

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi ruang publik digital di mana publik bisa berpartisipasi secara aktif untuk mengekspresikan opini publik terkait berbagai isu, salah satunya isu yang tengah diperbincangkan di media sosial saat ini adalah kebijakan penggunaan *face recognition technology* yang diterapkan oleh PT Kereta Api Indonesia (PT. KAI). Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan respons publik dengan melihat sentimen umum opini publik, gambaran perubahan sentimen opini publik, dan topik pembahasan dalam sentimen publik terhadap kebijakan penggunaan *face recognition technology* oleh PT. KAI (Persero). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data analisis isi teks.

Data diperoleh dari media sosial Twitter dengan teknik *crawling data* dan didapatkan sebanyak 516 *tweets* dari pengguna media sosial Twitter (X) yang melakukan interaksi dengan mengunggah *tweet* berkaitan dengan kebijakan *face recognition technology* oleh PT. KAI (Persero). Hasil dari penelitian ini menunjukkan gambaran sentimen publik terhadap kebijakan penggunaan *face recognition technology* oleh PT. KAI didominasi oleh sentimen negatif sebesar 35.5% yang menunjukkan masyarakat yang belum siap akan hadirnya *face recognition technology* pada proses *boarding* kereta api. Ditemukan juga perubahan sentimen yang awalnya didominasi sentimen positif berubah menjadi netral lalu diakhiri dengan dominasi sentimen negatif. Terdapat 10 topik pembahasan berdasarkan hasil *topic modelling*.

Kata Kunci: Media Sosial, Analisis Sentimen, Opini Publik, *Topic Modelling*, *Naïve Bayes Classifier*