

ABSTRAK

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi semakin pesat. Selain sebagai sarana komunikasi dan informasi, internet juga memungkinkan individu untuk meningkatkan pendapatan ekonomi dengan mengabdikan keinginan konsumen dalam berbelanja, khususnya melalui belanja online. Belanja online merupakan kebutuhan bagi individu tertentu dalam kehidupannya sebagai konsumen. Pengguna aplikasi shopee dapat berbelanja terlebih dahulu hingga batas tertentu berkat fungsi paylater. Fitur paylater pada shopee dinamakan *Shopeepaylater*. Melalui fitur *Shopeepaylater*, member aktif shopee menerima fasilitas dari perusahaan berupa pinjaman cepat dengan suku bunga sangat rendah. Masing-masing pengguna baru yang ingin memanfaatkan fitur *Shopeepaylater*, berpotensi tertarik untuk melihat bagaimana pengguna *twitter* sebelumnya menanggapi *tweet* yang menggunakan fungsi *Shopeepaylater*. Untuk memastikan seberapa besar layanan *Shopeepaylater* ini dapat memfasilitasi kenyamanan konsumen. Oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan pengambilan opini dari masyarakat pada media sosial *twitter*. Namun terdapat masalah dalam penentuan *tweet* yang menghasilkan mana kata positif atau negatif. Maka dari itu dilakukan analisis sentimen untuk bisa mengklasifikasikan berbagai opini tersebut. Dalam penelitian kali ini menggunakan metode *Naïve Bayes Classifier* untuk mengklasifikasikan kategori sentimen dari pengguna. Data yang digunakan adalah *tweet* yang berjumlah 1.024 *tweet*, kemudian diproses melalui beberapa tahapan mulai dari *preprocessing* data, pembobotan *TF-IDF* dan klasifikasi. Hasil evaluasi dari model klasifikasi *Naïve bayes classifier* menggunakan *K-fold cross validation* didapatkan hasil tertinggi pada k-7 dengan hasil *akurasi* sebesar 75%, *precision* 80% dan *recall* 73%.

Kata kunci: *Analisis Sentimen, Shopeepaylater, Naïve Bayes Classifier, K-Fold Cross Validation*