

## ABSTRAK

Nama : Nady Febrilianto  
NIM : 41518010046  
Pembimbing TA : Leonard Goeirmanto, Dr.,ST,M.Se  
Judul : Perbandingan Analisis Sentimen Terhadap 2 Jasa Ekspedisi Di Indonesia Dari Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Dan KNN (K-Nearest-Neighbor)

Pandemi *Virus Corona (Covid-19)* telah mendorong peningkatan pesanan *e-commerce*. perkembangan *teknologi* dan *system* informasi yang banyak mendukung proses bisnis, maka dari itu dibutuhkan pengelolaan data transaksi yang semakin cepat pula. Beberapa mekanisme transaksi yang sekarang banyak dipergunakan antara lain adalah *internet online payment*, *smart card*, *radio frequency identification (RFID)*, *mobile payment*, dan lain-lain. Peningkatan belanja digital terjadi karena masyarakat lebih memilih untuk membeli kebutuhannya secara online, hal ini sejalan dengan penerapan kebijakan pemerintah untuk bekerja dari rumah atau *Work From Home (WFH)* dan sekolah dari rumah. Semakin majunya *ecommerce* di Indonesia berdampak meledaknya jumlah pengguna jasa pengiriman. *Ecommerce* di Indonesia sangat berperan penting dalam pengguna jasa pengiriman. Jasa ekspedisi mampu mengantarkan ke daerah, domestik maupun luar negeri, untuk dapat berkontribusi dalam proses pengiriman. Jasa kurir juga berperan penting dalam menunjang kelancaran bisnis perusahaan yang membutuhkan jasa pengiriman yang cepat dan aman. Ada banyak perusahaan ekspedisi yang populer di Indonesia misalnya jasa ekspedisi pertama dan Jasa ekspedisi kedua. Penelitian ini menggunakan Naïve Bayes serta KNN (K- Nearest Neighbor) menggunakan dataset sentimen jasa ekspedisi pertama dan Jasa ekspedisi kedua. Model percentage split 70:30 memiliki hasil akurasi terbaik pada Data yang diuji eksperimen jasa ekspedisi pertama dan Jasa ekspedisi kedua. studi kasus jasa ekspedisi pertama memiliki nilai akurasi 89% untuk algoritma KNN (K-Nearest Neighbor), studi kasus Jasa ekspedisi kedua memiliki nilai akurasi 97% untuk algoritma KNN (K-Nearest Neighbor) pada Labeling otomatis. Pada hasil Penelitian ini menunjukkan studi kasus Jasa ekspedisi kedua memiliki nilai akurasi 97% untuk algoritma KNN (K- Nearest Neighbor) Labeling otomatis memiliki hasil tingkat akurasi yang lebih tinggi dengan nilai rata-rata akurasi sebesar 97% yang memiliki nilai rata-rata paling baik dari penelitian ini.

Kata Kunci— jasa ekspedisi pertama dan Jasa ekspedisi kedua, Sentimen, *Naïve Bayes*, K-Nearest Neighbor, *Analisa Sentimen*

## ABSTRACT

Name : Nady Febrilianto  
Student Number : 41518010046  
Counsellor : Leonard Goeirmanto, Dr., ST, M.Sc  
Title : Comparison of Sentiment Analysis towards 2 Expedition Services in Indonesia From Twitter Social media

The *Corona Virus (Covid-19)* pandemic has encouraged an increase in *e-commerce* orders. Some transaction mechanisms that are now widely used include *internet online payments, smart cards, radio frequency identification (RFID), mobile payments*, and others. The increase in digital spending occurs because people prefer to buy their needs online, this is in line with the implementation of government policies to work from home or *Work From Home (WFH)* and school from home. The advancement of e-commerce in Indonesia has an impact on the explosion of the number of users of shipping services. *Ecommerce* in Indonesia plays an important role in shipping service users. Expedition services are able to deliver to the regions, domestically and abroad, to be able to contribute to the delivery process. Courier services also play an important role in supporting the smooth running of the company's business that requires fast and safe delivery services. There are many popular shipping companies in Indonesia, for example first shipping service and second shipping service. This study used Naïve Bayes and KNN (K- Nearest Neighbor) using the first shipping service and second shipping service expedition service sentiment datasets. The percentage split model 70:30 has the best accuracy results on the data tested by first shipping service and second shipping service. the first shipping service case study has an 89% accuracy value for the KNN (K- Nearest Neighbor) algorithm, the second shipping service case study has a 97% accuracy value for the KNN (K-Nearest Neighbor) algorithm on automatic Labeling. The results of this study show that the Jasa ekspedisi kedua case study has an accuracy value of 97% for the KNN (K- Nearest Neighbor) algorithm, automatic labeling has a higher accuracy rate with an average accuracy ratio of 97% which has the best average value of this study.

Keywords— first shipping service and second shipping service, Sentiment analysis, *Naïve Bayes*, K-Nearest Neighbor, *Sentiment Analysis*