

ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA DOMPET DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN PERBANDINGAN ALGORITMA KLASIFIKASI (STUDI KASUS LINKAJA)

Oleh

AYU FITRIANI

NIM : 1202164072

Uang elektronik merupakan salah satu inovasi pembayaran yang muncul dari dampak perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sejak 14 Agustus 2014, Bank Indonesia mencanangkan GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang membuat sebagian masyarakat di Indonesia melakukan transaksi secara *online* dengan teknologi elektronik dan menjadi salah satu penyebab banyaknya bisnis perusahaan rintisan yang mengembangkan inovasi produk dibidang jasa keuangan dengan sebutan *Fintech* (*Financial Technology*). Salah satu *Fintech* yang saat ini populer di Indonesia yaitu dompet digital atau *e-wallet* diantaranya Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, LinkAja sebagai produk *fintech* terpopuler ke-empat di Indonesia menggunakan twitter sebagai salah satu akun *customer service* yang dapat dijangkau dengan mudah oleh penggunanya. Dengan twitter menjadi akun *customer service* dari LinkAja menjadikan pengguna twitter dapat memberikan banyak opini atau *respons* di *platform* tersebut. LinkAja dijadikan objek penelitian karena berdasarkan riset *Daily Social* mengatakan produk tersebut mengalami penurunan pengguna aktif pada tahun 2019 yang artinya ia memiliki masalah yang harus di analisis. Penelitian ini akan meneliti apakah analisis sentimen dapat digunakan untuk mengetahui kemungkinan masalah yang sedang dihadapi oleh LinkAja dan mengetahui *respons* pengguna twitter terhadap produk tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan analisis sentimen yang membandingkan tiga metode klasifikasi yaitu *Naïve Bayes*,

Decision Tree (C4.5), dan K-NN (*K-Nearest Neighbor*). Adapun analisis sentimen dilakukan dengan cara *preprocessing*, *processing*, klasifikasi dan evaluasi. Dari hasil perbandingan tersebut didapatkan hasil akurasi metode K-NN lebih unggul dibandingkan metode *Naïve Bayes* dan *Decision Tree* (C4.5). Hasil yang didapatkan dari perbandingan ketiga algoritma tersebut adalah akurasi tertinggi algoritma *Naïve Bayes* didapatkan menggunakan fitur ekstraksi *Term Frequency* dengan hasil 60,55%, presisi (*specificity*) 54.56%, *recall* (*sensitify*) 58.50% dan *F1-Measure* sebesar 55.01%. Akurasi tertinggi algoritma *Decision Tree* (C4.5) didapatkan menggunakan fitur ekstraksi *Term Occurrences* dan *Binary Term Occurrences* dengan hasil sama yaitu 68.49%, presisi (*specificity*) 54.30%, *recall* (*sensitify*) 43.27% dan *F1-Measure* sebesar 41.85%. Akurasi tertinggi algoritma K-NN didapatkan menggunakan fitur ekstraksi TF-IDF dengan hasil 73.45%, presisi (*specificity*) 63.79%, *recall* (*Sensitify*) 63.32%, dan *F1-Measure* sebesar 63.53%. Adapun pada penelitian ini, pengguna twitter cenderung merespon dengan komentar *negative* yang berisi keluhan, komplain, komentar menuntut, dan ketidaknyamanan pengguna twitter terhadap produk LinkAja.

Kata kunci: Analisis Sentimen, Twitter, Klasifikasi, *E-wallet*, LinkAja.