

DRAMA TV SENTIMENT ANALYSIS PADA SOSIAL MEDIA MENGUNAKAN NAIVE BAYES CLASSIFIER (NBC)

GANI MAULANA ILMIANTO

(Pembimbing : Heru Agus Santoso, Ph.D)

Teknik Informatika - S1, FIK, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 111201207181@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Salah satu fungsi dari sosial media adalah sebagai media promosi, kajian mengenai sosial media sebagai media advertensi adalah pokok persoalan yang baru yang belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat, akan tetapi telah digunakan oleh berbagai perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis. Kampanye advertensi tradisional telah diambil alih oleh sosial media baik dari perusahaan kecil ataupun besar. Hal ini menandakan bahwa advertensi komunikasi pemasaran pada sosial media saat ini adalah sangat berpengaruh pada bisnis. Penelitian ini berfokus pada tema drama televisi. Tujuan penelitian adalah untuk menentukan popularitas drama tv yang diambil dari sosial media, twitter. Salah satu metode text mining yang bisa digunakan untuk menyelesaikan masalah sentiment analysis adalah Naïve Bayes Classifier (NBC). Sumber data yang akan diproses adalah data mentah yang bersumber dari twitter yang berhubungan dengan drama televisi. Data sebelumnya akan melewati proses tokenisasi, penormalan teks, dan stop word. Kemudian diklasifikasikan ke dalam klasifikasi sentiment positif atau negatif. Dilanjutkan dengan penggunaan confusion matrix untuk mengukur akurasi, presisi, recall, dan f-measure. Data dibagi menjadi tiga judul drama televisi, *The Handmaid's Tale*, *House of Cards*, dan *Atypical* yang mana menghasilkan akurasi pada tiap proses yaitu 86%, 96.64%, dan 96%.

Kata Kunci : Drama TV, Sentiment Analysis, Naïve Bayes Classifier

TV DRAMA SENTIMENT ANALYSIS ON SOCIAL MEDIA USING NAIVE BAYES CLASSIFIER (NBC)

GANI MAULANA ILMIANTO

(Lecturer : Heru Agus Santoso, Ph.D)

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

www.dinus.ac.id

Email : 111201207181@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

One of the functions of social media is to promote, the study about social media as an advertising tool which is a recent issue that not yet been fully understood by people, but has been embraced by firms to enhance business growth. Traditional advertisement campaigns have been taken over by social media by both small and large firms. It was held in current marketing communication that social media advertising has influential to business. The study focused on television drama. The objective of the study was to determine popularity of television drama from social media, twitter. One of method in the text mining that can be used to solve sentiment analysis is Naïve Bayes Classifier (NBC). Data source that will be proceeding is raw data from twitter with theme, television drama. Before data can be processed into classification, data need to pass through tokenizing, case normalization, and stop-word. Then, data can be classified into positive and negative sentiment. The processed continued with confusion matrix to determine accuracy, precision, recall, and f-measure. Data testing separated into three television drama, The Handmaid's Tale, House of Cards, and Atypical which has result each respective accuracy process of 86%, 96.64%, and 96%.

Keyword : Television Drama, Sentiment Analysis, Naïve Bayes Classifier