ABSTRAK

ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK NOKIA PADA *SOCIAL MEDIA* YOUTUBE MENGGUNAKAN METODE *K-NEAREST NEIGHBORS*

Oleh

IRENE IRAWATY

NIM : 1202160043

Youtube adalah salah satu media sosial yang populer dan kepopuleran Youtube dimanfaatkan beberapa perusahaan, salah satunya perusahaan Nokia dalam memasarkan produknya, baik dalam bentuk iklan maupun video. Nokia adalah perusahaan ponsel yang sempat jatuh ditahun 2013 karena ketidakmauan mengikuti trend sistem operasi pada saat itu. Nokia terus bangkit dan meluncurkan produk terbarunya yang semakin canggih. Dalam melihat dan menyimpulkan pendapat masyarakat terhadap bangkitnya kembali perusahaan Nokia, penelitian ini akan mengklasifikasikan opini yang diberikan masyarakat terhadap produk-produk Nokia melalui komentar yang ada pada video-video produk Nokia di Youtube menggunakan metode *K-Nearest Neighbors*. Pengumpulan komentar dilakukan dengan cara *scraping*. Komentar yang sudah didapatkan akan diolah melalui tahapan *preprocessing* yaitu *translate* data, *emoction remove*, *case folding*, *cleansing*, *stop word remove*, *frequently word remove*, *rare word remove*, *stemming* dan *lemmatizing*. *Dataset* berjumlah 2000 komentar akan dipisahkan menjadi data *training* dan data *testing* dengan rasio 80:20, sehingga 1600 untuk data *training* dan 400 untuk data *testing*. Pembobotan untuk setiap kata dalam penelitian ini menggunakan metode TF-IDF. Pengklasifikasian komentar positif dan negatif dilakukan dengan menggunakan metode *K-Nearest Neighbors* dengan nilai k=5. Pengklasifikasian menghasilkan 397 sentimen positif dan 3 sentimen negatif. Untuk mengevaluasi hasil performa dari *K-Nearest Neighbors* penelitian ini menggunakan *Confusion Matrix* untuk mendapatkan nilai *accuracy*, *precision*, *recall*, *dan F-1 Score*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komentar masyarakat terhadap produk Nokia lebih dominan bernilai positif. Penelitian mendapatkan nilai *accuracy* 91.25%, *precision* 92%, *recall* 91.25%, dan *f1-score* 87.7%.

Kata Kunci: youtube, nokia, *K-Nearest Neighbors*, analisis sentimen