

## Abstrak

Jumlah pelanggan toko online meningkat pesat seiring menjamurnya *e-commerce* dan meningkatnya jumlah para pedagang online. Para pelanggan dapat mereview produk secara online. Review pelanggan ini menjadi suatu sumber informasi yang sangat berguna baik bagi pelanggan maupun produk manufaktur. Pelanggan dapat menggunakan informasi tersebut untuk mendukung keputusan mereka dalam membeli suatu barang. Bagi produk manufaktur, mengerti pendapat pelanggan merupakan informasi yang berharga untuk perkembangan suatu produk, pemasaran, dan juga CRM (Customer Relationship Management). Tetapi dengan semakin banyaknya review suatu produk, memunculkan masalah yaitu menyulitkan pelanggan maupun produk manufaktur dalam mengevaluasi review yang ada.

Pada tugas akhir ini bertujuan untuk meringkas review-review yang ada dengan cara dikelompokkan berdasarkan fitur dan orientasi opininya. Setiap review akan dicari fitur yang dibahas dan ditentukan orientasi opininya. Ada 3 tahapan yaitu: (1) mengekstrak fitur dari suatu produk dan mengidentifikasi opini yang berhubungan dengan fitur produk dalam masing-masing kalimat (*feature extraction*); (2) mengidentifikasi orientasi opini (*sentiment analysis*); (3) menghasilkan ringkasan berdasarkan fitur dan orientasinya (*review summary*). Metode klasifikasi *maximum entropy* digunakan untuk mengklasifikasi fitur yang diekstrak.

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa menggunakan metode klasifikasi *maximum entropy* menghasilkan performansi yang lebih baik daripada tanpa menggunakan *maximum entropy*.

**Kata Kunci :** *Data Mining, Opinion Mining, Opinion Summarization, Post Tagging, Maximum Entropy*