

## ABSTRAK

Berkembangnya *e-commerce* saat ini memicu calon pembeli lebih mempercayai *review* yang ditulis oleh pembeli sebelumnya. *Review* positif cenderung akan membuat calon pembeli akan membeli barang tersebut, dan hal sebaliknya jika *review* produk tersebut negatif. Namun banyak *review* yang berkembang saat ini tidak lagi ditulis oleh pembeli sebenarnya. *Review* yang ditulis bukan sebenarnya disebut *fake review/untruthful review* yang termasuk kategori *spam* dan penulisnya disebut *spammer*.

Pada penelitian ini akan dilakukan deteksi *fake review* dengan pendekatan beberapa kelas *feature* menggunakan metode Naïve Bayes. Penelitian ini akan menggunakan NLP dan sumber *lexicon SentiwordNet* dan menggunakan kamus untuk membantu ekstraksi *sentiment* yang belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya untuk menghasilkan sistem yang lebih baik. Selanjutnya penelitian ini akan menganalisis apakah penggunaan *tagger*, kamus, dan pemilihan *feature* akan mempengaruhi sistem dan kelas *feature* apa yang paling mempengaruhi sistem.

Hasilnya adalah penggunaan *tagger* dan kamus akan mempengaruhi sistem. Hasil terbaik diperoleh akurasi sebesar 83.33%. Pemilihan *feature* juga akan mempengaruhi sistem. Dari hasil penelitian diperoleh akan semakin baik bila semua kelas *feature* digunakan ke dalam sistem. Dan kelas *feature* yang paling berpengaruh adalah kelas *personal feature*.

**Kata kunci :** *fake review, untruthful review, opinion spam, Naïve Bayes*