

---

## Abstrak

Ulasan produk adalah penilaian yang diberikan oleh pembeli untuk produk baik berupa barang atau jasa yang dijual kepada pembeli. Ulasan produk dapat memberikan manfaat yang besar baik bagi pembeli maupun penjual. Oleh karena itu, hampir di setiap layanan jual beli barang atau jasa, menyediakan fitur ulasan produk. Hal ini menyebabkan ulasan produk menjadi beragam dengan jumlah data yang tidak sedikit sehingga proses menganalisa ulasan menjadi semakin sulit. Maka dari itu dibutuhkan proses ekstraksi informasi dari opini yang diberikan oleh konsumen untuk menghasilkan output berupa hal positif atau negatif untuk suatu barang atau jasa agar mempermudah konsumen dalam menentukan pilihan untuk barang atau jasa. Untuk mengekstrak informasi dari opini, dilakukan pengelolaan data dengan analisis sentimen. Pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen terhadap ulasan produk berdasarkan pada aspek dari produk tersebut. Pada penelitian ini dilakukan dalam enam tahapan yaitu proses *web scrapping*, proses *preprocessing*, proses seleksi fitur dengan uji statistik *Chi Square*, *training data*, proses analisis sentiment dan klasifikasi aspek untuk mengetahui aspek yang dibahas dalam sebuah opini dan kecenderungan sentimennya dengan menggunakan metode Naïve Bayes. Berdasarkan hasil evaluasi, diketahui bahwa sistem mampu melakukan proses analisis sentimen berdasarkan aspek dengan nilai F1-Measure terbaik sebesar 70% dan nilai Akurasi 70%.

**Kata kunci :** ulasan produk, analisis sentimen, *Chi Square*, *Naïve Bayes*

---