

## ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi informasi terutama pada pengguna media sosial yang banyak mengubah cara masyarakat untuk melakukan komunikasi antar pengguna, serta untuk menyampaikan opini atau persepsi umum, hingga pengalaman yang telah mereka alami. Bahkan terhadap Tokopedia tentunya banyak opini atau persepsi umum yang disampaikan pengguna terkait layanan *marketplace* tersebut didalam media sosial, melihat jumlah pengguna internet dalam belanja *online* yang termasuk dalam penggunaan internet paling banyak diakses. Sebuah analisis sentimen untuk mengetahui jumlah persepsi terhadap Tokopedia dengan menggunakan klasifikasi algoritma. Banyaknya algoritma yang digunakan untuk klasifikasi analisis sentimen data membuat beragam penelitian yang menggunakan dua atau lebih untuk membandingkan seberapa akurat algoritma yang dipilih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja dari algoritma *Decision Tree* dan *Naïve Bayes* dalam melakukan klasifikasi data serta melakukan komparasi tingkat akurasi terhadap algoritma tersebut. Hasil menunjukkan algoritma *Naïve Bayes* memiliki kinerja yang baik dan memiliki tingkat akurasi tertinggi yaitu 63,33%. Selain itu *Naïve Bayes* memiliki nilai *precision*, *recall*, dan *f-measure* tertinggi yaitu 63,59%, 63,59%, dan 62,2%. Kemudian pada algoritma *Decision Tree* memiliki nilai akurasi 56,62% dan nilai *precision* 70,06%, *recall* 53,83% dan *f-measure* 43,55%. Data *tweet* yang di pergunakan sebanyak 1000 data dengan sentimen positif memiliki 531 dan sentimen negatif memiliki 469, menunjukkan tingkat layanan pada Tokopedia cenderung baik.

**Kata kunci:** *Decision Tree*, *Naïve Bayes*, Sentiment, *Twitter*.