

## ABSTRAK

### ANALISIS SENTIMEN MODERASI BERAGAMA PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DENGAN ALGORITMA NAÏVE BAYES

Oleh :

**Fathima Umar**

**1187050030**

Topik Moderasi Beragama mengundang beragam respon dari masyarakat Indonesia, baik itu positif maupun negatif. Dari banyaknya respon ini dibutuhkan pengumpulan informasi terhadap kecenderungan tanggapan masyarakat agar selanjutnya dapat dijadikan acuan dalam mengambil suatu keputusan, oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan analisis sentimen terhadap Moderasi Beragama dengan sumber data Twitter dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dan mengganti tahapan-tahapan yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan bantuan *tools* baru seperti pada proses pelabelan data menggunakan *Textblob*, dan pada proses pengambilan data dengan menggunakan *Netlytic*. Pengujian dilakukan sebanyak empat kali dengan masing-masing rasio data uji: data latih yakni 90:10, 80:20, 70:30, dan 60:40. Data yang digunakan adalah *tweet* dengan kata kunci Moderasi dan Beragama Menggunakan 2705 data, dengan 2220 data berlabel positif dan 481 data berlabel negatif. Berdasarkan hasil perhitungan analisis sentimen dengan Algoritma *Naïve Bayes* pada penelitian ini didapati bahwa *tweet* dengan label positif berjumlah 82,2% sementara *tweet* dengan label negatif berjumlah 17,8%. dengan rata-rata akurasi yang diperoleh mencapai 95,5%, nilai *precision* 91,25%, nilai *recall* 93,75%, dan *f1-score* 92,5%, oleh karena itu disimpulkan kecenderungan mayoritas masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial *Twitter* memiliki opini positif terhadap topik Moderasi Beragama.

**Kata Kunci** : Analisis Sentimen, *Naïve Bayes*, Moderasi Beragama

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF RELIGIOUS MODERATION SENTIMENT ON TWITTER SOCIAL MEDIA WITH NAÏVE BAYES ALGORITHM**

**By :**

**Fathima Umar**

**1187050030**

*The topic of Religious Moderation invites various responses from the Indonesian people, both positive and negative. From this many responses, it is necessary to collect information on the trend of public responses so that it can then be used as a reference in making a decision, therefore in this study a sentiment analysis on Religious Moderation was carried out with Twitter data sources using the Naïve Bayes algorithm and replacing the previous stages. manually with the help of new tools such as in the data labeling process using Textblob, and in the data retrieval process using Netlytic. The test was carried out four times with each ratio of test data: training data 90:10, 80:20, 70:30, and 60:40. The data used are tweets with the keywords Moderation and Variety. Using 2705 data, with 2220 data labeled positive and 481 data labeled negative. Based on the results of the calculation of sentiment analysis with the Naïve Bayes Algorithm in this study, it was found that tweets with positive labels amounted to 82.2% while tweets with negative labels amounted to 17.8%. with the average accuracy obtained reaching 95.5%, precision value 91.25%, recall value 93.75%, and f1-score 92.5%, therefore it is concluded that the tendency of the majority of Indonesian people who use social media Twitter has positive opinion on the topic of Religious Moderation.*

**Keywords :** *Sentiment Analysis, Naïve Bayes, Religious Moderation*