

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet sangat fantastis, sebelum pandemic angkanya hanya 175 juta. Sedangkan data terbaru dari Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Salah satu pengaruh terhadap peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia adalah semakin maraknya kegiatan jual beli melalui media internet. Pada saat ini terdapat berbagai macam aplikasi *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* terbaru di Indonesia ialah Tiktok Shop. Tiktok shop merupakan fitur baru dari aplikasi tiktok yang berdiri pada tanggal 17 April 2021. Perkembangan tiktok shop tidak lepas dari masyarakat yang menggunakan fitur tersebut. Banyak masyarakat memberikan opini tentang Tiktok Shop disalah satu media sosial yaitu *twitter*. *Twitter* menjadi tempat untuk mengumpulkan data melalui teknik crawling data. Masyarakat banyak mengungkapkan opini mereka tentang Tiktok Shop dengan membuat *tweets* kemudian diposting ke *timeline*. Data yang dikumpulkan dengan teknik crawling sejumlah 1000 data yang terdiri dari *tweets* berbahasa Indonesia. Data tersebut kemudian diolah untuk dianalisa agar menjadi pengetahuan. Analisa dilakukan dengan metode *Naïve Bayes* dan *Decision Tree*. Hasil akurasi dari Algoritma *Naïve Bayes* yaitu 86.6% dan algoritma *Decision tree* yaitu 89.7% maka algoritma *Decision Tree* lebih baik untuk melakukan klasifikasi sentiment analisis pengguna twitter terhadap Tiktok Shop dengan pembagian data 80%:20%.

Kata Kunci: Sentimen Analisi, Tiktok Shop, Twitter, *Naïve Bayes* dan *Decision Tree*