

Abstrak

Semakin berkembangnya teknologi internet saat ini berdampak pada semakin maraknya sistem penjualan barang melalui online shop (e-commerce). e-commerce tersebut terdapat fasilitas untuk memberikan *review* atau opini tentang suatu produk. *Review* tersebut mempunyai beberapa manfaat, dipandang dari segi customer, customer dapat membaca opini-opini dari customer baik yang sudah menggunakan produk tersebut maupun yang belum menggunakannya. Dari *review* tersebut, akan dipertimbangkan apakah produk tersebut mempunyai fitur yang sesuai dengan kita atau tidak. Dari segi manufaktur, pihak manufaktur dapat mengetahui *feedback* dari customer yang dapat digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk tersebut dan dapat menentukan tindakan apa yang dilakukan dengan *feedback* dari customer. Jumlah *review* atau opini yang ada pada e-commerce sangat banyak, hingga puluhan bahkan ratusan. Hal itu dapat mempersulit customer untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat karena harus membaca terlalu banyak opini dan *review*.

Untuk menghadapi masalah tersebut, terdapat solusi untuk dilakukan opinion summarization dimana dari *review* customer dilakukan peringkasan kemudian pengelompokan ke opini positif atau opini negatif. dalam tugas akhir ini, ada 3 proses yang dilakukan , yaitu 1) ekstraksi fitur dan opini dalam *review* , 2) penentuan frequent feature , 3) pembentukan ringkasan pasangan fitur opini dan identifikasi orientasi opini .

Berdasarkan hasil pengujian yang didapat menunjukkan bahwa algoritma PMI – IR dapat digunakan untuk proses peringkasan *review* produk dengan menghitung keterkaitan dari kemunculan kata fitur dan opini yang selanjutnya dilakukan penentuan orientasi opini dengan menggunakan chatterbox.

Kata kunci : Opinion Summarization , POSTagging, Frequent feature , PMI-IR , Chatterbox