

Abstrak

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia berbanding lurus dengan meningkatnya penggunaan aplikasi berbasis online seperti Go-Jek dan Grab oleh pelanggan. Sebagian pelanggan menyampaikan opini melalui media sosial Twitter. Opini dari pelanggan tersebut dapat dimanfaatkan untuk keperluan evaluasi perusahaan. Namun banyaknya opini dari pelanggan membuat perusahaan sulit untuk mendefinisikan aspek kategori dari opini tersebut. Oleh karena itu, pada penelitian ini melakukan analisis sentimen berbasis *multi-aspect* yang berpedoman pada Standar Internasional CSI dengan tujuh aspek yaitu *availability*, *accessibility*, *information*, *time*, *customer service*, *comfort*, dan *safety* yang ditujukan untuk membantu perusahaan dalam menentukan aspek yang memerlukan perhatian lebih. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka solusinya dengan melakukan analisis sentimen dengan menggunakan metode *Maximum Entropy* dan ekstraksi fitur *N-Gram*. *Multi-aspect* pada penelitian ini menghasilkan akurasi aspek *availability* sebesar 91.69%, *accessibility* sebesar 91.81%, *information* sebesar 88.49%, *time* sebesar 92.66%, *customer service* sebesar 89.29%, *comfort* sebesar 88.29%, dan *safety* sebesar 83.08%.

Kata kunci : twitter, multi-aspect sentiment analysis, maximum entropy, n-gram