detailed, right on target and of course brings treasures to people regarding the reactions of Twitter users to the quality of Indihome service providers.