

INTISARI

Twitter merupakan media sosial yang populer dikalangan masyarakat yang digunakan untuk berbagi informasi dan tempat untuk menyampaikan opini berbagai fenomena. *Tweets* terkait alat ortodontik bahwa pengguna alat ortodontik dan masyarakat menggunakan situs media sosial seperti *Twitter* untuk menyampaikan opini mengenai alat ortodontik. Tujuan penelitian mendeskripsikan sentimen pengguna media sosial *Twitter* mengenai pengalaman dan persepsi terhadap ortodontik di Indonesia tahun 2020 dengan teknik *data mining*.

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian deskriptif. Subjek penelitian hanya *tweets* dalam Bahasa Indonesia yang diambil dari laman web twitter.com dalam periode tahun 2020 penuh yang mengandung kata kunci “bracket gigi”, “behel”, “ortodontik”, “breket gigi”, “kawatgigi”, “kawat gigi”, “ortodonsi”, “orthodonsi”, “orthodontic”, “invisalign”, “orto gigi”, “ortho gigi”. Analisis menggunakan tool Rapidminer versi 9.10 dengan metode *classification k-NN (k- Nearest Neighbour)*.

Hasil penelitian terdapat sentimen netral lebih banyak muncul dengan pelabelan manual dan Rapidminer. Tingkat akurasi analisis sentimen mencapai 60,57%. Kesimpulan *Twitter* dapat digunakan untuk melihat opini masyarakat tentang alat ortodontik.

Kata kunci : ortodontik, analisis sentimen, *Twitter*

ABSTRACT

Twitter is a popular social media among the public which is used to share information and as a place to express opinions on various phenomena. Tweets related to orthodontic appliances that orthodontic appliance users and the public use social media sites such as Twitter to express opinions about orthodontic appliances. Social media users on Twitter regarding their experiences and perceptions of orthodontics in Indonesia in 2020 with data mining.

Research conducted is descriptive research. Research subject-only tweets in Indonesian are taken from the twitter.com website for the full 2020 period that used keywords “dental brackets”, “braces”, “orthodontics”, “dental brackets”, “braces”, “braces”, “orthodontics”, “orthodontics”, “orthodontic”, “Invisalign”, “dental ortho”, “dental ortho”. Analysis using Rapidminer tool version 9.10 with K-NN (k-Nearest Neighbour) classification method.

The results showed that neutral sentiments appeared more with manual labeling and Rapidminer. The accuracy rate of sentiment analysis reaches 60.57%. Twitter Conclusion can be used to see public opinion about orthodontic appliances.

Keywords: *orthodontics, sentiment analysis, Twitter*