**RINGKASAN**

 Ruangguru merupakan salah satu media pembelajaran online yang populer di Indonesia. Penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui bagaimana tanggapan publik terhadap produk atau layanan yang diberikan. Tanggapan atau opini yang diberikan oleh publik dapat mempengaruhi citra atau pandangan orang lain terhadap sebuah perusahaan, dimana salah satu media yang sering digunakan untuk menyampaikan keluhan terhadap suatu produk atau perusahaan yaitu media sosial seperti *twitter* yang berupa tulisan pendek yang disebut *tweet*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sentimen terhadap media pembelajaran ruangguru dengan menggunakan data pada media sosial twitter. Data diambil menggunakan *API twitter* sebanyak 2259 data dan dikelompokkan menjadi tiga kelas positif, negatif dan netral dimana hasil pelabelan yang telah dilakukan terdapat 75% sentimen positif, 10% memiliki sentimen negatif, dan 15% bersentimen netral. Dari hasil pelabelan yang telah ada dapat dilakukan proses klasifikasi dengan menggunakan metode *Support Vector Machine (SVM)* didapat kernel yang memiliki tingkat akurasi tertinggi yaitu kernel linear sebesar 76,7%, dimana dari 451 data yang diuji, terdapat 346 data yang diklasifikasikan secara tepat. Dari kelas sentimen negatif dapat diperoleh informasi terdapat 11 permasalahan atau keluhan yang teridentifikasi dengan kata kunci “belajar”, “layanan”, “materi”, “aplikasi”, “handphone”, “langganan” dan kata “beli”. Permasalahan yang muncul tersebut dikelompokkan kedalam 6P faktor diagram fishbone yaitu *Price, People, Process, Promotion, Place* dan *Product*.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa sentimen yang ditujukan kepada media pembelajaran *online ruangguru* cenderung memiliki nilai positif yang lebih besar dibandingkan dengan nilai sentimen negatif maupun netral. Dimana sentimen negatif yang muncul berkaitan dengan layanan maupun aplikasi yang disediakan oleh pihak *ruangguru.* Oleh karena itu perlu dilakukan peningkatan kualitas layanan yang diberikan serta aplikasi yang disediakan sesuai dengan apa yang dikeluhkan oleh pengguna. Serta dimasa yang akan datang diharapkan dilakukannya penelitian yang lebih dalam dengan menggunakan cakupan data yang lebih besar agar tingkat akurasi dari analisis sentimen yang dilakukan lebih akurat dari penelitian sebelumnya.