

## ABSTRAK

Anggraeni, Yulita Dwi. 2021. *Pengembangan Sentiment Analysis System Menggunakan Naive Bayes (Studi Kasus Facebook Daihatsu Indonesia)*.

Pembimbing : Daniel Rudiaman Sijabat, ST., M.Kom.

Kata Kunci : *Naive Bayes Classifier, Sentiment Analysis, Facebook, Bahasa Indonesia, Confusion Matrix.*

Perkembangan media sosial semakin pesat. Berdasarkan studi dan riset data “We Are Social” pada tahun 2020, pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai 160 juta orang. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah Facebook. Hal tersebut dimanfaatkan oleh banyak perusahaan di Indonesia seperti Daihatsu sebagai media untuk meningkatkan citra perusahaan. Facebook Page belum dapat mengetahui seberapa besar sentimen pengguna (pro atau kontra) dari komentar positif atau negatif secara otomatis, sehingga sentimen pengguna melalui Facebook Page belum bisa diketahui. Perlunya penelitian terhadap komentar pada status Facebook Page Daihatsu untuk mengetahui dukungan pengguna Facebook dan tracking citra perusahaan. Studi yang dapat dilakukan untuk mendapatkan hasil tersebut adalah analisis sentimen. Data yang digunakan berjumlah 420 komentar terdiri dari 270 data latih dan 150 data uji. Pengklasifikasian menggunakan metode Naïve Bayes yang dikategorikan ke dalam tiga kelas: positif, netral, dan negatif. Hasil klasifikasi pada data uji menunjukkan algoritma Naïve Bayes memberikan nilai akurasi sebesar 98%. Untuk nilai akurasi setiap sentimennya yaitu 100% untuk sentimen positif, 100% untuk sentimen netral, dan 94% untuk sentimen negatif.

## ABSTRACT

Anggraeni, Yulita Dwi. 2021. Development of *Sentiment Analysis System Using Naive Bayes* (Case Study of Facebook Daihatsu Indonesia).  
Supervisor : Daniel Rudiaman Sijabat, ST., M.Kom.

Keywords: *Naive Bayes Classifier*, Sentiment Analysis, *Facebook*, Confusion Matrix.

The development of social media is growing rapidly. Based on the study and research data "We Are Social" in 2020, social media users in Indonesia have reached 160 million people. One of the social media that is often used is Facebook. So that it is used by many companies in Indonesia such as Daihatsu as a medium to improve the company's image. However, the Facebook Page has not been able to find out how much user sentiment (pro or con) from comments both positive and negative automatically, thus how much user sentiment through the Facebook Page cannot be known. Therefore, there is a need for research on comments on Daihatsu's Facebook page status to find out Facebook user support and company image tracking. A study that can be done to obtain these results is to conduct a sentiment analysis. The data used are 420 comments consisting of 270 training data and 150 test data. The classification uses the Naïve Bayes method which is categorized into three positive, neutral and negative classes. From the classification results on the test data, it shows that the Naïve Bayes algorithm provides an accuracy value of 98%. The accuracy value of each sentiment is 100% for positive sentiment, 100% for neutral sentiment and 94% for negative sentiment