

KLASIFIKASI TEXT TWITTER MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES UNTUK ANALISA SENTIMEN PUBLIK PADA PT.GOJEK INDONESIA

SETYAJI WAHYU BASKARA

(Pembimbing : Affandy, M.Kom, Ph.D., Erika Devi Udayanti, S.Kom, M.CS)

Sistem Informasi - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 112201304925@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Twitter sebagai media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan pesan pendek (tweet) yang dapat diakses oleh publik. Sebagian tweet berisi tentang opini pengguna jasa maupun produk. Dengan jumlah pengguna yang cukup banyak, Twitter mampu digunakan media analisis bagi manajemen perusahaan untuk melihat respon pengguna terkait jasa atau produk mereka. PT. Gojek Indonesia sebagai salah satu pelopor moda transportasi online belum melakukan analisa terhadap opini publik pada media Twitter. Dengan melakukan analisa lebih lanjut terkait opini pengguna, pihak manajemen diharapkan mampu melakukan perbaikan pelayanan serta pencegahan masalah yang mungkin muncul. Penelitian ini membahas analisa sentimen agar mampu mengklasifikasikan tweet menjadi tweet dengan sentimen positif dan sentimen negatif. Klasifikasi dilakukan dengan algoritma Naive Bayes. Hasil eksperimen menunjukkan sistem mampu melakukan klasifikasi tweet dengan nilai rata-rata akurasi 93,77% dari tiga percobaan. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa algoritma Naive Bayes dapat digunakan untuk melakukan proses klasifikasi Text Twitter dengan tingkat akurasi yang baik.

Kata Kunci : text mining, opinion mining, analisis sentimen, gojek, twitter, naive bayes

**CLASSIFICATION OF TEXT TWITTER USING NAIVE BAYES
ALGORITHM FOR PUBLIC SENTIMENT ANALYSIS AT PT.GOJEK
INDONESIA**

SETYAJI WAHYU BASKARA

(Lecturer : Affandy, M.Kom, Ph.D., Erika Devi Udayanti, S.Kom, M.CS)

*Bachelor of Information System - S1, Faculty of Computer
Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 112201304925@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Twitter as a social media that has many users in Indonesia allows users to send short messages (tweet) that can be accessed by the public. Some tweets contain about the user's opinion of the service or product. With a considerable number of users, Twitter is able to use media analysis for enterprise management to see user responses related to their services or products. PT. Gojek Indonesia as one of the pioneers of online transportation has not done an analysis of public opinion on Twitter media. By conducting further analysis related to user opinion, management could improve their service and prevention of problems that may arise. This study discusses the development of opinion mining system or sentiment analysis in order to be able to classify tweets into tweets with positive sentiments and negative sentiments. Classification is done by Naive Bayes algorithm. The experiments results show that the system is able to classify tweets with average of accuracy 93,77% from 3 experiments. From these results can be concluded that the Naive Bayes algorithm can be used to perform the process of classification of Twitter Text with good results.

Keyword : text mining, opinion mining, sentiment analysis, gojek, twitter, naive bayes