
Abstrak

Twitter merupakan salah satu Media Sosial yang digunakan untuk menyalurkan opini dan membahas berbagai masalah yang ada disekitar. Salah satu masalah yang banyak dibahas adalah Toko Online yang merupakan salah satu sistem terbaru dalam berbelanja. Toko Online banyak digunakan oleh konsumen karena mudah dan cepat dalam proses transaksinya. Pada tahun 2017, Tokopedia dan Lazada menjadi salah satu situs Toko Online yang sering dikunjungi dan banyak melakukan transaksi. Analisis sentimen merupakan suatu cara untuk membandingkan pendapat banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan sentimen yang terjadi pada setiap komentar mengenai Tokopedia dan Lazada pada media sosial Twitter. Sentimen yang digunakan akan dibagi menjadi 2 kelas, yaitu positif dan negatif serta menggunakan Naïve Bayes Classifier sebagai algoritmanya. Hasil penelitian diperoleh akurasi 75.26% untuk Lazada dan 83.97% untuk Tokopedia.

Kata kunci : *Analisis Sentimen, Naïve Bayes Classifier, Tokopedia, Lazada*
