

ABSTRAK

Zaman yang semakin maju membuat teknologi juga ikut berkembang secara pesat, salah satunya merupakan teknologi *Home Automation* yang memanfaatkan *IoT (Internet of Things)*. Teknologi *home automation* masih tergolong sangat baru di Indonesia. Teknologi ini pertama kali diperkenalkan secara resmi di Indonesia pada 28 Februari 2020 seiring dengan pertama kali di rilisnya produk Google Nest Smart Speaker. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kesadaran akan keberadaan teknologi *home automation* pada pengguna platform *Youtube*.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif berdasarkan data. Penelitian ini memperoleh data dengan melakukan *scrapping* data pada platform *Youtube* dengan menggunakan software *Youtube Scraper*. Data yang diolah pada penelitian ini adalah komentar pada video yang melakukan review produk Google Nest Mini. Pengambilan data dilakukan selama periode satu bulan yaitu sejak tanggal 1 Januari 2021 sampai 1 Februari 2021. Data yang telah didapatkan akan diolah menggunakan analisis sentimen dan *topic modelling* menggunakan Python (Orange).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa teknologi *Home Automation* melalui produk Google Nest Mini mendapatkan respon positif dari pengguna *Youtube* dan jika dilihat dari segi *awareness* berada pada kategori *Brand Recognition*. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk referensi penelitian akademis dalam hal *brand awareness* dan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang bergerak pada industri produk *home automation* khususnya Google dalam peningkatan pemasaran dan juga pengembangan produk.

Kata Kunci: *Home Automation, Smart Home, Brand Awareness, Sentiment Analysis, Topic Modelling, User Generated Content, Google Nest Mini, Youtube*