**ANALISA *TEXT MINING* MENGGUNAKAN METODE *CLUSTERING* DATA *TWEET* TOKOPEDIA INDONESIA**

Pandri Ferdias1, Dina Eka Nurvazly1, dan Siti L Chasanah1

*1Departemen Matematika Fakultas MIPA-Universitas Lampung*

Abstrak

Perubahan dan peluang bisnis yang baru didorong dengan perkembangan penggunaan internet. Dimana peluang ini juga disadari oleh para pelaku bisnis untuk memanfaatkan internet dalam proses berbisnis. Mulai dari pertukaran informasi secara elektronik ke aplikasi, strategi bisnis, pemasaran, penjualan, hingga pelayanan pelanggan. Salah satu sarana komunikasi yang digunakan oleh pelaku bisnis dalam melakukan *advertising* adalah media sosial salah satunya yaitu Twitter. Pelaku bisnis dapat memanfaatkan *followers* akun Twitter mereka sebagai sarana melakukan *advertising .* Dengan menggunakan perintah *retweet* pada Twitter *followers* dapat menyebarkan *tweet* yang dibuat oleh pelaku bisnis. Dalam penelitian ini, dilakukan penerapan metode *K-means* untuk melakukan sebuah proses *Text Mining* dengan metode *clustering* pada *tweet* Tokopedia Indonesia untuk mengetahui jenis konten yang banyak di respon positif oleh *followers* dan juga menentukan konten apa yang tepat dikeluarkan agar sesuai dengan keadaan konsumen.

*Kata Kunci : K-means, Clustering, Text Mining, Data Mining, Twitter*