

ABSTRAK

Bahan bakar minyak (BBM) adalah salah satu kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh masyarakat di Indonesia dikarenakan memiliki peran penting dalam membantu seluruh aktivitas kehidupan masyarakat di Indonesia seperti untuk bahan bakar kendaraan bermotor maupun sebagai pemenuhan bahan bakar alat industri. Pada awal September 2022, pemerintah Indonesia mengeluarkan pernyataan bahwa akan ada penyesuaian harga pada beberapa jenis bahan bakar minyak yaitu *pertalite*, *pertamax*, dan *solar*. Kenaikan harga bahan bakar minyak ini tentu saja tidak mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat di Indonesia sehingga terjadi aksi unjuk rasa penolakan secara langsung, dan tidak sedikit masyarakat Indonesia yang menyuarakan opini melalui media sosial, salah satunya adalah media sosial *Twitter*. Melalui media sosial *Twitter* dan dengan topik kenaikan harga bahan bakar minyak ini akan dilakukan sebuah penelitian analisis sentimen. Pengguna *Twitter* akan menyuarakan opininya melalui *tweet*, yang nantinya *tweet* ini akan diklasifikasikan menjadi sentimen positif, netral, atau negatif. Hasil dari klasifikasi ini akan diketahui bagaimana pendapat pengguna *Twitter* di Indonesia dalam menyikapi kenaikan harga bahan bakar minyak. Proses klasifikasi ini menggunakan algoritma *Naïve Bayes*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 78,13% *tweet* bersifat negatif dan 21,87% *tweet* bersifat positif dengan kata kunci “harga” dan “bbm” yang paling sering muncul.

Keywords : Kenaikan BBM, *Twitter* , Analisis Sentimen, Algoritma *Naïve Bayes*,
Harga BBM.