

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mengakibatkan adanya revolusi industri. Salah satu sektor yang mengalami revolusi industri adalah dunia perdagangan. Penerapan teknologi informasi pada sistem penjualan adalah *e-commerce*. *E-commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce*. *E-commerce* merupakan mekanisme transaksi jual dan beli dengan menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi.

Kondisi perdagangan *online*, mengakibatkan penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung, alat pembayaran dikirim secara *online* dengan cara transfer, pembeli hanya dapat melihat barang yang akan dibeli dan terdapat pihak ketiga pada proses perdagangan online yaitupihak *marketplace* seperti shopee, tokopedia, bukalapak, amazon dan lainnya. Salah satu *e-commerce* populer yang ada di Indonesia adalah Shopee.

Shopee juga mempunyai media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dengan penggunanya. Salah satunya adalah *Twitter*. *Twitter* merupakan layanan media sosial yang digunakan untuk melakukan pertukaran informasi. Adanya *Twitter* dapat mempermudah untuk melihat bagaimana tanggapan pengguna terhadap suatu produk, sebab tanggapan masyarakat atau *feedback* menjadi sumber daya atau hal penting baik bagi penjual maupun pembeli.

Oleh karena itu, dibutuhkan analisis sentimen dari opini masyarakat yang di sampaikan melalui media twitter tersebut apakah bersifat positif atau negatif.

Dalam penelitian ini, untuk proses analisis sentimen menggunakan algoritma *Support Vector Machine*. Sedangkan untuk data yang digunakan berasal dari salah satu media sosial yaitu twitter. Data tersebut diambil berdasarkan *hashtag* dengan cara *scrapping*.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *confusion matrix*, menghasilkan nilai terbaik yaitu menggunakan metode SVM dengan kernel Gaussian-RBF dengan akurasi sebesar 90,41%, presisi 92,65% dan recall 90,41%.

**Kata kunci :** *Machine Learning*; Analisis Sentimen; *Support Vector Machine*; Twitter; Shopee; media sosial.