

ABSTRAK

Beberapa tempat kuliner belum tentu mempunyai ulasan yang baik dari pelanggan padahal ulasan yang kurang baik dapat menurunkan reputasi dan popularitas dari tempat kuliner. Oleh karena itu, diperlukan klasifikasi sentimen ulasan dari berbagai tempat kuliner di Jawa Timur. Sentimen ulasan pada tempat kuliner dapat memberikan informasi dan panduan kepada pengunjung mengenai pengalaman orang lain yang telah mengunjungi tempat tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sentimen ulasan dan mengembangkan dashboard hasil sentimen ulasan tempat kuliner di Jawa Timur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ulasan tempat kuliner di Jawa Timur yang diperoleh dari situs *Google Maps Review* pada beberapa tempat kuliner di Jawa Timur. Metode atau algoritma yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Naïve Bayes*, yang merupakan metode klasifikasi yang efektif dalam memprediksi sentimen berdasarkan kata-kata atau frasa yang terdapat dalam ulasan. Hasil analisis sentimen ini memberikan informasi yang lebih mendalam tentang persepsi pelanggan terhadap tempat kuliner di Jawa Timur dengan tampilan *Dashboard* berbasis *website* menggunakan *Flask* dan *Google Looker Studio*. Penelitian ini membandingkan model *Naive Bayes Multinomial* dengan model *BernoulliNB* dan *GaussianNB*. Hasil menunjukkan bahwa *Naive Bayes Multinomial* memiliki performa lebih tinggi, dengan akurasi mencapai 83%, sementara *BernoulliNB* dan *GaussianNB* masing-masing memiliki akurasi 76% dan 50%. Penggunaan *labeling* dengan *rating* menghasilkan peningkatan signifikan pada model *BernoulliNB* dan *GaussianNB*, mencapai 83% dan 80%. Temuan ini menegaskan bahwa *Naive Bayes Multinomial* lebih efektif dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan. Selain itu, implementasi *dashboard* untuk analisis sentimen memberikan manfaat yang signifikan bagi calon pelanggan dan pemilik bisnis di industri kuliner, memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih informatif dan peningkatan kualitas layanan.

Kata Kunci: Tempat kuliner, Sentimen, Ulasan, *Naïve Bayes*, *Multinomial*, *Dashboard*

ABSTRACT

Some culinary places do not necessarily have good reviews from customers even though unfavorable reviews can reduce the reputation and popularity of culinary places. Therefore, it is necessary to classify the sentiment of reviews from various culinary places in East Java. Sentiment reviews on culinary places can provide information and guidance to visitors regarding the experiences of other people who have visited the place. The purpose of this research is to analyze the sentiment of reviews and develop a dashboard of sentiment results of reviews of culinary places in East Java. The data used in this study are reviews of culinary places in East Java obtained from the Google Maps Review site on several culinary places in East Java. The method or algorithm used in this research is Naïve Bayes, which is an effective classification method in predicting sentiment based on words or phrases contained in reviews. The results of this sentiment analysis provide more in-depth information about customer perceptions of culinary places in East Java with a website-based Dashboard display using Flask and Google Looker Studio. This research compares the Naive Bayes Multinomial model with the BernoulliNB and GaussianNB models. The results show that Naive Bayes Multinomial has a higher performance, with accuracy reaching 83%, while BernoulliNB and GaussianNB have accuracy of 76% and 50%, respectively. The use of labeling with ratings resulted in significant improvements to the BernoulliNB and GaussianNB models, reaching 83% and 80%. These findings confirm that Naive Bayes Multinomial is more effective in classifying review sentiment. In addition, the implementation of dashboards for sentiment analysis provides significant benefits to potential customers and business owners in the culinary industry, facilitating more informed decision-making and improved service quality.

Keywords: *Culinary Places, Sentiment, Reviews, Naïve Bayes, Multinomial, Dashboard*