

Abstrak

SISTEM REKOMENDASI TUJUAN WISATA DI LAMPUNG BERBASIS ANALISIS SOSIAL MEDIA DENGAN MENGGUNAKAN *SENTIMENT ANALYSIS*

Oleh

Muhammad Augusto Reformansyah

Dalam era digital saat ini, banyak wisatawan yang mencari informasi mengenai tempat wisata melalui media sosial. Sistem rekomendasi tujuan wisata dengan menggunakan *sentiment analysis* pada media sosial Instagram dapat memberikan rekomendasi tujuan wisata yang sesuai. Dalam penelitian ini telah berhasil membuat *website* sistem rekomendasi tempat wisata di Provinsi Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Science Research Methodology* dengan menggunakan *naive bayes* dan *decision rules*. *Naive bayes* sebagai klasifikasi positif dan negatif dengan model *Bernoulli NB*, *Gaussian NB* dan *Multinomial NB* memiliki nilai akurasi rata-rata secara berurutan sebesar 0.76, 0.67, dan 0.77. *Decision rules* sebagai aturan menentukan keputusan rekomendasi wisata di Lampung menghasilkan kondisi *64 rule* kategori yang berupa tempat wisata. Sistem yang telah dibuat, dapat membantu wisatawan dalam menemukan tujuan wisata yang sesuai dengan minat mereka dan juga dapat membantu pengelola wisata dalam meningkatkan kualitas layanan wisata di Lampung.

Kata Kunci : Sistem Rekomendasi, *Sentiment Analysis*, *Design Science Research Methodology*, *Naive bayes*, *Decision Rules*.

Abstract

***TOURISM DESTINATION RECOMMENDATION SYSTEM IN LAMPUNG
BASED ON SOCIAL MEDIA ANALYSIS USING SENTIMENT ANALYSIS***

By

Muhammad Agosto Reformansyah

In the current digital era, many tourists search for information about tourist destinations through social media. A tourist destination recommendation system using sentiment analysis on Instagram can provide suitable recommendations for tourist destinations. This study successfully created a website for a tourism recommendation system in Lampung Province. The Design Science Research Methodology was used in this study, along with naive Bayes and decision rules. Naive Bayes, which is a positive and negative classification with the Bernoulli NB, Gaussian NB, and Multinomial NB models, had average accuracy values of 0.76, 0.67, and 0.77, respectively. Decision rules, as a method of determining tourism recommendations in Lampung, produced 64 category rules for tourist destinations. The system created can assist tourists in finding suitable tourist destinations based on their interests and can also assist tourism managers in improving the quality of tourism services in Lampung.

Keywords : Recommendation System, Sentiment Analysis, Design Science Research Methodology, Naive bayes, Decision Rules