

Abstraksi

Fenomena meningkatnya penggunaan *social media* yang begitu pesat memudahkan produsen untuk mengevaluasi produk-produknya berdasarkan sentimen-sentimen yang diposting di sosial media tersebut. Salah satu *social media* yang banyak digunakan adalah Twitter. Dengan jumlah postingan mencapai ribuan *tweet* perdetik ketersediaan sentimen untuk suatu produk sangat melimpah. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana melakukan klasifikasi terhadap sentiment tersebut agar berguna untuk mengevaluasi produk. Pada penelitian ini diajukan metode klasifikasi berbasis *machine learning* menggunakan *Support Vektor Machine* (SVM). Dengan melakukan pengujian menggunakan parameter-parameter yang ada di SVM akan dilihat seberapa besar tingkat akurasi dari metode SVM dalam melakukan klasifikasi terhadap sentiment *tweet*.

Kata kunci: analisis sentiment, *machine learning*, twitter, produk, SVM.