

## ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya teknologi internet, maka informasi yang didapatkan semakin beragam. Beberapa informasi tekstual yang terdapat di dalam social media online seperti *Twitter*. Salah satu informasi yang terdapat di *Twitter* adalah tentang opini user terhadap suatu produk. Setiap produk memiliki banyak objek fitur yang memungkinkan setiap fitur produk memiliki opini tersendiri. Opini tersebut dapat diklasifikasikan menjadi 2 kategori, yakni opini positif dan negatif. Penggalan dan analisis dalam opini penting dilakukan karena bermanfaat terhadap identifikasi produk, perencanaan produk baru atau kecenderungan pasar bagi perusahaan, sehingga dapat diambil langkah-langkah strategis berikutnya. Namun, banyaknya opini yang tersebar membutuhkan sistem yang akan merangkum opini-opini terhadap suatu produk tersebut berdasarkan fitur-fiturnya. Proses pengklasifikasian opini tersebut dapat dilakukan dengan salah satu metode *machine learning* yaitu metode *Support Vector Machine* (SVM). SVM memiliki performansi yang lebih baik dibandingkan dengan metode *machine learning* lainnya pada pengklasifikasian data teks. Sedangkan untuk mengekstraksi fitur dari produk dapat dilakukan dengan mengimplementasikan *High Adjective Count Algorithm*.

Dalam penelitian ini, penulis mengimplementasikan *Support Vector Machine* (SVM) dan *High Adjective Count Algorithm* pada data *Twitter* untuk menentukan klasifikasi opini untuk setiap fitur pada satu produk. Hasil dari percobaan menunjukkan sistem dapat secara baik mengekstraksi fitur dengan akurasi ketepatan fitur yang diekstraksi sebesar 96.36% dan mengklasifikasikan opini dengan akurasi rata-rata sebesar 78,97%.

**Kata Kunci :** Klasifikasi Opini, Ekstraksi Fitur, *Support Vector Machine* (SVM), *High Adjective Count Algorithm*, *Opinion mining*