

ABSTRAK

Dengan berkembangnya dunia teknologi informasi membuat dunia keuangan juga berkembang pesat, salah satunya adalah munculnya aplikasi pinjaman online. Aplikasi pinjaman online adalah platform yang memungkinkan individu untuk mengajukan pinjaman secara cepat dan mudah melalui perangkat seluler. Penelitian ini mengkaji mengenai tingkat kepopuleran aplikasi pinjaman online berdasarkan sentimen media sosial. Penulis menggunakan *Twitter* sebagai media untuk menganalisis tanggapan masyarakat terhadap aplikasi pinjaman online yaitu Adakami, Kredit Pintar, dan Tunaiku dengan masing – masing data 500 *tweet* pada setiap aplikasi. Pada penelitian ini penulis menggunakan algoritma *Naïve Bayes* dengan tiga metode perhitungan data yang berbeda yaitu, menggunakan software Rapid Miner, perhitungan manual dan perhitungan dengan website yang penulis buat. Hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan Rapid Miner yaitu Adakami memiliki 31,10 % Positif, 57,15% netral dan 42,86% negatif. KreditPintar memiliki 43,48% positif, 76,18% netral dan 52,17% negatif. Tunaiku memiliki 40,00% positif, 17,00% netral dan 61,85% negatif. Perhitungan manual aplikasi pinjaman online Adakami memiliki 85,7% positif, 88,2% netral dan 91,3% negatif. KreditPintar memiliki 88,9% positif 86,5% netral dan 80,00% negatif. Tunaiku memiliki 84,18% positif, 85,15% netral dan 85,76% negatif. Perhitungan menggunakan website, aplikasi pinjaman online Adakami memiliki nilai secara keseluruhan 59,6%, KreditPintar 61,4%, dan Tunaiku 30%.