

INTISARI

Studi ini menggunakan algoritma Naive Bayes Multinomial untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap objek wisata Curug Telu di Karangasalam, Baturraden. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui proses web scraping yang digunakan oleh Apify dan ada 926 ulasan berbahasa Indonesia telah melalui proses pre-processing seperti cleaning data, normalization, tokenizing, dan stemming. Pendekatan berbasis lexicon menggunakan kamus kata dan emotikon untuk menentukan polaritas teks digunakan untuk label sentimen. Data juga dibagi menjadi dua bagian: data latih dan data uji, dengan rasio 80:20. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model Naive Bayes mampu mengklasifikasikan sentimen dengan cukup baik; dengan 89,49% akurasi pada data latih dan 86,58% akurasi pada data uji, sebagian besar ulasan bersifat positif (65,84%), netral (27,44%), dan negatif (6,72%). Hasilnya menunjukkan bahwa pengunjung secara umum menyukai Curug Telu. Selain itu, model yang digunakan menunjukkan kinerja yang stabil dan memiliki risiko overfitting yang rendah. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan bantuan dalam penerapan analisis sentimen dalam industri pariwisata, khususnya dalam hal mengetahui bagaimana wisatawan melihat suatu destinasi dan bagaimana mereka menggunakannya sebagai alat untuk membuat keputusan bagi pengelola wisata.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, Curug Telu, Google Maps, Naive Bayes Multinomial, Ulasan Wisata

ABSTRACT

This study uses the Multinomial Naive Bayes algorithm to analyze visitors' perceptions of the Curug Telu tourist attraction in Karangsalam, Baturraden. The data used in this study was collected through a web scraping process using Apify; 926 Indonesian-language reviews underwent pre-processing such as text cleaning, normalization, tokenization, and stemming. A lexicon-based approach using a dictionary of words and emoticons to determine text polarity was used for sentiment labeling. The data was also divided into two parts: training data and test data, with an 80:20 ratio. Testing results show that the Naive Bayes model is capable of classifying sentiment fairly well; with 89.49% accuracy on the training data and 86.58% accuracy on the test data, most reviews are positive (65.84%), neutral (27.44%), and negative (6.72%). The results indicate that visitors generally like Curug Telu. Additionally, the model used demonstrates stable performance and has a low risk of overfitting. It is hoped that this research will provide assistance in the application of sentiment analysis in the tourism industry, particularly in understanding how tourists perceive a destination and how they use it as a tool for decision-making for tourism managers.

Keywords: Sentiment Analysis, Curug Telu, Google Maps, Naive Bayes Multinomial, Travel Reviews