

Analisis Sentimen Kepuasan Pelanggan Transportasi Online pada Twitter Menggunakan *Support Vector Machine* dengan Pembobotan *Chi-square*

Hario Biyanesha Putra¹, Yuliant Sibaroni², Kemas Muslim L³

^{1,2,3}Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung

¹biyaneshamaster@students.telkomuniversity.ac.id, ²yulliant@telkomuniversity.ac.id,

³kemasmuslim@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Seiring dengan berjalannya waktu, moda transportasi online di Indonesia semakin diminati oleh masyarakat. Moda transportasi online yang banyak diminati oleh masyarakat berupa Gojek dan Grab. Banyak dari masyarakat yang menyampaikan berbagai opini dan pendapat mengenai kedua layanan transportasi online tersebut melalui media sosial. Opini dan pendapat tersebut dapat dimanfaatkan sebagai data untuk analisis sentimen. Analisis sentimen pada penelitian ini merupakan proses mengekstraksi pendapat, sentimen evaluasi dan opini mengenai pelayanan ojek online yang ada di Indonesia. Opini yang berada di media sosial dapat digunakan sebagai data pada penelitian ini dan kemudian mengkategorikannya menjadi sentimen positif, negatif atau netral. Berdasarkan ide tersebut, SVM digunakan sebagai metode klasifikasi. Untuk membantu meningkatkan performansi, *chi-square* digunakan sebagai metode pembobotan. Metode pembobotan TF-IDF juga digunakan untuk membandingkan hasil kinerja terhadap *Chi-square*. Hasil penelitian menunjukkan nilai akurasi tertinggi didapatkan pada klasifikasi menggunakan kernel *RBF* dan menggunakan pembobotan *Chi-square*, dengan hasil sebesar 86% pada data gojek dan 88% pada data Grab.

Kata Kunci : *Support Vector Machine (SVM)*, *Sentiment Analysis*, *Term Frequency-Inverse Document Frequency (TF-IDF)*, *Chi Square*, Transportasi Online