

ABSTRAK

Media sosial adalah media jejaring online yang digunakan satu sama lain untuk melakukan interaksi dan kolaborasi oleh para penggunanya. Instagram adalah suatu platform media sosial sebagai sarana untuk berbagi momen melalui gambar dan video. Banyaknya interaksi antara pengguna melalui komentar menyebabkan terciptanya berbagai pendapat. Komentar tersebut dijadikan sumber data untuk diolah dengan analisis sentimen untuk mengetahui reputasi wisata kuliner di Kota Bandung. Komentar diperoleh melalui teknik scraping menggunakan python, dimana hasil scraping tersebut berupa data komentar *noise* yang harus melewati tahap *cleaning* dan *preprocessing* agar dataset dapat berfungsi maksimal saat dilakukan pengolahan menggunakan algoritma klasifikasi. Perbandingan algoritma klasifikasi yang dipakai adalah Naïve Bayes, Decision Tree, dan K-NN, dimana hasil akurasi tertinggi didapatkan bahwa Naïve bayes memiliki akurasi yang paling tinggi yaitu 86.87%, *Precision* 93%, *Recall* 57.50%, sehingga menghasilkan *F1-Measure* sebesar 75.39. Kemudian dilakukan pembobotan dengan TF-IDF untuk melihat bobot tiap kata yang terkandung dalam komentar positif, selanjutnya dilakukan perhitungan perankingan bobot menggunakan metode *simple additive weighting* (SAW) sebagai metode untuk pendukung keputusan untuk reputasi wisata kuliner kota bandung. Mangkok Manis, Mie Gacoan dan Lotek Alkateri menjadi tiga restoran yang memiliki bobot paling tinggi dibandingkan restoran lainnya.

Kata kunci : Analisis Sentimen, Instagram, Naïve Bayes, *Simple additive Weighting*, Kuliner Kota Bandung.