

PENERAPAN METODE KLASIFIKASI NAÏVE BAYES UNTUK ANALISIS SENTIMEN TERHADAP PUBLIK FIGUR PADA TWITTER

ZHAFIRA AMAJIDA

(Pembimbing : Catur Supriyanto, S. Kom, M.CS)

Teknik Informatika - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 111201206981@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Publik figur juga adalah sosok yang diperhatikan dan segala sesuatu yang dilakukan tidak luput dari pandangan masyarakat baik itu positif maupun negatif. Kepopuleran publik figur pun tak lepas dari peran serta media online. Pada media online seperti twitter banyak opini yang diberikan masyarakat untuk publik figur sehingga hal ini dapat digunakan sebagai data untuk melakukan analisis sentimen. Analisis sentimen dalam penelitian disini adalah proses klasifikasi dokumen tekstual tentang opini publik terhadap publik figur yang dibagi ke dalam dua kelas, yaitu kelas sentimen positif dan negatif. Metode klasifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Naive Bayes Classifier. Proses diawali dengan preprocessing yang terdiri dari cleansing, tokenizing, dan stemming dan selanjutnya dilakukan proses klasifikasi Naïve Bayes. Pengujian dilakukan sebanyak tiga kali dengan besaran data testing 10%, 20%, 30% dari 400 data tweet pada WEKA dan memperlihatkan hasil bahwa tingkat akurasi terbaik pada pengujian kedua sebesar 80%. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya data dan atribut-atribut dalam data, semakin banyak vocabulary dan atribut yang merepresentasikan kelas opini maka nilai sentimen yang didapat akan semakin akurat.

Kata Kunci : analisis sentimen, Naïve Bayes, WEKA, publik figur, twitter

IMPLEMENTATION OF NAÏVE BAYES CLASSIFICATION METHOD FOR SENTIMENT ANALYSIS OF PUBLIC FIGURE ON TWITTER

ZHAFIRA AMAJIDA

(Lecturer : Catur Supriyanto, S. Kom, M.CS)

*Bachelor of Informatics Engineering - S1, Faculty of Computer
Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 111201206981@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Public figure also is the figure of attention and everything that was done was not spared from the public gaze either positive or negative. The popularity of public figures was not separated from the role of online media. In online media like twitter, a lot of people`s opinions are given to public figure so it can be used as data for analysis of sentiment. Sentiment analysis in this research is the process of classification of textual documents about public opinion against public figures who are divided into two classes, positive and negative sentiment. Classification methods used in this research is the Naive Bayes classifier. The process begins with preprocessing that consists of cleansing, tokenizing, stemming and then performed Naïve Bayes classification process. Testing is done as much as three times with the amount of data testing of 10%, 20%, 30% of the data 400 tweets on Weka and showed that the level of the best accuracy in the second test by 80%. It is influenced by the amount of data and attributes in the data, the more vocabulary, and attributes that represent the opinion class sentiment score obtained will be more accurate.

Keyword : sentiment analysis, Naïve Bayes, Weka, public figure, twitter