

## Abstrak

*Web e-commerce* tidak hanya memberikan fasilitas untuk melakukan transaksi jual-beli, juga memberikan fasilitas kepada konsumen untuk memberikan *review* atau komentar terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Pada penelitian Tugas Akhir ini, objek yang dijadikan sebagai bahan penelitian merupakan *review* yang diberikan oleh konsumen terhadap lima macam produk elektronik pada *web Amazon.com*, *review* tersebut digunakan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mingqing Hu dan Bing Liu pada paper yang berjudul “*Mining and Summarizing Customer Reviews*” [1].

*Review* atau opini yang diberikan oleh konsumen dapat berupa opini positif maupun negatif yang dapat membantu konsumen, produsen, dan penjual dalam melakukan pengambilan keputusan. Jumlah *review* yang semakin banyak dan tidak terbatas dapat mengakibatkan konsumen kesulitan untuk menentukan orientasi opini, sehingga diperlukan analisis klasifikasi opini yang dapat menentukan polaritas sentimen (positif maupun negatif) terhadap *review* yang diberikan oleh konsumen.

Proses klasifikasi opini yang akan dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *semi-supervised* dengan bantuan *opinion lexicon* atau kamus *on-line* (WordNet) berdasarkan *similarity* atau nilai kedekatan antar kata sehingga dapat memberikan orientasi yang sesuai dengan label pada *data set*.

Kata kunci: *review* konsumen, orientasi opini, klasifikasi, *semi-supervised*, *opinion lexicon*, WordNet, *WordNet similarity*, label, *data set*.