

Abstrak

Brand Monitoring pada *Microblogging* seperti *twitter* adalah salah satu cara yang dapat digunakan guna mengetahui pendapat masyarakat terhadap sebuah barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. *Brand monitoring* dapat dilakukan dengan cara melihat opini positif maupun negatif yang diberikan masyarakat. Permasalahan pengklasifikasian pendapat ke dalam opini negatif dan positif dapat diselesaikan dengan menggunakan algoritma *Naïve Bayes Classifier*.

Naïve Bayes Classifier adalah salah satu contoh algoritma pengklasifikasian. Dengan menggabungkan *feature selection Mutual Information* diharapkan algoritma ini dapat menghasilkan akurasi yang baik. Pada *Naïve Bayes Classifier* terjadi dua proses yaitu proses latih dan tes. Proses latih dilakukan terhadap sebagian data sample, dari pelatihan ini kan didapatkan sebuah model probabilitas, yang nantinya model ini akan digunakan oleh data pada proses tes.

Pada tugas akhir ini dilakukan perbandingan nilai akurasi diantara kedua metode yaitu dengan menggunakan MI dan tanpa menggunakan MI. Hasil percobaan menunjukkan bahwa metode dengan menggunakan *Mutual Information* memiliki akurasi yang lebih baik dengan nilai rata-rata akurasi 84,5%.

Kata kunci : *brand monitoring, feature selection, mutual information, naive bayes, klasifikasi, opini.*