

## ABSTRAK

Pada era modern saat ini, media sosial sangatlah erat dengan kehidupan masyarakat. Untuk setiap orangnya dapat memiliki hingga lebih dari 2 akun untuk setiap media media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, LINE, Path, dan lain sebagainya. Hal ini menjadikan media social sebagai penampung data terbesar opini dari masyarakat atau pengguna internet.

Untuk dapat mengambil data dan menarik kesimpulan nilai positif dan negatif dari suatu opini pada media sosial maka dilakukannya analisis sentimen. Penulis melakukan analisis sentimen pada kepuasan pengguna layanan operator telekomunikasi terhadap operator penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia seperti Tri, Simpati, IM3 Ooredoo dan XL Axiata dari masing-masing *official account* sendiri atau dengan menggunakan *keyword* yang berhubungan dengan operator penyedia layanan telekomunikasi di Indonesai seperti Tri, Simpati, IM3 Ooredoo dan XL Axiata. Dalam melakukan analisis, penulis menggunakan metode analisis *K-Nearest Neighbor* (K-NN) dengan TF-IDF serta penggunaan *Part-of-Speech* (POS) *Tagging*. Hasil penelitian ini didapatkan nilai rata-rata tingkat *Precision* 92,21%, *Recall* 93,74%, *F1-score* 92,20%, dan *Accuracy* 98,94%.

**Kata kunci:** Analisis Sentimen, K-Nearest Neighbor