Abstrak

Seiring dengan perkembangan *e-commerce* saat ini, semakin banyak produsen yang menjual produknya secara *online*. Dengan berkembangnya *e-commerce* ini juga merupakan suatu peluang besar bagi produsen untuk mempromosikan produknya dan sebagai sarana untuk konsumen berbagi aktivitas yang mereka lakukan salah satunya adalah untuk berbagi *review*. Review suatu produk oleh konsumen adalah salah satu sarana untuk meningkatkan penjualan suatu produk, *review* produk digunakan oleh konsumen untuk menentukan keputusan dalam pembelian produk dengan membaca ulasan tentang fitur produk tersebut. Banyaknya *review* terhadap suatu produk membuat kesulitan bagi konsumen untuk membaca dan memahami *review* tersebut, sehingga pada akhirnya konsumen tersebut tidak bisa menyimpulkan hasil dari *review* produk yang dibaca dan menilai apakah *review* produk yang mereka baca mengandung opini positif atau opini negatif. Oleh karena itu pada Tugas Akhir dibangun sistem yang mampu mengidentifikasi fitur, Klasifikasi opini dan peringkasan hasil klasifikasi opini terhadap fitur produk . Klasifikasi opini terhadap fitur produk yang akan dibangun menggunakan pendekatan *supervised learning* yaitu menggunakan data *training* dan data *testing* yang berlabel. Metode *Multinomial Naïve bayes* yang merupakan pengembangan dari metode *naïve bayes classifier*, metode ini menggunakan distribusi *multinomial* pada fungsi *conditional probabilities* dan metode ini mampu menangani permasalahan yang bersifat penalaran ketidakpastian. Penerapan metode *Multinomial Naïve bayes* terhadap klasifikasi opini dapat menghasilkan performansi sebesar 87,71%. Klasifikasi opini yang akan dianalisis yaitu berdasarkan *level* aspek karena tidak semua konsumen mengutarakan opini tunggal yang ditunjukkan untuk fitur yang berbeda dan dengan klasifikasi opini *level* aspek berhasil mengetahui opini seseorang suka atau tidak terhadap suatu fitur produk.

Kata Kunci : *review* produk, *Multinomial Naïve bayes*, *level* aspek, *supervised learning.*