

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN UNTUK MENGUKUR *ENGAGEMENT* AKUN INSTAGRAM TELKOM UNIVERSITY

Oleh

APRILIA ARI WIDYASTUTI

NIM : 1202160098

Sosial media adalah teknologi yang menyediakan cara termudah dan murah untuk melakukan interaksi dan kolaborasi antar sesama pengguna. Instagram adalah salah satu sosial media yang menjadi pilihan untuk berbagi momen kepada pengguna lain melalui gambar dan video. Saat ini instagram versi bisnis banyak digunakan untuk instansi dan perusahaan. Instagram di klaim sebagai aplikasi yang mampu membantu meningkatkan awareness atas suatu produk atau layanan dari sebuah perusahaan atau instansi. Sedangkan respon pada instagram yang berupa komentar akan mengandung sentimen publik terhadap kiriman tersebut. Pada penelitian ini, Telkom University sebagai objek instansi pendidikan yang sudah menggunakan instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi tentang universitas telkom. Dengan banyaknya respon pada komentar yang ada pada setiap kiriman instagram telkom. Penelitian ini akan meneliti apakah analisis sentimen dapat digunakan untuk mengukur *engagement* akun instagram Telkom University. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan sentimen analisis, dengan metode atau algoritma klasifikasi naive bayes. Data yang digunakan adalah data hasil *web scraping* dari akun instagram Telkom University. Kemudian dilakukan sentimen analisis terhadap komentar, tahapan untuk melakukan sentimen analisis pada penelitian ini adalah data pre-processing, ekstraksi fitur, klasifikasi dan evaluasi. Model yang dihasilkan kemudian dilakukan uji akurasi, precision, recall dan f1-measure. Di dapatkan hasil akurasi 67.31%, precision 44.93%, recall 48.35% dan f1-measure 46.57%. Kemudian untuk melakukan perhitungan akurasi dimulai dengan melakukan pengkategorian terhadap setiap kiriman. Kemudian dilakukan

pengukuran *engagement* berdasarkan kategori kiriman dan per-kiriman. Sehingga didapat kategori infotelkomuniversity yang memiliki nilai *engagement* tertinggi dengan hasil 26.99%. Kemudian dilakukan analisis hubungan antara sentimen dengan hasil pengukuran *engagement* pada akun instagram Telkom University. Analisis sentimen komentar publik tidak berhubungan langsung dalam meningkatkan *engagement* dari akun instagram Telkom University. Akan tetapi, dengan hasil dari analisis sentimen komentar pada setiap kiriman akun instagram Telkom University, maka akan diketahui kiriman seperti apa yang paling banyak memiliki sentimen netral dan positif, dengan jumlah respon yang cukup besar.

Kata Kunci: Instagram, Telkom University, Analisis Sentimen, *Engagement*, Media Sosial, *Naïve Bayes*.