

## ABSTRAK

Sepak bola adalah olah raga yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Selama pandemi *Covid-19*, beberapa turnamen sepak bola mengalami penundaan. Sebagian besar masyarakat Indonesia tidak setuju dengan penundaan tersebut. Saat kejuaraan *AFF Suzuki Cup* akhirnya dilaksanakan, antusiasme masyarakat Indonesia terhadap turnamen tersebut sangat tinggi. Topik mengenai tim nasional dan kejuaraan ini menjadi trending di beberapa media sosial salah satunya *Twitter*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi suporter tim nasional terhadap tim nasional. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui sentimen, topik pembicaraan keseluruhan, topik pembicaraan bersentimen positif dan negatif pengguna *Twitter* terhadap Tim Nasional Indonesia di kejuaraan *AFF Suzuki Cup 2020*.

Penelitian ini menggunakan algoritma *naive bayes* untuk melakukan klasifikasi. Algoritma *naive bayes* digunakan dikarenakan mempunyai tingkat akurasi yang tinggi dalam melakukan klasifikasi. Penelitian *topic modelling* dilakukan dengan menggunakan *Latent Dirichlet Allocation (LDA)* yang dapat digunakan untuk mencari tahu kata/topik apa saja yang paling sering muncul dalam sebuah dokumen. Penelitian ini menggunakan software *Rstudio* dan *Rapid Miner*.

Terdapat 10.000 ulasan yang terkumpul pada waktu yang telah ditentukan untuk dilakukan penelitian. Data yang digunakan untuk dataset serbanyak 1247 *tweet* dengan pembagian 70% untuk data latih dan 30% untuk data uji. Hasil yang diperoleh pada metode *naive bayes* mendapatkan hasil sentimen positif sebesar 62% dan 38% memiliki sentimen negatif. Hasil tersebut menggambarkan bahwa secara keseluruhan hasil *tweet* yang mengenai tim nasional Indonesia di ajang *AFF Suzuki Cup 2020* adalah positif. Topik yang paling banyak dibicarakan adalah topik mengenai pelatih, pemain dan ketua PSSI.

Penelitian ini diharapkan PSSI dapat mengetahui persepsi konsumen terhadap tim nasional sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan evaluasi.

**Kata kunci:** Analisis Sentimen, *Naive Bayes*, Persepsi Konsumen, *Topic Modeling*, *Twitter*.