

Abstract

Perkembangan teknologi dan informasi secara signifikan telah meningkatkan aksesibilitas terhadap jenis media tertentu, khususnya ulasan di internet. Ulasan ini dapat bermanfaat untuk membantu pelanggan dalam membuat keputusan pembelian yang tepat sekaligus memberikan wawasan berharga kepada pemilik bisnis untuk menyempurnakan operasi mereka. Untuk menganalisis opini pelanggan, salah satu pendekatannya adalah dengan menggunakan Analisis Sentimen. Metode ini menggabungkan teknik seperti Pemrosesan Bahasa Alami dan Kecerdasan Buatan untuk mengkategorikan opini menjadi sentimen positif atau negatif. Proses analitis ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk teks, seperti resensi. Tujuannya adalah untuk memahami nada emosional atau opini yang disampaikan dalam ulasan. Dalam bidang analisis sentimen, terdapat metode khusus yang dikenal sebagai analisis sentimen berbasis aspek. Ulasan dibedah menjadi aspek-aspek yang relevan. Misalnya dalam review restoran, aspek yang mungkin dianalisis adalah makanan, harga, pelayanan, dan suasana. Beberapa metodologi dapat digunakan untuk analisis sentimen, termasuk klasifikasi Naïve Bayes dan penggunaan Word2Vec sebagai alat ekstraksi fitur. Hasil kinerja tertinggi dengan menggunakan Naïve Bayes dan Word2Vec pada penelitian ini menghasilkan kinerja sebesar 85,27% untuk aspek keseluruhan, 83,96% untuk aspek makanan, 87,89% untuk aspek harga, 86,87% untuk aspek layanan, dan 87,33% untuk aspek suasana.