

## INTISARI

Wisata yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat destinasi diluar tempat tinggalnya dalam waktu sementara. Tujuan wisata itu tak lain untuk menenangkan jiwa dan pikiran yang stress akibat lelahnya bekerja dan aktifitas setiap saat. Purbalingga merupakan salah satu kabupaten yang mempunyai salah satu tempat wahana air terbesar dan terlengkap di provinsi Jawa Tengah. Pada era ini, banyak orang tidak bisa lepas dari internet dan kebanyakan dari mereka membagikan pengalaman mereka di media sosial seperti Facebook dan Twitter. Aktivitas ini menghasilkan data dalam jumlah besar yang dikenal sebagai "Big Data". Twitter, sebagai salah satu media sosial populer sering digunakan oleh orang untuk mengekspresikan perasaan dan pemikiran mereka. Data dari aktivitas ini dapat digunakan untuk analisis sentimen. Pada penelitian ini, analisis sentiment diambil dari ulasan pada Twitter dan polaritas pada masing-masing kelas yaitu positif, negative. Setiap orang tentunya mempunyai sudut pandang berbeda mengenai penilaian terhadap objek wisata tersebut. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mengetahui kualitas wisata Owabong adalah dengan cara analisis sentimen dengan algoritma Naïve Bayes. Dengan 1938 ulasan, hasilnya menunjukkan akurasi model 74%, Recall model 74%, dan Precision model 78%. Klasifikasi Naïve Bayes menunjukkan positive sentiment 10.6% dan negative sentiment 89.43%.

Kata kunci: Wisata, Owabong, Twitter, Naïve Bayes

## ABSTRACT

*Tourism is an activity involving individuals or groups traveling to a destination outside their residence for a temporary period. The purpose of tourism is to relax the soul and mind, relieving stress caused by the exhaustion of work and daily activities. Purbalingga is one of the districts that has one of the largest and most comprehensive water recreation facilities in Central Java province. In this era, many people cannot detach themselves from the internet, and most of them share their experiences on social media platforms such as Facebook and Twitter. This activity generates a large amount of data known as "Big Data." Twitter, as one of the popular social media platforms, is frequently used by people to express their feelings and thoughts. Data from these activities can be utilized for sentiment analysis. In this study, sentiment analysis is derived from reviews on Twitter, and the polarity in each class is categorized as positive or negative. Each individual undoubtedly has a different perspective regarding the evaluation of the tourist destination. Therefore, one way to assess the quality of Owabong tourism is by conducting sentiment analysis using the Naïve Bayes algorithm. With 1938 reviews, the results indicate a model accuracy of 74% , a model recall of 74%, and a model precision of 78%. The Naïve Bayes classification shows a positive sentiment of 10.6% and a negative sentiment of 89.43%.*

*Keywords: Tourism, Owabong, Twitter, Naïve Bayes*