

ANALISIS SENTIMEN MINAT MASYARAKAT TERHADAP PAKAIAN BEKAS MENGGUNAKAN K-MEANS

Ahmad Ilham Nur ¹, Ulfi Saidata Aesy ², Ahmad Hanafi ³

INTISARI

Latar Belakang: Penggunaan pakaian bekas (*secondhand clothing*) atau dikenal sebagai *thrifting* adalah salah satu jenis barang bekas yang biasanya masih dapat digunakan kembali dan dijual kembali di pasaran. Pada tahun 2022 telah dilakukan survei pada 261 responden dengan hasil 49.4% responden pernah melakukan *thrifting*, 34.5% responden belum pernah melakukan *thrifting*, dan 16.1% tidak akan pernah melakukan *thrifting*. Data tersebut dapat dilihat bahwa responden yang telah melakukan *thrifting* masih cukup tinggi. Namun, minat masyarakat terhadap pakaian bekas masih menjadi topik yang menarik.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan Untuk membantu pemerintah dalam menentukan kebijakan dalam melakukan analisis tersebut, penelitian ini menggunakan metode *K-Means* dalam membantu membagi klasifikasi minat masyarakat terhadap pakaian bekas berdasarkan *cluster*.

Metode Penelitian: Pada penelitian ini menggunakan metode *K-Means*. Metode *K-Means* digunakan untuk membantu membagi klasifikasi minat masyarakat terhadap pakaian bekas berdasarkan *cluster*. Metode ini terdiri dari tiga tahapan, dimulai dari pengumpulan data, *preprocessing* data, dan klustering.

Hasil: Hasil dari penelitian yang didapat adalah analisis sentimen dari topik *thrifting* dengan menggunakan data yang diambil dari twitter yang terbagi menjadi dua *cluster* dengan 115 data menunjukkan pro dan 70 data menunjukkan kontra terhadap aturan pemerintah.

Kesimpulan: *K-Means* dapat digunakan sebagai *clustering* data *thrifting*, namun data yang digunakan perlu dibersihkan untuk dapat diproses. *Cluster* terbagi menjadi dua bagian. Opini masyarakat cenderung setuju dengan adanya larangan *thrifting*. Namun hasil tersebut masih cenderung bias karena masih ada dari akun berita yang terbawa ke tahap *processing*.

Kata-kunci: *Twitter, Thrifting, K-Means, Clustering, Sentimen Analisis*

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

³ Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

K-MEANS SENTIMENT ANALYSIS OF CITIZEN'S INTEREST TO SECONDHAND CLOTHING

Ahmad Ilham Nur¹, Ulfi Saidata Aesy², Ahmad Hanafi³

ABSTRACT

Background: *Secondhand cloth or as known as thrifting is one of secondhand thing that can be reused and sold in the market. There was survey held in 2022 with 49.4% of respondent had been done thrifting, 34.5% respondent never been thrifting, and 16.1% never want to do thrifting. By that data, can be seen that still many respondent had been done thrifting. However, citizen's interest in secondhand clothing is still interesting to discuss. This is caused by the government's policy that forbid the thrifting because the government's think its endangering local product.*

Objective: *This research purposed to assist the government in the making of policy by the analysis. K-Means will be used in this research. K-Means used to divert the citizen's interest of secondhand clothing by the cluster.*

Method: *K-Means will be used in this research. K-Means used to divide the public opinion to secondhand cloth by cluster. This method consist of three main steps, there are data collecting, data preprocessing, and clustering.*

Result: *The result of this research is to do sentiment analysis from thrifting's topic by using twitter scraped data that divided into several cluster. The cluster consist of public opinion that agree with thrifting and disagree with thrifting.*

Conclusion: *K-Means can be used for clustering thrifting data, however the data need to be cleaned for the processing step. Result of cluster divided into two groups of category. The public's opinion are agree with the prohibition of thrifting. However the result are still biased because there are some of the news's tweet that processed by K-Means.*

Keywords: *Twitter, Thrifting, K-Means, Clustering, Sentiment Analysis.*

¹ Student Of Information System Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

² Lecturer Of Information System Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

³ Lecturer Of Information System Program Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.