

**ANALISIS SENTIMEN TERHADAP FIGUR POLITIK DI *TWITTER*
DENGAN MENGGUNAKAN METODE (*SUPPORT VECTOR MACHINE*)
SVM DAN *NAIVE BAYES***

Oleh

I Kadek Diksa Sukmadinta, NIM 1915101013

Jurusan Teknik Informatika

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi platform yang penting dalam mengevaluasi tanggapan masyarakat terhadap figur politik. Sentimen yang terkandung dalam *tweet* yang diterbitkan oleh pengguna *Twitter* dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana masyarakat menanggapi figur politik tersebut. Analisis sentimen dilakukan dengan mengumpulkan data *tweet* yang berhubungan dengan figur politik yang diteliti, kemudian mengevaluasi sentimen yang terkandung dalam teks tersebut, yaitu apakah opini tersebut Positif dan Negatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tweet* yang mengomentari tiga tokoh politik, yaitu Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, dan Anies Baswedan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen terhadap figur politik di media sosial *Twitter* dengan menggunakan metode *SVM* dan *Naive Bayes*. Data penelitian didapatkan melalui *crawling* data *Twitter* dan dilakukan proses *preprocessing*. Kemudian dilakukan klasifikasi sentimen menggunakan model *SVM* dan *Naive Bayes* dengan data sentimen 2 kelas yang di dapat dari *Github* sebagai acuan untuk klasifikasi sentimen. Dataset tokoh politik yang dilatih dengan metode *SVM* dengan rata-rata akurasi sebesar 73.03% dan metode *Naive Bayes* menghasilkan rata-rata akurasi sebesar 72.22% dengan kategori 2 kelas (Positif, Negatif). Hasil sentimen menunjukkan bahwa pada dataset Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto, memiliki jumlah sentimen Positif, Negatif, yang berbeda-beda. Tetapi dataset ganjar pranowo memiliki jumlah sentimen positif yang lebih baik dari pada dataset anies dan prabowo baik dari model *SVM* dan model *Naive Bayes* Yaitu 52.1% dan 63.7%.

Kata kunci: Analisis Sentimen, Media Sosial, *Twitter*, Figur Politik, Popularitas, Metode *Naive Bayes*, Metode *SVM*.

SENTIMENT ANALYSIS OF POLITICAL FIGURES ON TWITTER USING (SUPPORT VECTOR MACHINE) SVM AND NAIVE BAYES METHODS

By

I Kadek Diksa Sukmadinata, NIM 1915101013

Computer Science Major

ABSTRACT

Social media has become a crucial platform for evaluating public responses towards political figures. The sentiments contained in tweets published by Twitter users can provide insights into how the public perceives these political figures. Sentiment analysis is conducted by collecting tweet data related to the researched political figures and then evaluating the sentiments expressed in the texts, whether they are Positive or Negative opinions. The data used in this study consists of tweets commenting on three political figures, namely Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto, and Anies Baswedan. The objective of this research is to conduct sentiment analysis on political figures in Twitter's social media using the SVM and Naive Bayes methods. The research data is obtained through crawling Twitter data and undergoing preprocessing. Subsequently, sentiment classification is performed using SVM and Naive Bayes models with 2-class sentiment data obtained from Github as a reference for sentiment classification. The dataset of political figures trained with the SVM method achieves an average accuracy of 73.03%, while the Naive Bayes method results in an average accuracy of 72.22% with the 2-class (Positive, Negative) sentiment category. The sentiment analysis results show that the datasets for Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, and Prabowo Subianto have different numbers of Positive and Negative sentiments. However, the dataset for Ganjar Pranowo has a better number of positive sentiments compared to the datasets for Anies and Prabowo, both for the SVM and Naive Bayes models, with percentages of 52.1% and 63.7%, respectively.

Keywords: Sentiment Analysis, Social Media, Twitter, Political Figures, Popularity, Naive Bayes Method, SVM Method.