

## Abstrak

Berbagai situs *online shop*, sering kali meminta feedback dari konsumennya terkait suatu produk yang mereka beli sebelumnya. *Review* dari *customer online* dapat dijadikan salah satu bahan pertimbangan sebagai sumber informasi yang sangat berguna baik itu untuk pihak konsumen itu sendiri maupun untuk pihak produsen produk tersebut.

Namun untuk produk dengan *branding* yang terkenal memiliki jumlah *review* yang sangat banyak. Ini dapat menyulitkan konsumen jika harus membaca satu per satu semua *review* yang ada. Maka dari itu diperlukan suatu sistem yang dapat meringkas *review* atau opini dari konsumen dan mengelompokkannya berdasarkan fitur produk dan orientasinya.

Suatu kegiatan yang bertujuan untuk menganalisis data, mengumpulkan apa yang kita ketahui sebagai *feedback* dari konsumen, disebut dengan *opinion mining*, yang nantinya dalam tugas akhir ini akan sangat berpengaruh dalam pembentukan *opinion summarization*. Pembentukan *opinion summarization* pada tugas akhir ini sendiri akan dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu : (1) mendata fitur produk yang telah *direview* oleh konsumen (*feature extraction*), (2) lalu mengidentifikasi kalimat opini tersebut dan akan memutuskan apakah opini tersebut bersifat positif atau negative (*sentiment analysis*), (3) dan pada akhirnya akan menghasilkan suatu kesimpulan atau ringkasan berdasarkan fitur produk dan orientasinya (*summarizing*). Metode yang digunakan pada proses *opinion summarization* untuk tugas akhir ini adalah menggunakan metode *association mining* dengan algoritma CBA (*Classification Based on Association*).

Berdasarkan hasil pengujian, dengan metode *association mining* dan bantuan *pruning* ini dapat mengidentifikasi fitur produk yang relevan dengan rata-rata *precision* yang dihasilkan pada kisaran 0.82. Besarnya nilai *precision* ini dipengaruhi oleh jumlah kata dan varian fitur pada tiap *review* konsumen.

**Kata kunci:** *Opinion mining, Opinion summarization, Feature extraction, Sentiment analysis*