

ABSTRAK

Jersey sepak bola timnas Indonesia merupakan pakaian yang dikenakan timnas Indonesia saat bermain sepak bola. Pada awal tahun 2024, PSSI merilis *jersey* timnas terbaru dengan menggandeng Erspo sebagai *apparel*, yang memicu beragam reaksi publik di media sosial, khususnya pada media sosial “X”. Banyak anggapan positif dengan menyebut desain yang simpel dan bahan *jersey* yang lebih bagus dari versi sebelumnya, lalu untuk anggapan negatif seperti desain yang tidak menarik, logo mengelupas, dan mirip *jersey* negara lain. Oleh karena itu, diperlukan analisis sentimen untuk menganalisis reaksi dan perdebatan yang muncul mengenai *jersey* timnas Indonesia 2024 ini. Analisis sentimen dilakukan dengan menggunakan metode *Naïve Bayes* untuk mengidentifikasi sentimen masyarakat yang terbagi menjadi positif dan negatif. Menggunakan perbandingan data latih dan data uji 75:25 didapatkan hasil analisis *Naïve Bayes* mengklasifikasikan sentimen dengan akurasi 86% dari total 2.283 tweet, sebanyak 1175 kelas negatif dan 470 kelas positif. Hal ini menunjukkan opini masyarakat pada “X” cenderung negatif dikarenakan ketidakpuasan terhadap desain, kualitas, dan aspek lainnya. Hasil dari analisis sentimen ini bagi yaitu sebagai pertimbangan untuk pembelian *jersey* timnas. Lalu bagi Erspo dan perusahaan *apparel* lainnya seperti Nike, Riors, atau Mills bisa menjadi sebagai referensi untuk memahami respon masyarakat tentang *jersey* yang Erspo buat dan sebagai pertimbangan untuk pembuatan *jersey* selanjutnya.

Kata kunci: analisis sentimen, *Naïve Bayes*, *jersey* timnas Indonesia