



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 3976-3988

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Implementasi Algoritma Analisis Sentimen pada Konten Interaktif Website Promosi Kearifan Lokal Adat Tabot Bengkulu

Yulia Darnita^{1✉}, Ahmad Nuril Khakim², Rozali Toyib³, Sastya Hendri Wibowo⁴

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: yuliadarnita@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tabot adalah upacara adat tahunan yang diselenggarakan oleh masyarakat Bengkulu sebagai bentuk pelestarian kearifan lokal. Promosi kearifan lokal melalui platform digital, terutama website, menjadi penting untuk memperkenalkan dan melestarikan tradisi budaya. Website promosi adat Tabot Bengkulu, yang berisi konten interaktif seperti video, gambar, dan artikel, bertujuan menarik minat pengguna. Sentimen pengguna terhadap website ini penting untuk memahami tanggapan mereka. Algoritma analisis sentimen, yang mempelajari hubungan antara kata-kata dan sentimen, dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk analisis opini publik dan pemasaran, meskipun penggunaannya dalam konteks kearifan lokal masih terbatas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Naive Bayes untuk klasifikasi sentimen. Data ulasan produk dikumpulkan dan diproses menggunakan teknik Pre-Processing seperti tokenisasi, Stemming, dan penghapusan Stopwords. Aplikasi yang digunakan untuk pengembangan sistem ini adalah Python dengan pustaka scikit-learn sebagai alat utama untuk implementasi algoritma Naive Bayes. Sistem dibangun dengan spesifikasi yang mencakup pengolahan data teks dan visualisasi hasil analisis sentimen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem klasifikasi sentimen otomatis yang dibangun dapat mengklasifikasikan sentimen ulasan produk dengan akurasi yang memuaskan. Sistem ini berhasil membedakan antara ulasan positif, negatif, dan netral. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa metode Naive Bayes memiliki kinerja yang baik dalam klasifikasi sentimen dengan akurasi yang mencapai 67%. Sistem klasifikasi sentimen otomatis yang dibangun dalam penelitian ini mampu membantu dalam menganalisis sentimen. Dengan akurasi yang tinggi, sistem ini dapat menjadi alat yang efektif untuk memahami opini dan sentimen yang berkembang di dunia digital.

Kata Kunci: *Promosi Kearifan Lokal, Algoritma Analisis Sentimen, Metode Naive Bayes*

Abstract

Tabot is an annual traditional ceremony held by the people of Bengkulu as a form of preserving local wisdom. Promoting local wisdom through digital platforms, especially websites, has become important for introducing and preserving cultural traditions. The Tabot Bengkulu promotional website, which contains interactive content such as videos, images, and articles, aims to attract users' interest. User sentiment towards this website is crucial for understanding their responses. Sentiment analysis algorithms, which study the relationship between words and sentiments, can be used for various purposes, including public opinion analysis and marketing, although their use in the context of local wisdom is still limited. The method used in this research is the Naive Bayes method for sentiment classification. Product review data is collected and processed using Pre-Processing techniques such as tokenization, Stemming, and Stopword removal. The application used for system development is Python with the scikit-learn library as the main tool for implementing the Naive Bayes algorithm. The system is built with specifications that include text data processing and sentiment analysis result visualization. The results of this study indicate that the automatic sentiment classification system built can classify product review sentiments with satisfactory accuracy. The system successfully distinguishes between positive, negative, and neutral reviews. Further analysis shows that the Naive Bayes method performs well in sentiment classification, with an accuracy of 67%. The automatic sentiment classification system built in this research can help analyze sentiments. With high accuracy, this system can be an effective tool for understanding opinions and sentiments developing in the digital world.

Keywords: *Local Wisdom Promotion, Sentiment Analysis Algorithm, Naive Bayes Method.*

PENDAHULUAN

Tabot adalah sebuah upacara adat yang diselenggarakan oleh masyarakat Bengkulu setiap tahunnya. Upacara ini merupakan salah satu bentuk pelestarian kearifan lokal Bengkulu (Kurniawan *et al.*, 2022). Tradisi Tabot di Bengkulu terdiri dari sembilan rangkaian acara, yang berlangsung selama sepuluh hari antara 1–10 Muharam dalam sebuah festival kebudayaan (Saputri & Riau, 2023). Upacara ini dimeriahkan dengan berbagai kegiatan, seperti pawai, pertunjukan seni, dan perlombaan.

Pengenalan dan promosi kearifan lokal melalui platform digital, terutama melalui *website*, telah menjadi elemen krusial dalam memperkenalkan dan melestarikan tradisi budaya (Apriani *et al.*, 2024). Kearifan lokal merupakan bagian dari warisan budaya yang mencerminkan nilai-nilai yang terdapat dalam tradisi serta kebiasaan masyarakat, seperti semangat kerjasama, kesiapan untuk berkorban, saling menghargai, dan sikap toleransi (Taufiq, 2023). Dalam rangka mempromosikan kearifan lokal adat Tabot Bengkulu, sebuah *website* promosi telah dibangun. *Website* ini berisi konten-konten interaktif, seperti video,

gambar, dan artikel. Konten-konten interaktif ini diharapkan dapat menarik minat pengguna untuk mempelajari lebih lanjut tentang adat Tabot Bengkulu

Sentimen adalah perasaan atau emosi yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu hal. Sentimen dapat positif, negatif, atau netral (Amelia *et al.*, 2023). Sentimen pengguna terhadap *website* promosi adat Tabot Bengkulu dapat digunakan untuk mengetahui tanggapan pengguna terhadap *website* tersebut. Berbagai sumber pustaka menggarisbawahi kompleksitas dalam mengukur sentimen dan respons masyarakat terhadap konten promosi budaya. Tercatat bahwa algoritma analisis sentimen dapat memberikan pemahaman mendalam terkait tanggapan publik terhadap suatu konten, dan penggunaannya dalam konteks kearifan lokal masih terbatas (Natasya Azzahra *et al.*, 2023).

Algoritma analisis sentimen dapat digunakan untuk menganalisis sentimen dari pengguna. Algoritma ini menggunakan teknik-teknik pembelajaran mesin untuk mempelajari hubungan antara kata-kata dan sentimen (Situmorang *et al.*, 2023). Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa analisis sentimen dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk analisis opini publik, analisis pemasaran, dan analisis sentimen politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode Naive Bayes sebagai teknik utama untuk klasifikasi sentimen terhadap data ulasan produk. Metode ini dipilih karena keunggulannya dalam menangani data teks dengan pendekatan probabilistik yang sederhana namun efektif. Data ulasan produk dikumpulkan dari berbagai sumber, kemudian melalui serangkaian proses *pre-processing* untuk meningkatkan kualitas data sebelum analisis dilakukan. Proses *pre-processing* mencakup beberapa tahapan penting, seperti tokenisasi, yang bertujuan untuk memecah teks menjadi unit kata-kata atau frasa; stemming, yang berfungsi untuk mengubah kata ke bentuk dasarnya; dan penghapusan *stopwords*, yaitu kata-kata umum yang tidak memiliki makna signifikan dalam analisis, seperti "dan," "atau," dan "adalah."

Pengembangan sistem dilakukan dengan menggunakan aplikasi Python, yang menyediakan fleksibilitas tinggi dalam pengolahan data teks. Pustaka *scikit-learn* digunakan sebagai alat utama untuk implementasi algoritma Naive Bayes, karena pustaka ini menawarkan berbagai fungsi yang mempermudah proses klasifikasi dan evaluasi model. Sistem ini dirancang dengan spesifikasi yang mencakup kemampuan pengolahan data teks secara terperinci, sehingga hasil analisis sentimen dapat diolah dengan akurasi yang lebih baik. Selain itu, sistem ini juga dilengkapi dengan fitur visualisasi

hasil analisis, seperti grafik dan diagram, untuk menyajikan informasi secara lebih mudah dipahami oleh pengguna.

Dengan pendekatan ini, sistem yang dibangun diharapkan mampu memberikan hasil analisis sentimen yang tidak hanya akurat tetapi juga informatif. Visualisasi hasil membantu pengguna memahami pola sentimen yang terkandung dalam ulasan produk, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis. Secara keseluruhan, penggunaan metode Naive Bayes, didukung oleh teknik *pre-processing* yang komprehensif dan pengembangan berbasis Python, memberikan landasan kuat bagi sistem untuk melakukan analisis sentimen secara efisien dan efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Algoritma *Naive Bayes*

Membagi Data

```
from sklearn.model_selection import train_test_split
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(X, y, test_size=0.2, random_state=42)
```

Gambar 1. Perintah Membagi Data

Data dibagi menjadi dua bagian, yaitu training set dan test set. Training Set (Set Pelatihan) subset data yang digunakan untuk melatih model. Biasanya terdiri dari 70-80% dari total dataset. Test Set (Set Pengujian) subset data yang digunakan untuk menguji kinerja model setelah pelatihan. Biasanya terdiri dari 20-30% dari total dataset.

Melatih Model *Naive Bayes*

```
from sklearn.naive_bayes import MultinomialNB
nb_model = MultinomialNB()
nb_model.fit(X_train, y_train)
```

Gambar 2. Perintah Melatih Model *MultinomialNB*

MultinomialNB adalah implementasi dari algoritma *Multinomial Naive Bayes* yang digunakan untuk klasifikasi. Pada baris ke-2, kita membuat sebuah instance dari kelas *MultinomialNB* dan menyimpannya dalam variabel `nb_model`. Pada baris ini, kita melatih model *Naive Bayes* menggunakan dataset pelatihan. Metode `fit` pada `nb_model` memerlukan dua parameter, `X_train`: Data fitur pelatihan, yang biasanya berupa matriks dokumen-terhadap-fitur setelah *Vektorisasi*. `y_train`: Label atau target yang sesuai dengan

data fitur pelatihan, yang berisi kategori atau kelas untuk setiap sampel dalam X_train.

Evaluasi Akurasi Model

```
from sklearn.metrics import accuracy_score, classification_report

y_pred = nb_model.predict(X_test)

# Menghitung akurasi
accuracy = accuracy_score(y_test, y_pred)
print(f"Accuracy: {accuracy * 100:.2f}%")

# Menampilkan classification report
print(classification_report(y_test, y_pred))
```

Gambar 3. Perintah Evaluasi Akurasi Model

Pada baris ke-2, kita menggunakan model yang telah dilatih (nb_model) untuk membuat prediksi pada data uji (X_test). Hasil prediksi ini disimpan dalam variabel y_pred. pada baris ke-3 menghitung akurasi model menggunakan fungsi accuracy_score. Akurasi adalah proporsi prediksi yang benar dari total prediksi yang dibuat oleh model. Pada baris terakhir, kita menampilkan laporan klasifikasi menggunakan fungsi classification_report. Laporan ini mencakup metrik-metrik penting. Precision: Proporsi prediksi positif yang benar dari total prediksi positif yang dibuat oleh model. Recall: Proporsi prediksi positif yang benar dari total kejadian positif yang sebenarnya. F1-Score: Rata-rata harmonis dari precision dan recall, memberikan gambaran keseimbangan antara keduanya. Support: Jumlah kejadian aktual dari setiap kelas dalam data uji.

Distribusi Sentimen

```
!pip install pandas matplotlib
# Import pustaka yang diperlukan
import pandas as pd
import matplotlib.pyplot as plt

# Membaca data dari file CSV
file_path = '0:/1/Commenter-labeled.csv'
df = pd.read_csv('TTCommenter_labeled.csv')

# Menghitung jumlah masing-masing sentimen
sentiment_counts = df['Sentiment'].value_counts()

# Membuat diagram lingkaran
plt.figure(figsize=(8, 8))
plt.pie(sentiment_counts, labels=sentiment_counts.index, autopct='%1.1f%%', startangle=140, colors=['#FF9999', '#66B3FF', '#99FF99'])
plt.title('Distribusi Sentimen Komentar')
plt.show()
```

Gambar 4. Perintah Distribusi Sentimen

Kode ini menggunakan pustaka pandas dan matplotlib untuk membaca dan memvisualisasikan data sentimen dari file CSV. Pertama, data dibaca menggunakan pandas, dan jumlah setiap kategori sentimen dihitung menggunakan value_counts(). Selanjutnya, diagram lingkaran dibuat untuk menunjukkan distribusi persentase masing-masing sentimen, dengan warna yang berbeda untuk setiap kategori. Diagram ini memberikan

gambaran visual tentang bagaimana sentimen didistribusikan dalam komentar, membantu dalam analisis cepat terhadap persepsi umum dari komentar tersebut.

Wordcloud

```
# Import pustaka yang diperlukan
import pandas as pd
import re
from wordcloud import WordCloud
import matplotlib.pyplot as plt
import nltk

# Membaca data dari file CSV
df = pd.read_csv('kosongg_label.csv')

# Filter out rows with NaN comments
df = df.dropna(subset=['Comment'])

# Gabungkan semua komentar yang telah diproses
all_comments = ' '.join(df['cleaned_comment'])

# Buat WordCloud
wordcloud = WordCloud(width=800, height=400, background_color='white').generate(all_comments)

# Tampilkan WordCloud
plt.figure(figsize=(10, 5))
plt.imshow(wordcloud, interpolation='bilinear')
plt.axis('off')
plt.show()
```

Gambar 5. Perintah *Wordcloud*

Kode ini menggunakan beberapa pustaka *Python* untuk membaca dan memproses data teks dari file CSV. Pertama, *pandas* digunakan untuk membaca data dan menghapus baris dengan komentar kosong. Selanjutnya, semua komentar yang sudah dibersihkan digabungkan menjadi satu string. Kemudian, *WordCloud* dibuat untuk memvisualisasikan frekuensi kata dengan latar belakang putih, dan *matplotlib.pyplot* menampilkan hasilnya. Awan kata ini membantu melihat kata-kata yang paling sering muncul dalam komentar, memberikan wawasan tentang konten yang sering dibahas.

Implementasi Tampilan *Website*

Beranda



Gambar 6. Beranda

Pada bagian beranda berisi tentang judul *website*, Gambar yang menarik yang menggambarkan adat Tabot Bengkulu, Slogan yang menarik dan menggambarkan tujuan

website.

Tentang Tabot



Gambar 7. Tentang Tabot

Di bagian tentang tabot menjelaskan tentang sejarah tabot di Provinsi Bengkulu, Asal usul tabot serta menjelaskan makna yang terkandung dalam setiap prosesi ritual yang dilaksanakan pada tanggal 1-10 muharram dan menjadi wadah untuk melestarikan budaya juga nilai-nilai luhur masyarakat Bengkulu

Agenda



Gambar 8. Agenda

Dibagian Agenda berisikan jadwal acara yang akan dilaksanakan pada tanggal 1 sampai 10 muharram dan peta lokasi tabot yang akan dilaksanakan.

Galeri



Gambar 9. Galeri

Galeri berisikan foto-foto dari keindahan tabot dengan kreasi masyarakat dan video yang berisikan tentang promosi kemeriahan dan keindahan tabot Bengkulu.

Kolom Komentar Dan Grafik Sentimen

Komentar Pengunjung Sentiment Analysis



Gambar 10. Komentar dan Grafik Sentimen

Pada ini terdapat kolom komentar dan grafik sentimen dari pengunjung yang telah mengirimkan komentar, komentar ini dapat membantu dalam meningkat kebutuhan yang dibutuhkan pengunjung untuk melihat promosi lokal adat tabot yang ada dikota Bengkulu.

Hasil dan Analisis

Analisis Model *Naïve Bayes*

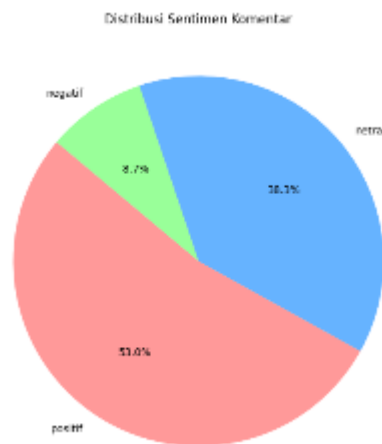
Setelah model dilatih dan diuji, langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil yang diperoleh. Kinerja model diukur menggunakan metrik akurasi, precision, recall, dan F1-score. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari uji coba model *Naïve Bayes* pada dataset komentar:

Accuracy: 0.67				
	precision	recall	f1-score	support
negatif	1.00	0.30	0.46	10
netral	0.76	0.45	0.57	29
positif	0.62	0.95	0.75	37
accuracy			0.67	76
macro avg	0.80	0.56	0.59	76
weighted avg	0.73	0.67	0.64	76

Gambar 11. Hasil Kinerja Model

Model *Naive Bayes* ini menunjukkan akurasi keseluruhan sebesar 67%, dengan kinerja yang baik pada kategori "positif" (F1-Score: 0.75) berkat recall yang tinggi (0.95). Namun, kinerja pada kategori "negatif" kurang memuaskan dengan F1-Score hanya 0.46, meskipun precision-nya sempurna (1.00), disebabkan oleh recall yang rendah (0.30). Kategori "netral" memiliki F1-Score sedang (0.57), menunjukkan tantangan dalam mendeteksi data ini dengan baik. Perbedaan jumlah data antar kelas, terutama "negatif", kemungkinan memengaruhi performa model.

Visual Distribusi Sentimen



Gambar 12. Distribusi Sentimen Komentar

Distribusi sentimen pada data yang dianalisis menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memberikan komentar yang bersifat positif. Ini menunjukkan kepuasan atau dukungan terhadap konten atau layanan yang disediakan. Sentimen netral yang cukup signifikan menunjukkan adanya pengguna yang memberikan umpan balik objektif, sementara sentimen negatif yang minimal menunjukkan sedikit ketidakpuasan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang distribusi sentimen pada data yang kita miliki:

3. Penerapan Algoritma *Naive Bayes*. (Melatih model dengan data yang telah diberi label sentimen, Menguji model dengan data baru untuk memprediksi sentimen dari komentar atau ulasan yang belum diberi label).
4. Visualisasi Hasil Analisis. (Diagram Lingkaran dan *Wordcloud*)
5. Integrasi ke dalam *Website*. (Menampilkan diagram lingkaran dan *Wordcloud* pada halaman khusus yang menampilkan analisis sentimen dari komentar pengguna, Menggunakan hasil analisis untuk meningkatkan kualitas konten dan interaksi di *website*, seperti menyoroti aspek-aspek yang dihargai oleh pengguna dan memperbaiki aspek-aspek yang mendapat kritik).

Apakah Algoritma Analisis Sentimen dapat Memberikan Hasil Analisis Sentimen yang Akurat?

Implementasi algoritma analisis sentimen, khususnya algoritma *Naive Bayes*, pada konten interaktif *website* promosi adat Tabot Bengkulu menunjukkan bahwa algoritma ini mampu memberikan hasil analisis sentimen yang akurat dan bermanfaat. Algoritma *Naive Bayes* terbukti efektif dalam mengklasifikasikan sentimen dari komentar pengguna menjadi kategori positif, netral, dan negatif. Algoritma ini mampu menangkap pola dan karakteristik dari data teks yang memungkinkan identifikasi sentimen dengan tingkat akurasi yang memadai. Proses *pre-processing* teks, termasuk penghapusan *stopwords*, dan *Stemming*, sangat penting dalam meningkatkan akurasi analisis sentimen. Langkah-langkah ini membantu dalam membersihkan dan merapikan data, sehingga algoritma dapat fokus pada kata-kata yang bermakna dan relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, I., Mutiara, A., Santoso, I., Cipta, S., Informatika, K., Jakarta, U., & Id, A. A. (2023). ANALISIS SENTIMEN OPINI PUBLIK TERHADAP PENGAMBIL ALIHAN TMII OLEH PEMERINTAH DENGAN ALGORITMA *NAÏVE BAYES*. *Jurnal IKRAITH-INFORMATIKA*, 7(2), 142. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/issue/archive>
- Apriani, N. P., Muliantini, N. L., & Mahaputri, K. M. (2024). *GOING DIGITAL: THE ROLE OF GEN-Z IN PROMOTING LOCAL CULTURE AND WISDOM THROUGH TIKTOK AMIDST THE TECHNOLOGICAL ADVANCEMENT OF THE SOCIETY 5.0 ERA* by.
- Florencia Winata, A., & Adelia. (2023). Pembuatan *Website* Jasa Salon Mobil One Autocare di Karawang. *Jurnal Strategi*, 5(1), 244–256. www.merdeka.com,
- Hasri, C. F., & Alita, D. (2022). PENERAPAN METODE *NAÏVE BAYES* CLASSIFIER DAN SUPPORT VECTOR MACHINE PADA ANALISIS SENTIMEN TERHADAP DAMPAK

- VIRUS CORONA DI TWITTER. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 3(2), 145–160. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- Khairudin. (2023). *ADAT TABUT DAN KONSTRUKSI TRADISI KEAGAMAAN AKULTURATIF MASYARAKAT BENGKULU* (1st ed.). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Kurniawan, S., Jamiah, R., Metro, I., Dewantara, J. K. H., Iringmulyo, A., Timurr, M., Metro, K., Oktober, D. T., November, D. T., & Desember, D. T. (2022). RITUAL TABOT PROVINSI BENGKULU SEBAGAI MEDIA DAKWAH ANTAR BUDAYA TABOT RITUAL IN BENGKULU PROVINCE AS AN INTERCULTURAL DA'WAH MEDIA. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 03. <http://journal.unbara.ac.id/index.php/JKB>
- Natasya Azzahra, S., Hikmatyar, M., Perjuangan, U., & Peta No, J. (2023). Analisis Sentimen Taman Wisata Karang Resik Dengan Metode *Naïve Bayes*. *JURNAL SISTEM INFORMASI DAN TEKNOLOGI INFORMASI*, 12(2), 200–209.
- Normawati, D., & Prayogi, S. A. (2021). Implementasi *Naïve Bayes* Classifier Dan Confusion Matrix Pada Analisis Sentimen Berbasis Teks Pada Twitter. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5(2), 697–711.
- Nurhaeni, S., Faurina, R., Utama, F. P., & Anggriani, K. (2023). Sentiment Analysis Komentar Berbahasa Bengkulu Menggunakan Long Short-Term Memory (LSTM). *Pseudocode*, 10(2), 117–125. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.10.2.117-125>
- Ramadhani, B., Suryono, R. R., & Kunci, K. (2024). JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA Komparasi Algoritma *Naïve Bayes* dan Logistic Regression Untuk Analisis Sentimen Metaverse. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 8(2), 714–725. <https://doi.org/10.30865/mib.v8i2.7458>
- Rimapradesi, Y., & Jatmika, S. (2021). Tabut: Ekspresi Kebudayaan Imigran Muslim India (Benggala) di Bengkulu. *Sosial Budaya*, 18(1), 28. <https://doi.org/10.24014/sb.v18i1.12124>
- Saputri, R., & Riau, U. (2023). Strategi City Branding Provinsi Bengkulu Melalui Festival Tabot Welly Wirman. *Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic)*, 2(4), 1–12. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i1.94>
- Situmorang, R., Tamyis, U. M., & Muni, L. S. (2023). ANALISIS SENTIMEN DESTINASI WISATA DI JAWABARAT PADA TWITTER MENGGUNAKAN ALGORITMA *NAIVE BAYES* CLASSIFIER. *JURNAL SISTEM INFORMASI DAN TEKNIK KOMPUTER*, 8(2), 339–342. <https://doi.org/10.24002/jjis.v1i1.1664>
- Sriwenda Putri, K., Setiawan, R., & Pambudi, A. (2023). ANALISIS SENTIMEN TERHADAP BRAND SKINCARE LOKAL MENGGUNAKAN *NAIVE BAYES* CLASSIFIER. *Technologia*, 14(3), 227–232.

- Syafitri, T. M., Novianti, M., & Effendi, D. (2023). Strategi City Branding dalam meningkatkan Minat berkunjung Wisatawan pada Festival Budaya Tabut Bengkulu. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 320–330. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.912>
- Taufiq, M. (2023). STRATEGI BRANDING BERBASIS KEARIFAN LOKAL. *JURNAL SINDA*, 3(3), 46–58. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i3>
- Thakare, N. V. (2021). Aspect Based Sentiment Analysis for *E-commerce* Shopping Website. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 9(11), 1819–1822. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2021.39117>
- Tri Rahman, A., & Qurniati, A. (2022). PERAN TOKOH MASYARAKAT DALAM MELESTARIKAN BUDAYA TABOT DI KOTA BENGKULU. *JUPANK (Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 2(2), 129–140.
- ZHAFIRA, A. R. (2021). *TRADISI TABUT PADA MASYARAKAT KOTA BENGKULU: KAJIAN PERSPEKTIF ETIKA JOSEPH FLETCHER.*