

ABSTRAK

Galuh Etha Pratiwi, 2023. *Lexicon Sentiment Terhadap Brand Ambassador Artis Korea Selatan Pada Produk Indonesia*. Skripsi, Program Studi Statistika, Universitas Muhammadiyah Semarang. Pembimbing I: Tiani Wahyu Utami, M.Si., Pembimbing II. Dr. Rochdi Wasono, M.Si.

Penggunaan artis Korea Selatan sebagai *brand ambassador* untuk produk Indonesia merupakan salah satu cara yang dilakukan *e-commerce* dan perusahaan lokal untuk menarik konsumen. Namun, hal tersebut menuai tanggapan positif dan negatif dari masyarakat. Media sosial yang digunakan untuk mengeluarkan pendapat mengenai hal tersebut yaitu Twitter. Penelitian ini melakukan analisis sentimen dari *tweet* atau cuitan pada Twitter mengenai topik tersebut. Metode yang digunakan yaitu *lexicon sentiment*. *Lexicon sentiment* bekerja dengan cara membuat kamus kata opini terlebih dahulu dan mencocokkan dengan kata sentimen yang terdapat pada kamus *lexicon*. Kamus *lexicon* yang digunakan yaitu InSet *Lexicon*. InSet *Lexicon* terdiri dari 6.609 kata negatif dan 3.609 positif dengan skala -5 sampai 5. Kamus ini tidak hanya berisi kata-kata baku, namun juga berisi kata-kata yang tidak baku. Klasifikasi sentimen dibagi menjadi 2 yaitu, positif dan negatif. Pengumpulan data menggunakan Twitter API dengan kata kunci “BA Artis Korea” sebanyak 366 data *tweet*. Tahap penelitian terdiri dari pengumpulan data, *text preprocessing*, *lexicon sentiment*, visualisasi, dan pengujian. Hasil dari klasifikasi dengan metode *lexicon* diperoleh 67,1% positif dan 32,9% negatif. Diperoleh bahwa penggunaan artis Korea Selatan menjadi *brand ambassador* produk Indonesia mendapatkan sentimen positif. Nilai akurasi, presisi, dan *recall* yang didapatkan dengan melihat tabel *confusion matrix* yaitu akurasi 78%, presisi 68%, dan *recall* 61%.

Kata Kunci: *Brand Ambassador, Lexicon, Sentimen, Twitter*

ABSTRACT

Galuh Etha Pratiwi, 2023. *Lexicon Sentiment Towards Brand Ambassador of South Korean Artists on Indonesian Product*, Thesis, Undergraduate Statistic Study Program, University of Muhammdiyah Semarang. Supervisor: I. Tiani Wahyu Utami, M.Si., Supervisor II. Dr. Rochdi Wasono, M.Si.

The use of South Korean artists as brand ambassadors for Indonesian products is one way that e-commerce and local companies do to attract consumers. However, it reaped positive and negative responses from the public. The social media used to issue opinions regarding this matter is Twitter. This study conducts sentiment analysis from tweets or tweets on Twitter regarding this topic. The method used is lexicon sentiment. The sentiment lexicon works by first making a dictionary of opinion words and matching them with the sentiment words contained in the lexicon dictionary. The lexicon dictionary used is InSet Lexicon. The InSet Lexicon consists of 6,609 negative and 3,609 positive words on a scale of -5 to 5. This dictionary contains not only standard words, but also non-standard words. Sentiment classification is divided into 2 namely, positive and negative. Data collection uses the Twitter API with the keyword "BA Artis Korea" as many as 366 data tweets. The research phase consists of data collection, text preprocessing, lexicon sentiment, visualization, and testing. The results of the classification using the lexicon method obtained 67.1% positive and 32.9% negative. It was found that the use of South Korean artists to become brand ambassadors for Indonesian products received positive sentiment. Accuracy, precision, and recall values obtained by looking at the confusion matrix table are 78% accuracy, 68% precision, and 61% recall.

Keywords: Brand Ambassador, Lexicon, Sentimen, Twitter