

## ABSTRAKT

Pada zaman serba canggih dan instan, masyarakat diberikan teknologi yang dapat membantu dalam aktivitas yang dilakukannya. Teknologi yang sekarang dipakai masyarakat dimana-mana yaitu internet. Internet sendiri disediakan oleh *Internet Service Provider* (ISP) atau Penyedia Jasa Internet. *Internet Service Provider* membuat masyarakat menjadi lebih mudah untuk mengakses internet yang sudah tersedia di berbagai daerah di Indonesia. Berdasarkan data yang diambil oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa XYZ menjadi provider internet yang paling banyak digunakan di Indonesia. Akan tetapi, pengguna XYZ merupakan salah satu kelompok yang paling aktif dalam mengajukan keluhan dan menyampaikan keluhan melalui media sosial Twitter. Oleh karena itu, XYZ perlu menjaga kualitas layanan mereka untuk mempertahankan loyalitas pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sentimen pengguna terhadap kualitas layanan XYZ berdasarkan dimensi kualitas layanan ISP, sentimen positif, dan sentimen negatif serta untuk mengetahui topik apa saja yang terbentuk pada masing-masing dimensi kualitas layanan ISP untuk mengukur kualitas layanan XYZ.

Data yang dikumpulkan didapat dari sumber data penelitian ini yaitu *user generated content* XYZ yang dibuat melalui media sosial Twitter. Teknik pengambilan data dilakukan dengan *crawling tweets review* pengguna yang mengandung kata kunci “@XYZCare” dengan rentang waktu 17 Desember 2022 sampai dengan 17 Mei 2023. Setelah data diperoleh, data memasuki tahap klasifikasi berdasarkan dimensi kualitas layanan ISP dengan menggunakan algoritma Naive Bayes dan data akan dianalisis dengan metode *sentiment analysis* menggunakan algoritma Naive Bayes dan *topic modelling* menggunakan algoritma *Latent Dirichlet Allocation*.

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan kualitas layanan ISP XYZ sebagian besar negatif pada dimensi *Customer Service* dan *Network Quality*, sedangkan pada dimensi *Information Quality* dan *Privacy and Security* cukup positif serta topik dan kata-kata pada dimensi *Customer Service* dan *Network Quality* juga sebagian besar negatif dan dimensi *Information Quality* dan *Privacy and Security* juga menunjukkan respon yang cukup positif.

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh XYZ sebagai evaluasi kualitas layanan terutama pada dimensi kualitas layanan ISP agar dapat meningkatnya persepsi dan juga loyalitas pengguna.

Kata Kunci: *Internet Service Provider*, kualitas layanan ISP, *sentiment analysis*, *topic modelling*