

## ABSTRAK

PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk selaku penyedia layanan IndiHome dengan menggabungkan beberapa layanan menjadi satu, saat ini memiliki promosi layanan menarik yang mampu menarik banyak konsumen. Mulai banyaknya jumlah pengguna membuat PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk menyediakan layanan berupa feedback penilaian terhadap produk IndiHome. Indihome adalah salah satu produk layanan internet terbaru dari PT. Telkom. Pengguna Indihome sampai saat ini mencapai 300 ribu pengguna. Banyaknya jumlah pengguna Indihome yang akan semakin bertambah, membuat PT. Telkom ingin menyediakan layanan berupa feedback penilaian produk Indihome agar dapat mengetahui respon dari konsumen terhadap produk Indihome. Sentimen publik bisa dijadikan sebagai indikator untuk melihat apakah layanan Indihome mendapat respon positif, negatif atau netral. Banyak konsumen yang membahas tentang Indihome di media sosial khususnya twitter, baik dari kualitas layanan internet yang bagus ataupun sebaliknya (Herdiawan, 2016). Namun sayangnya media sosial tidak mampu memberikan informasi kepuasan pelanggan terhadap suatu produk sehingga diperlukan sebuah analisis yang menghasilkan informasi sentimen pasar terhadap suatu produk. Oleh karena itu diperlukan sebuah analisis kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk. Salah satu metode yang dapat digunakan yaitu *Support Vector Machine* (SVM). Hasil dari pengujian menggunakan *confusion matrix* mendapatkan hasil akurasi sebesar 78.9%, *error rate* sebesar 21,1%, presisi sebesar 86%, dan *recall* sebesar 63%.

Kata kunci: Analisis Sentimen; Indihome; TF.IDF; *Support Vector Machine*; *Confusion Matrix*;

## **ABSTRACT**

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk as an IndiHome service provider by combining several services into one, currently has an attractive service promotion that is able to attract many consumers. Starting with the large number of users, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk provides services in the form of feedback on the assessment of IndiHome products. Indihome is one of the newest internet service products from PT. Telkom. Indihome users to date have reached 300 thousand users. The large number of Indihome users will continue to grow, making PT. Telkom wants to provide services in the form of feedback on the assessment of Indihome products so that they can find out the response from consumers to Indihome products. Public sentiment can be used as an indicator to see whether Indihome's services receive a positive, negative or neutral response. Many consumers discuss Indihome on social media, especially Twitter, both from the quality of good internet services or vice versa (Herdiawan, 2016). But unfortunately social media is not able to provide information on customer satisfaction with a product, so an analysis is needed that produces market sentiment information for a product. Therefore we need an analysis of customer satisfaction with a service or product. One method that can be used is the Support Vector Machine (SVM). The results of testing using the confusion matrix get an accuracy of 78.9%, an error rate of 21.1%, a precision of 86%, and a recall of 63%.

**Keywords:** Sentiment Analysis, Indihome, TF.IDF, Support Vector Machine, Confusion Matrix