

**ANALISIS SENTIMEN PENGGUNAAN APLIKASI *DATING ONLINE*  
MELALUI TWITTER MENGGUNAKAN METODE *NAÏVE BAYES*  
*CLASSIFIER* DAN *INFORMATION GAIN***

Oleh

Komang Wiweka Premana 1915091026

Program Studi Sistem Informasi

Jurusan Teknik Informatika

Fakultas Teknik dan Kejuruan

Universitas Pendidikan Ganesha

**ABSTRAK**

Dalam era digital yang semakin maju, penggunaan aplikasi semakin meluas di masyarakat, termasuk dalam mencari pasangan melalui *datingapp*. Namun, penggunaan aplikasi kencan *online* juga membawa dampak dan tantangan tersendiri. Artikel-artikel sebelumnya telah menunjukkan bahwa terdapat kasus penipuan dan risiko kehilangan uang dalam konteks kencan *online*. Meskipun demikian, minat masyarakat Indonesia terhadap penggunaan aplikasi kencan *online* tetap tinggi. Untuk menggali lebih dalam mengenai tanggapan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi kencan *online*, dengan melakukan analisis sentimen menggunakan algoritma *machine learning*. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen terhadap komentar-komentar yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi *dating online* melalui platform *Twitter* menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* (NBC) dengan pendekatan *Information Gain* (IG) sebagai seleksi fitur dan melakukan perbandingan dengan tanpa melakukan *information gain*. *Naïve Bayes Classifier* dipilih berdasarkan keunggulan metode tersebut dalam melakukan klasifikasi sentimen. Dataset yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *tweet* di *Twitter* yang berkaitan dengan aplikasi *dating online*. Metode NBC dipilih karena keunggulannya dalam klasifikasi sentimen. Pendekatan *Information Gain* digunakan sebagai menyeleksi fitur untuk memperoleh fitur yang paling informatif dan relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi NBC dan IG mampu melakukan analisis sentimen dengan tingkat akurasi sebesar 65%, *precision* 68%, dan *recall* 72%. Jika dibandingkan dengan penggunaan *Naïve Bayes Classifier* saja menunjukkan akurasi sebesar 52%, *precision* 51%, *recall* 51%. Dalam perbandingan dengan penggunaan *Naïve Bayes Classifier* saja, metode ini menghasilkan peningkatan akurasi sebesar 13%, serta *precision* dan *recall* yang lebih baik.

**Kata Kunci:** Analisis sentimen, Aplikasi *dating online*, *Information Gain*, *Naïve Bayes Classifier*, *Twitter*

**SENTIMENT ANALYSIS OF THE USE OF ONLINE DATING APPLICATIONS  
THROUGH TWITTER USING NAÏVE BAYES CLASSIFIER AND  
INFORMATION GAIN METHOD**

By

Komang Wiweka Premana 1915091026

*Information Systems Study Program*

*Informatics Engineering*

*Engineering and Vocational Faculty*

*Ganesha University of Education*

**ABSTRACT**

*In the increasingly advanced digital era, the use of applications is becoming more widespread in society, including finding partners through dating apps. However, the use of online dating applications also brings its own impacts and challenges. Previous articles have shown cases of fraud and the risk of financial loss in the context of online dating. Nevertheless, the interest of the Indonesian society in using online dating applications remains high. To delve deeper into the public's response to the use of online dating applications, a sentiment analysis is conducted using a machine learning algorithm. This research aims to perform sentiment analysis on comments related to the use of online dating applications through the Twitter platform, using the Naïve Bayes Classifier (NBC) method with the Information Gain (IG) approach for feature selection, and comparing it to the method without Information Gain. The Naïve Bayes Classifier is chosen due to its advantages in sentiment classification. The dataset used in this research consists of tweets on Twitter related to online dating applications. The NBC method is selected for its superiority in sentiment classification. The Information Gain approach is used to select features to obtain the most informative and relevant ones. The research results show that the combination of NBC and IG can perform sentiment analysis with an accuracy rate of 65%, precision of 68%, and recall of 72%. Compared to using Naïve Bayes Classifier alone, which shows an accuracy of 52%, precision of 51%, and recall of 51%, this method results in an increase in accuracy of 13%, as well as better precision and recall.*

**Keywords:** *Sentiment analysis, online dating apps, Information Gain, Naïve Bayes Classifier, Twitter*