**PROPOSAL TA**

A picture containing text, clipart

Description automatically generated PERBANDINGAN METODE *MACHINE LEARNING* UNTUK SENTIMEN ANALISIS *REVIEW* PENJUALAN PRODUK DI TOKOPEDIA

**Disusun Oleh:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nama** | **:** | **Muhammad Reza** |
| **Nim** | **:** | **2019470055** |

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

**2023**

**ABSTRACT**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**

*Alhamdulillaahirabbil‟aalamiin*, puji syukur penyusun panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan umat, yaitu Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat, sehingga penyusunan tugas akhir yang berjudul “Pemanfaatan *Naives Bayes* untuk sentimen analisis *review* produk laptop di Shoppe” sebagai syarat untuk kelulusan jenjang strata satu di Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Dalam penyusunan proposal tugas akhir penyusun banyak memperoleh petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak.

Untuk selanjutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaianTA ini, yaitu:

1. Dekan Fakultas Teknik Bapak Irfan Purnawan, S.T., M.Chem.Eng.
2. Ketua Program Studi Teknik Informatika Ibu Popy Meilina, S.T., M. Kom
3. Dosen pembimbing Ibu Popy Meilina, S.T., M. Kom
4. Kedua orang tua penyusun yang selalu memberikan do’a dan motivasi

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang pesat di zaman modern seperti ini mengubah kebiasaan manusia sebagai contoh membeli berbagai macam barang menggunakan toko *online* atau *electronic commerce* karena kemudahan serta praktis, banyaknya promosi yang menimbulkan minat beli barang di toko *online* menjadi konsumtif (Ricky et al., 2021).

Pembelian menggunakan toko *online* yang menjadi kebiasaan saat ini, akan tetapi calon konsumen membeli barang melihat dari fitur toko *online* yaitu *review* atau penilaian barang yang dijual oleh pihak toko *online* oleh konsumen yang sudah membeli barang ditoko itu apakah barang tersebut *positive* (bagus) atau *negative* (kurang bagus) (Kabiru & Sari, 2019).

Penilaian dari konsumen sebelumnya yang memberikan *review* barang yang sudah dibeli berdasarkan rating agar dapat menjadi parameter calon konsumen untuk selektif dalam membeli barang di toko *online* (Hariyanto & Trisunarno, 2021)*.* *Review* atau penilaian merupakan keadaan konsumen memberikan pendapat, kesan tentang barang atau produk yang dibeli (Harli et al., 2021).

Analisa terhadap penilaian toko *online* diperlukan, maka ilmu untuk mengolah data abstrak atau data teks diperlukan, ilmu untuk mengolah data teks adalah *Natural processing language,* karena *Natural processing language* merupakan cabang ilmu kecerdasan buatan yang dapat berinteraksi antara mesin dengan bahasa manusia (Nofiyanti & Oki Nur Haryanto, 2021).

Berdasarkan penjelasan *Natural processing language* yang sudah dijelaskan, didalam  *Natural processing language* ada metode analisis sentimen, analisis sentimen merupakan menambang opini atau analisa opini publik (Wankhade et al., 2022). Maka dari itu sangat tepat jika menggunakan analisis sentimen untuk menentukan positif atau negatif berdasarkan kata.

Penelitian terhadap analisis sentimen dalam ilmu *Natural processing language* menggunakan *machine learning* seperti melakukan analisis sentimen pada ulasan produk tokopedia menggunakan *support vector* sebagai *machine learning,* hanya mempunyai 2 kelas, yaitu positif dan negatif, pada penelitian tersebut menghasilkan akurasi 83,33%, hasil *Area Under Curve* 0.946 (Handayani, 2021).

Penelitian analisis sentimen menggunakan *decision tree* sebagai *machine learning* dengan fokus masalah ulasan mengenai hotel, kemudian dilakukan pengumpulan data, *preprocessing data,* pemodelan, sampai evaluasi akurasi menghasilkan sebesar 88,45% (Apriliani et al., 2020).

Penelitian berikutnya menggunakan *K - Nearest Neighbor* sebagai *machine learning* dengan fokus permasalahan analisis sentimen pengguna Twitter tentang topik Pilkada DKI (Daerah Khusus Ibukota) tahun 2017, melakukan pengambilan data dengan teknik *scraping*, kemudian melakukan *processing data*, menghitung bobot kata, kemudian pemodelan *K - Nearest Neighbor* menghasilkan hasil akurasi sebesar 67,2% dengan nilai K=5 (Deviyanto & Wahyudi, 2018).

Penyusun pada penelitian ini menganalisa sentimen di *e-commerce* Tokopedia, Tokopedia merupakan *e-commerce* yang berkembang dengan pengguna sebesar 153,46 juta (Handayani, 2021). Penelitian ini melakukan analisis sentimen *review* konsumen Tokopedia apakah penilaian konsumen bersifat positif atau negatif dengan komparasi *machine learning* untuk menentukan *machine learning* yang baik berdasarkan hasil akurasi.

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan di latar belakang, permasalahan tersebut dilakukan

identifikasi sebagai berikut:

1. Analisa opini publik bersifat abstrak karena dalam mengolahnya berbentuk teks dengan rating, dan memerlukan ilmu untuk mengolah hal tersebut.
2. Analisis sentimen dengan *machine learning* *K - Nearest Neighbor, decision tree, support vector* sudah banyak dilakukan akan tetapi dari berbeda data dan fokus penelitian menghasilkan berbagai macam hasil akurasi.
   1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan diatas, akan dilakukan perumusan atau kajian

sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengolah data teks untuk melakukan analisis sentimen, melakukan analisis sentimen dengan menghasilkan positif, dan nilai negatif, serta cara melakukan pelabelan sentimen berdasarkan rating bintang 1 sampai 5?
2. Bagaimana cara melakukan komparasi *machine learning* untuk analisis sentimen berdasarkan 2 kondisi positif dan negatif?
   1. **Batasan Masalah**

Proposal tugas akhir ini memiliki batasan agar lebih mengerucut lagi dan tidak

melebar, maka diberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Mengolah data teks, yaitu penilaian atau ulasan konsumen berdasarkan rating apakah opini tersebut positif atau negatif.
2. Melakukan komparasi *machine learning decision tree, naives bayes, K - Nearest Neighbor*