

NAMED ENTITY RECOGNITION (NER) PADA TWEET IKLAN MENGUNAKAN METODE *K-NEAREST NEIGHBOR* (k-NN)

LEO ARI WIBOWO

11151101903

Tanggal Sidang : 15 Agustus 2018

Periode Wisuda : Februari 2018

Jurusan Teknik Informatika

Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Iklan tidak hanya dimuat disurat kabar tetapi juga sudah bisa di pasarkan melalui media lain seperti pada media sosial, untuk memasarkan produk pemasang iklan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, seperti memberitahukan identitas lengkap kepada konsumen seperti nama produk, nomor kontak dan penjelasan tentang produk agar lebih mudah melakukan transaksi dan menghindari terjadinya penipuan. *Named Entity Recognition* (NER) adalah mengidentifikasi nama entitas seperti nama orang, organisasi, lokasi, pernyataan waktu, nilai uang, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini klasifikasi *Named Entity Recognition* menggunakan metode *k-Nearest Neighbor* yang dikelompokkan menjadi empat kategori yaitu nama penjual, nama produk, alamat dan kontak. Berdasarkan hasil uji dengan *Confusion Matrix* pada 11 kata diperoleh akurasi tertinggi menggunakan $K=3$ dengan akurasi 81,81% dan $K=7$ dengan akurasi 81,81%.

Kata Kunci: Iklan, *k-Nearest Neighbor*, *Named Entity Recognition*