

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, A., Tukino, & Nurapriani, F. (2022). Penerapan analisis sentimen dan Naive Bayes terhadap opini penggunaan kendaraan listrik di Twitter. *Jurnal TIKA*, 7(3), 243–249.
- Bruns, A., & Stieglitz, S. (2013). Towards more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities. *International Journal of Social Research Methodology*, 16(2), 91–108.
- Fitriana, F., Nurfauzi, A., & Rahman, T. (2021). Analisis sentimen opini terhadap vaksin COVID-19 pada media sosial Twitter menggunakan Support Vector Machine dan Naïve Bayes. *Jurnal Komtika*, 5(1), 19–25.
- Huda, B., Sembiring, I., Setiawan, I., Manongga, D., Purnomo, H. D., Hendry, A., Fauzi, A., Hananto, A. L., & Tukino. (2024). Analisis sentimen E-Learning X terhadap antarmuka pengguna menggunakan kombinasi Multinomial Naive Bayes dan pendekatan design thinking. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 11(4), 895–902. <https://doi.org/10.25126/jtiik.1147678>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah (HKPD)*.
- Liu, B. (2012). *Sentiment analysis and opinion mining*. Morgan & Claypool Publishers.
- Murthy, D. (2013). *Twitter: Social Communication in the Twitter Age*. Polity Press.
- Novianto, R., & Fauzi, A. (2024). Strategi komunikasi publik berbasis data sosial: Studi analisis media sosial terhadap respons kebijakan pemerintah. *Journal of Digital Governance*, 6(1), 45–52.
- Nugroho, A. (2024). Analisis sentimen pada media sosial Twitter menggunakan Naïve Bayes Classifier dengan ekstraksi fitur N-Gram. *Jurnal Sains Komputer & Informatika*, 2(2), 200–209.
- Nurfauzi, O. M., Hilabi, S. S., Nurapriani, F., & Huda, B. (2025). Analisis sentimen Grab Indonesia pada ulasan Google Play Store menggunakan algoritma Naïve Bayes dan Support Vector Machine. *SMARTICS Journal*, 11(1), 8–13. <https://doi.org/10.21067/smartics.v11i1.11789>
- Prasetya, R., Hananto, A. L., Novalia, E., & Tukino. (2025). Penerapan algoritma Naïve Bayes untuk perbandingan sentimen ulasan Lazada dan Tokopedia. *JUTISI: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 9(2).
- Prasetyo, S. D., Hilabi, S. S., & Nurapriani, F. (2023). Analisis sentimen relokasi Ibukota Nusantara menggunakan algoritma Naïve Bayes dan KNN. *Jurnal KomtekInfo*, 10(1), 1–7. <https://doi.org/10.35134/komtekinfo.v10i1.330>
- Putri, M. A., Kurniawan, A., & Wahyudi, S. (2023). Analisis sentimen masyarakat terhadap kebijakan pajak menggunakan media sosial Twitter. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 45–58.

- Rahmawati, L., Utami, T. D., & Saputro, B. D. (2024). Evaluasi kebijakan publik melalui analisis sentimen media sosial: Studi kasus pajak daerah. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(3), 89–102.
- Sari, D., Kuncoro, B., & Ayuningtyas, F. (2023). Persepsi publik terhadap kebijakan fiskal di Indonesia: Pendekatan analisis media sosial. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 14(2), 123–135.
- Sebastiani, F. (2002). Machine learning in automated text categorization. *ACM Computing Surveys*, 34(1), 1–47.
- Suprpto, A., & Syamsuddin, R. (2024). Analisis sentimen persepsi publik terhadap resesi ekonomi di Indonesia melalui media sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 55–68.
- Suryani, P. S. M., Hartono, A., & Lestari, N. (2024). Penggunaan metode Naïve Bayes dalam analisis sentimen Facebook berbahasa Indonesia. *Majalah Ilmiah Teknologi Elektro*, 18(1), 145–156.
- Yulianto, B., Santosa, A., & Widodo, D. (2023). Pengaruh media sosial terhadap persepsi publik terhadap sistem peradilan di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 15(1), 77–90.

