

**ANALISIS SENTIMEN PADA MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*
TERHADAP *MARKETPLACE ONLINE* DI INDONESIA
MENGUNAKAN METODE *SUPPORT VECTOR MACHINE***

Saadillah Razaqi Salam¹, Agung Nilogiri²

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jember

s.razaqi97@gmail.com¹, agungnilogiri@unmuhjember.ac.id²

ABSTRAK

Keberadaan *marketplace online* di Indonesia membuat berbelanja secara *online* menjadi lebih mudah. Namun terdapat perasaan kepuasan ataupun ketidakpuasan dalam penggunaannya. Media sosial *Facebook* menjadi salah satu media yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan perasaan tersebut. Pada penelitian ini dilakukan analisis sentimen yang dapat menyimpulkan penilaian masyarakat terhadap *marketplace online*. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah komentar dalam *fans page Facebook* resmi Bukalapak, Shopee dan Tokopedia pada periode waktu bulan Februari sampai dengan September 2018. Metode klasifikasi pada penelitian ini menggunakan klasifikasi *Support Vector Machine* dengan konsep non linear *kernel Radial Basic Function* (RBF). Hasil pengujian dari penelitian ini adalah klasifikasi komentar paling optimal didapatkan nilai akurasi sebesar 80,5% pada Bukalapak dengan persentase jumlah komentar positif 42,5% dan komentar negatif 57,5%, sedangkan pada Shopee didapatkan nilai akurasi sebesar 74% dengan persentase jumlah komentar positif 45% dan komentar negatif 55%, serta pada Tokopedia didapatkan nilai akurasi sebesar 82% dengan persentase jumlah komentar positif 37% dan komentar negatif 63%. Sedangkan kumpulan kata yang mendominasi dari hasil analisis pada Bukalapak sentimen positif antara lain: sukses, mantap, cepat dan sentimen negatif antara lain: tipu, bohong, komplain, sedangkan pada Shopee sentimen positif antara lain: gratis, alhamdulillah, murah dan sentimen negatif antara lain: tipu, susah, kecewa, serta pada Tokopedia sentimen positif antara lain: mantap, hadiah, sukses dan sentimen negatif antara lain: eror, payah, tipu.

Kata Kunci : Analisis Sentimen, *Facebook*, *Marketplace Online*, *Support Vector Machine*.

**SENTIMENT ANALYSIS OF FACEBOOK SOCIAL MEDIA
TOWARD ONLINE MARKETPLACE IN INDONESIA USING
SUPPORT VECTOR MACHINE METHOD**

Saadillah Razaqi Salam¹, Agung Nilogiri²

Informatics Engineering Study Program, Faculty of Engineering,

University of Muhammadiyah Jember

s.razaqi97@gmail.com¹, agungnilogiri@unmuhjember.ac.id²

ABSTRACT

The existence of an online marketplace in Indonesia makes shopping online easier. But there is a feeling of satisfaction or dissatisfaction in its use. Facebook social media is one of the media used by the community to convey these feelings. In this research a sentiment analysis can be concluded that can conclude the community assessment of the online marketplace. The data used in this study are comments in the official fan page of Bukalapak, Shopee and Tokopedia for the period February to September 2018. The classification method in this study uses the classification of Support Vector Machine with a non linear kernel Radial Basic Function (RBF) concept. The test results from this study are the most optimal classification of comments obtained by the accuracy of 80.5% at Bukalapak with the percentage of the number of positive comments 42.5% and negative comments 57.5%, while in Shopee the accuracy value is 74% with the percentage of comments positive 45% and negative comments 55%, and on Tokopedia obtained an accuracy value of 82% with a percentage of positive comments 37% and negative comments 63%. While the collection of dominating words from the analysis on Bukalapak positive sentiments include: successful, steady, fast and negative sentiments, among others: deception, lying, complaints, while in Shopee positive sentiments include: free, thank God, cheap and negative sentiments include : deception, difficulty, disappointment, and on Tokopedia positive sentiments include: solid, gifts, success and negative sentiments include: error, poor, deceitful.

Keywords : *Sentiment Analysis, Facebook, Online Marketplace, Support Vector Machine*