

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK NOKIA PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE MENGGUNAKAN *METODE SUPPORT VECTOR MACHINE*

Oleh

DEFNY YUTAMA ALFINDA LEWENUSSA

NIM : 1201264157

Youtube adalah salah satu media sosial yang sangat populer dikalangan masyarakat. Video pada Youtube memiliki segi positif dan negatif. Video yang pengguna lihat dapat memberi tanggapan tentang video tersebut dalam bentuk opini berupa komentar baik maupun buruk. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah *channel* Youtube milik Nokia sebagai bahan analisis sentimen. Analisis Sentimen merupakan bagian dari *opinion mining* digunakan untuk mengolah berbagai macam opini yang telah diberikan oleh masyarakat tersebut untuk sebuah produk, jasa maupun sebuah instansi. Proses pengelompokan sentimen dimulai dari *preprocessing* hingga pembuatan model dengan metode *Support Vector Machine*. Pada tahap implementasi, dilakukan perancangan seperti apa hasil visualisasi analisis sentimen yang hendak dibuat. Dalam *preprocessing*, data mentah yang berisi komentar, akan di lakukan *Translate, Emoticon Remove, Lower Text, Delete Punctuation, Stopword Removal, Frequently Word Remove, Rare Word Remove, Stemming, Lemmatized, dan Automatic Labelling*. Sesudah melakukan *preprocessing* selanjutnya adalah melakukan pembobotan TF-IDF, dan untuk melihat hasil dari *Confusion Matrix* menggunakan *Support Vector Machine* dengan kernel linear. Analisis sentimen yang didapatkan pada penelitian ini didapatkan menunjukkan bahwa pengguna Youtube pada *channel* milik Nokia banyak memberikan komentar positif diartikan menerima akan produk Nokia. Pada penelitian ini memberikan hasil *accuracy* sebesar 92% dan yang diperoleh dari hasil data *testing*.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Nokia, Support Vector Machine, Youtube.