

INTISARI

SENTIMENT ANALYSIS PENGGUNA TIKTOK TERHADAP PARIWISATA LAMPUNG DENGAN PENERAPAN ALGORITMA NAÏVE BAYES

oleh

HANNI SAPUTRI

hanniputriiii@gmail.com

Pariwisata saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, banyak sekali destinasi wisata terutama di Provinsi Lampung menjadi sasaran para wisatawan. Para wisatawan biasanya mencari referensi wisata melalui ulasan destinasi wisata secara online, media social saat ini menjadi wadah untuk para wisatawan mencari informasi dengan mudah. Pada sektor wisata dalam pengambilan keputusan dari media social mengalami peningkatan dan memiliki potensi yang besar sebagai sarana promosi dengan menampilkan foto yang menarik, seperti keindahan yang ada di tempat wisata tersebut, terutama tiktok yang beberapa tahun belakangan ini menjadi sarana untuk mencari informasi dengan mudah, banyak sekali *content creator* yang membuat video tiktok terkait dengan pariwisata yang ada di Lampung, dan juga menuai banyak pro dan kontra terhadap Pariwisata yang ada di provinsi Lampung.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis komentar para pengguna Tiktok yang terdapat pada video tiktok tentang pariwisata Lampung untuk menghasilkan informasi terkait Pariwisata Lampung. Metode yang akan peneliti gunakan yaitu metode *Naïve Bayes* yang kemudian di olah menggunakan *Tools Google Collab*.

Hasil dari penelitian ini yaitu mendapatkan komentar terbanyak yaitu Netral dengan nilai akurasi tertinggi sebanyak 76 % yang sudah masuk ke dalam uji validasi.

Kata Kunci : *Sentiment Analysis, Naïve Bayes, Tiktok, Pariwisata Lampung*

ABSTRACT

SENTIMENT ANALYSIS OF TIKTOK USERS TOWARDS TOURISM LAMPUNG WITH THE APPLICATION OF THE NAÏVE BAYES ALGORITHM

By:

HANNI SAPUTRI

e-mail: hanniputriiii@gmail.com

Tourism has become a necessity for society nowadays. There are many tourist destinations in Lampung Province, which is the target of tourists. Tourists usually look for tourist references through online reviews of tourist destinations. Social media is now a place for tourists to find information easily. In the tourism sector, decision-making from social media has experienced improvement and has great potential as a means of promotion with interesting photo displays, such as the beauty of the tourist spot, especially TikTok which in recent years, has become a means of searching for information easily. There are lots of content creators who made TikTok videos related to tourism in Lampung and also reap many pros and cons of tourism in Lampung province. Therefore, this research was interested in analyzing the comments of TikTok users found in TikTok videos about Lampung tourism to generate information related to Lampung Tourism. The method used was the Naïve Bayes method then processed using Google Collab Tools. The research results showed that most comments were neutral with a value. The highest accuracy was 76% which was included in the validation test.

Keywords: Sentiment Analysis, Naïve Bayes, Tiktok, Lampung Tourism.