

Abstrak

Dari tahun ke tahun, transaksi *online* atau *e-commerce* semakin meningkat. Dengan peningkatan tersebut, *e-commerce* dapat memberikan peluang besar bagi produsen untuk memasarkan produk dan memudahkan orang-orang untuk berbagi aktivitas yang mereka lakukan, termasuk memberikan ulasan suatu produk. Ulasan tersebut digunakan oleh calon konsumen untuk mengetahui kelebihan atau kekurangan dari suatu produk dan dapat membantu calon konsumen dalam menentukan keputusan dalam pembelian produk. Dengan meningkatnya jumlah ulasan suatu produk, calon konsumen kesulitan untuk memahami semua ulasan suatu produk dan akhirnya tidak dapat menarik kesimpulan yang tepat dari ulasan tersebut. Oleh karena itu, pada tugas akhir dibangun sistem yang mampu melakukan klasifikasi sentimen dan peringkasan hasil klasifikasi sentimen terhadap fitur produk. Klasifikasi sentimen dan peringkasan suatu ulasan produk dilakukan pada level aspek untuk mengetahui opini konsumen suka atau tidak terhadap aspek suatu produk. Klasifikasi aspek dan sentimen menggunakan pendekatan *supervised learning*, dimana *learning* menggunakan data yang berlabel. *Bayesian Network* merupakan salah satu metode yang digunakan pada *probabilistic classifiers*. *Bayesian Network* digunakan untuk menentukan aspek yang terdapat pada ulasan beserta sentimen positif atau negatif dengan memanfaatkan hubungan antar kata-kata dan variabel pada ulasan. Penerapan *Bayesian Network* untuk klasifikasi aspek menghasilkan performansi *f1-score* sebesar 88,73 % dan klasifikasi sentimen terhadap aspek menghasilkan performansi *f1-score* sebesar 86,0408%.

Kata kunci: klasifikasi sentimen, *level* aspek, ulasan produk, *Bayesian network*.