

ABSTRAK

SENTIMENT ANALYSIS UNTUK MENGETAHUI PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP SENTIMEN PUBLIK DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE (STUDI KASUS: KFC SALTED EGG CHICKEN)

Oleh

FRANSISKA JESINTA PINEM

1202144218

Celebrity endorsement merupakan sebuah fenomena di mana suatu perusahaan mengiklankan produknya dengan menggunakan jasa selebriti, di mana selebriti tersebut memanfaatkan popularitasnya untuk mempromosikan sebuah brand atau produk dari perusahaan tersebut. Pada penelitian ini, KFC melakukan *celebrity endorsement* untuk mempopulerkan menu tersebut. KFC memilih untuk bekerja sama dengan Raditya Dika untuk mempromosikan menu terbaru mereka, yaitu KFC *Salted Egg Chicken*. Penelitian ini akan meneliti apakah pada kasus tersebut terdapat perubahan sentimen masyarakat terhadap produk setelah dilakukannya *celebrity endorsement*. Hal tersebut dapat dilakukan dengan *Sentiment analysis*. Metode atau algoritma yang digunakan pada penelitian ini adalah *Support Vector Machine*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data komentar mengenai KFC *Salted Egg Chicken* dari Youtube dan *tweet* dari Twitter. Tahapan dalam melakukan *sentiment analysis* dalam penelitian ini adalah *preprocessing* teks, ekstraksi fitur, klasifikasi, dan evaluasi. Model yang dihasilkan diuji dan dievaluasi dengan melihat nilai akurasi, *presisi*, *recall*, dan *f1-measure*. Pengujian ini menghasilkan akurasi 67,83%, *precision* 69%, *recall* 68%, dan *f1-measure* 66% pada periode sebelum *endorsement*; dan akurasi 74.06%, *precision* 74%, *recall* 74%, dan *f1-measure* 74% pada periode sesudah *endorsement*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perubahan pada sentimen masyarakat dari netral menjadi negatif mengenai produk tersebut setelah dilakukannya *celebrity endorsement*.

Kata kunci: *sentiment analysis, celebrity endorsement, social media, support vector machine*