

Abstrak

Maraknya berbagai *e-commerce* menjadikan calon pembeli semakin selektif sehingga bergantung pada *review* yang ditinggalkan oleh pembeli sebelumnya untuk menentukan keputusan membeli suatu produk. Banyaknya *review*, baik itu yang bersifat positif atau negatif, sangat mempengaruhi sisi mana yang dapat dipercaya. Jika *review* yang dibaca tidak nyata atau disebut *fake review* maka akan merugikan baik sisi penjual ataupun sisi pembeli. Untuk itu, perlu dilakukan analisis untuk mendeteksi *fake review* pada kumpulan *review* produk. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan lima kelas *feature* yaitu *sentiment feature*, *personal feature*, *brand-only feature*, *content feature*, dan *metadata feature* dengan menggunakan metode klasifikasi Support Vector Machine. Pada penelitian ini dibandingkan antara *SentiwordNet* dan *SenticNet* untuk mendapatkan ekstraksi *sentiment* mana yang lebih baik. Pada penelitian ini juga dilakukan pemilihan dan penggabungan *feature*, serta *tuning* parameter dan jenis *kernel* pada SVM apakah akan memengaruhi sistem. Hasil terbaik diperoleh akurasi sebesar 74,46%. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa *SenticNet* lebih baik daripada *SentiwordNet*, kemudian *tuning* parameter serta pemilihan jenis *kernel* pada SVM bisa mendapatkan hasil yang optimal, serta penggunaan *sentiment feature* sangat mempengaruhi sistem untuk deteksi *fake review*.

Kata kunci: *fake reviews*, *support vector machine*, *feature*, *sentiwordnet*, *senticnet*