

ABSTRAK

Peningkatan jumlah pengguna Pos Indonesia dan J&T *Express* membuat opini yang disampaikan pengguna terkait layanan dari perusahaan tersebut juga ikut meningkat. Twitter menjadi salah satu tempat yang sering digunakan oleh pelanggan untuk menyampaikan keluhan serta pendapat terkait layanan dari suatu perusahaan. Keluhan yang umumnya disampaikan oleh pelanggan terhadap jasa pengiriman antara lain harga layanan yang mahal, keterlambatan pengiriman, barang yang hilang saat proses pengiriman, dan keluhan terhadap pegawai yang bersikap tidak baik. Diperlukan suatu metode untuk mengetahui kecenderungan opini-opini tersebut berisi sentimen positif atau negatif dari pengguna terhadap layanan dari Pos Indonesia dan J&T *Express*. Metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kecenderungan opini berisi sentimen positif atau negatif adalah analisis sentimen. Algoritma untuk melakukan klasifikasi sentimen menggunakan algoritma *Support Vector Machine* (SVM).

Hasil analisis sentimen mendapatkan 110 data sentimen positif terhadap Pos Indonesia dan 96 data sentimen positif terhadap J&T *Express*. Hal ini menggambarkan pelanggan Pos Indonesia merasa lebih puas dibandingkan pelanggan J&T *Express*. Tingkat akurasi paling tinggi dengan menggunakan algoritma SVM dalam melakukan klasifikasi sentimen yaitu sebesar 80,14% dengan perbandingan data 70% data latih dan 30% data uji dengan rata-rata *precision* 90%, rata-rata *recall* 51,74% dan rata-rata *f-measure* 47,80%.

Kata Kunci: J&T *Express*, Pos Indonesia, Sentimen, *Support Vector Machine*, Twitter.