

ABSTRAK

MODEL PREDIKSI *RATING* IKLAN TELEVISI DENGAN MENGUNAKAN ALGORITMA *DECISION TREE*

Oleh

DARA SHAVIRA

1202160124

Kemajuan teknologi saat ini sangat memudahkan masyarakat untuk menonton acara – acara yang ada di televisi setiap hari. Televisi merupakan media yang paling diminati oleh publik, sebab televisi memiliki tiga kekuatan yaitu gambar, suara, dan frekuensi publik. Acara televisi pastinya memiliki jeda di setiap tayangan yang biasa disebut sebagai iklan. Iklan menjadi sebuah informasi yang berbentuk produk atau jasa yang disebarakan melalui beberapa media oleh produsen kepada konsumen. Saat ini iklan tidak hanya ada pada saat jeda atau *segmen* suatu acara. Iklan tersebut bisa muncul pada saat acara sedang berlangsung atau tayang. Acara televisi sangat berkaitan dengan *rating*. Apabila acara tersebut memiliki *rating* yang tinggi bisa jadi perolehan *rating* pada iklan tersebut juga tinggi. Agar para pengiklan dapat mengetahui prediksi *rating* untuk kedepannya dan bisa menentukan tempat yang tepat untuk beriklan, dilakukan penelitian ini dengan menggunakan teknik *data mining*. Metode yang digunakan untuk dapat mengumpulkan data dan memprediksinya dengan menggunakan algoritma *decision tree*. Data yang diuji menghasilkan nilai akurasi berdasarkan *cross validation* yang kemudian dijabarkan dengan *confussion matrix*. Akurasi yang didapat yaitu dengan nilai $K=3$ sebesar 98,1% yang kemudian dijabarkan dengan *confussion matrix* menghasilkan keluaran yaitu, *Precision*=99%, *Recall*=96%, dan *F1-score*=97%.

Kata kunci : *data mining, prediksi, rating iklan televisi, decision tree.*