

Abstrak

Menjelang Pemilu para politisi atau tokoh publik banyak yang melakukan kampanye melalui media sosial. Kampanye melalui media sosial dinilai efektif dan hemat biaya karena ide dan gagasan dari politisi bisa langsung mendapatkan tanggapan dari masyarakat pengguna media sosial. Ide yang disampaikan dapat dijadikan sumber untuk menilai sentimen. Analisis sentimen yang dilakukan menggunakan metode klasifikasi *Naïve Bayes* karena *Naïve Bayes* mempunyai karakteristik menghitung probabilitas secara jelas dan memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Masalah yang dibahas dalam tugas akhir ini yaitu bagaimana analisis sentimen terhadap tokoh publik dan berapa tingkat akurasi yang dihasilkan oleh metode *Naïve Bayes*. Berdasarkan hasil eksperimen, didapatkan akurasi terbaik yaitu pada tokoh Lukman H Saifudin yaitu sebesar 98,66% dengan menggunakan skenario bigram 30% data testing. Pada tokoh Lukman H Saifudin sistem memprediksi nilai sentimen dari tokoh ini adalah 31% positif dan 69% netral, menunjukkan bahwa *tweet/opini* yang disampaikan tokoh Lukman H Saifudin memberi pengaruh positif dan netral untuk para pengikut akunya.

