

Abstrak

Saat ini perkembangan teknologi memberikan dampak untuk dapat mempermudah aktifitas manusia . Sama halnya dengan adanya *e-commerce*, untuk melakukan jual beli barang secara *online* akan terasa lebih mudah . Tidak sedikit masyarakat yang memanfaatkan *e-commerce* untuk belanja *online*. Dengan meningkatnya jumlah konsumen untuk belanja *online* maka situs jual beli *online* atau *e-commerce* juga semakin banyak sehingga berbanding lurus dengan semakin banyaknya kejahatan dan penipuan dalam dunia maya, maka pada penelitian ini peneliti menganalisis opini masyarakat terhadap *e-commerce* yang ada pada twitter dengan membangun sistem analisis sentimen yang menggunakan klasifikasi dengan metode *Support Vector Machine*. Data yang digunakan sebelum memasuki tahap klasifikasi akan melalui proses seleksi fitur *chi-square* yang bertujuan supaya memiliki nilai akurasi yang lebih besar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan rata-rata akurasi tertinggi didapatkan oleh *e-commerce* bukalapak menggunakan *support vector machine* dengan seleksi fitur *chi-square* dan juga menggunakan *unigram-bigram* pada data uji sebesar 10%, yaitu akurasi 78.56, *precision* 78.60%, *recall* 75.20% dan *f1-score* 0.76.

Kata kunci: analisis sentimen, *support vector machine*, *e-commerce*, *twitter*, *chi-square*