

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP *ONLINE TRAVEL AGENCY* (OTA) PADA MEDIA SOSIAL *TWITTER* MENGGUNAKAN METODE *NAÏVE* *BAYES CLASSIFIER* (NBC)

(Studi kasus : Traveloka, Tiket.com, dan Pegipegi)

Oleh

NABILA TENZELLYANI

NIM : 1202164037

Pada saat ini media sosial sedang populer dikalangan masyarakat untuk digunakan sebagai media komunikasi. Salah satu contoh media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini yaitu *Twitter*. Dengan menggunakan *Twitter*, masyarakat mendapat beragam informasi serta masyarakat juga dapat mengutarakan kesan dan pendapatnya. Pendapat yang diutarakan dapat bersifat positif, netral ataupun negatif. Dari informasi serta pendapat tersebut terdapat data yang dapat diolah menjadi analisis sentimen. Penelitian ini bertujuan untuk membuat suatu analisis sentimen masyarakat yang berupa sentimen positif, netral atau negatif dengan metode yang digunakan adalah *Naïve Bayes Classifier (NBC)* dengan mengambil data *Online Travel Agency (OTA)* meliputi Traveloka, Tiket.com, dan Pegipegi. Pada penelitian ini proses yang dilakukan yaitu melakukan pengumpulan data dengan *crawling data*, setelah itu *text preprocessing*, memisahkan data *testing* serta data *training* dan melakukan klasifikasi dengan algoritma *Naive Bayes*. Penelitian ini menggunakan proses secara otomatis mulai dari proses pengumpulan data sampai dengan proses didapatkannya hasil sentimen. Pada penelitian ini didapatkan hasil nilai akurasi sebesar 79,5%.

Kata Kunci: *Twitter, Naïve Bayes Classifier (NBC), Online Travel Agency (OTA)*