

ABSTRAK

Perkembangan media sosial yang cukup pesat hingga saat ini memungkinkan siapapun dapat menyebarkan informasi dengan cepat pula. Di pasar global yang semakin terhubung, sentimen suatu berita terhadap perusahaan tidak hanya menunjukkan kinerja pasar itu sendiri, tetapi juga dapat dikaitkan dengan pergerakan pasar yang lebih luas. Hal ini dapat menjadi tantangan sekaligus dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan yang akan diambil oleh investor dalam berinvestasi. Para investor dituntut untuk dapat mengambil suatu keputusan dengan tepat dalam berinvestasi guna untuk memaksimalkan profit. Sehingga, segala informasi terkait investasi dibutuhkan untuk membantu investor dalam pengambilan keputusan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sentimen yang terbentuk dari suatu berita, melihat pergerakan pasarnya, serta melihat korelasi yang terbentuk antara sentimen berita dan harga saham berdasarkan jaringan *co-occurrence*. Dalam memahami sentimen berita dari 22 perusahaan pada portal berita CNN untuk jangka waktu 6 tahun, metode yang digunakan yaitu *sentiment analysis* dan *network analysis*. Kemudian, melakukan uji korelasi *rank spearman*.

Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa sentimen yang telah terbentuk pada berita paling banyak di dominasi oleh sentimen positif, dengan presentase sentimen positif terbanyak dimiliki oleh perusahaan Amazon, serta perusahaan dengan presentase sentimen positif terkecil dimiliki oleh perusahaan General Motors. Kemudian, untuk korelasi antara sentimen berita dan pergerakan harga saham pada periode 2016 - 2022 dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa dari 22 perusahaan yang menjadi objek penelitian, 11 perusahaan memiliki korelasi yang diabaikan atau kurang, 10 perusahaan memiliki korelasi yang lemah, dan 1 perusahaan memiliki korelasi yang sedang.

Kata kunci: analisis sentimen, *network analysis*, jaringan *co-occurrence*, korelasi *rank spearman*