

**ANALISIS SENTIMEN DAN ISI UNGGAHAN STATUS TWITTER  
MENGENAI MINUMAN BERKARBONASI DI INDONESIA  
TAHUN 2016-2018**

Budi Rodestawati<sup>1</sup>, dr. Fatwa Sari Tetra Dewi, MPH, PhD.<sup>2</sup>, Anis Fuad, S.Ked,  
DEA<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Minat Perilaku dan Promosi Kesehatan, Program Studi Pascasarjana  
Ilmu Kesehatan Masyarakat, FKMK UGM

<sup>2</sup> Dosen Departemen Perilaku Kesehatan, Lingkungan, dan Kedokteran Sosial  
FKMK UGM

<sup>3</sup> Dosen Departemen Biostatistik, Epidemiologi, dan Kesehatan Populasi FKMK  
UGM

**ABSTRAK**

**Latar Belakang :** Globalisasi mengakibatkan peningkatan akses dan popularitas terhadap *western supermarket* dan *fast food franchise*, sehingga konsumsi minuman soda dan *snack* turut meningkat dan mengakibatkan meningkatnya penyakit tidak menular, termasuk penyakit gigi dan mulut. Data komunikasi media sosial dapat digunakan untuk menganalisis perilaku manusia dalam skala besar, termasuk perilaku makan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku pemilihan minuman berkarbonasi masyarakat di Indonesia melalui media sosial Twitter menggunakan teknik *data mining*.

**Metode:** Penelitian ini merupakan penelitian observasional deskriptif dengan rancangan *cross-sectional*. Sejumlah 3.524 *tweets* dalam Bahasa Indonesia periode 1 Januari 2016 sampai 31 Juli 2018 dianalisis secara kuantitatif untuk menentukan isi dan sentimen dengan menggunakan metode *supervised learning* dengan algoritma klasifikasi *k-NN*. Analisis kualitatif dilakukan pada 50 *tweets* yang termasuk dalam topik karakteristik produk.

**Hasil Penelitian:** Hasil analisis isi menunjukkan bahwa mayoritas data uji mengandung topik karakteristik produk (46,93%), berita (20,91%), lain-lain (14,57%) dan iklan (12,20%), sedangkan topik terkait konteks (situasional dan waktu) tidak terlalu banyak diperbincangkan. Hasil Sementara hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa mayoritas data uji mengandung sentimen positif (66,79%) terhadap minuman berkarbonasi.

**Kesimpulan:** Karakteristik produk menjadi topik yang paling banyak diperbincangkan di Twitter mengenai minuman berkarbonasi dengan mayoritas *tweets* mengandung sentimen positif.

**Kata Kunci :** *Data mining*, Twitter, Minuman Berkarbonasi

## **ABSTRACT**

**Background :** *Globalization has an impact on increasing of access and popularity towards western supermarkets and fast food franchise, so consumption of sweetened carbonated beverages and snacks has also increased and resulted in an increase of the prevalence of non-communicable diseases, including oral diseases. Social media communication data can be used to analyze human behavior on a large scale, including food-related behavior. This study aims to describe the carbonated beverages choice behavior of Indonesian people through social media Twitter using data mining techniques.*

**Research Methods :** *This study was a descriptive observational study with a cross-sectional design. 3.524 Indonesian tweets uploaded in the period of January 1, 2016 to July 31, 2018 were analyzed using the supervised learning method with the k-NN classification algorithm and 50 tweets of product characteristics were analyzed using qualitative methods.*

**Results:** *The results of the content analysis showed that the majority of the test data contained themes related product characteristics (46,93%), news (20,91%), others (14,57%) and advertisements (12,20%), while the context (situational and time) was not too much discussed. And the results of the sentiment analysis showed that the majority of the test data contained positive sentiment (66,59%) for carbonated beverages.*

**Conclusion:** *Product characteristics are the most discussed topic on Twitter regarding carbonated drinks with the majority of tweets containing positive sentiments.*

**Keywords :** *Data mining, Twitter, Carbonated Beverages*