

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Juliyanto and F. Rusdi, "Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI)," *Prologia*, vol. 2, no. 2, p. 298, 2019, doi: 10.24912/pr.v2i2.3591.
- [2] G. P. Riyanto, "Berapa Jumlah Pengguna Aktif Twitter Saat Ini?," *www.compas.com*, 2022.
<https://tekno.kompas.com/read/2022/02/14/11010067/berapa-jumlah-pengguna-aktif-twitter-saat-ini?page=all> (accessed Jul. 03, 2022).
- [3] J. Teknologi and I. Jtsi, "Analisis Sentimen Respon Masyarakat Terhadap Kabar Harian Covid-19 Pada Twitter Kementerian Kesehatan," vol. 2, no. 3, pp. 32–37, 2021.
- [4] F. F. Mailo and L. Lazuardi, "Analisis Sentimen Data Twitter Menggunakan Metode *Text mining* Tentang Masalah Obesitas di Indonesia," *J. Inf. Syst. Public Heal.*, vol. 4, no. 1, pp. 28–36, 2019.
- [5] G. A. Buntoro, "Analisis Sentimen Calon Gubernur DKI Jakarta 2017 Di Twitter," *Integer J.*, vol. 2, no. 1, pp. 32–41, 2017, [Online]. Available: <https://t.co/jrvaMsgBdH>
- [6] S. S. M. K. Muhammad Arhami and S. T. M. T. Muhammad Nasir, *Data Mining - Algoritma dan Implementasi*. Penerbit Andi, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=AtcCEAAAQBAJ>
- [7] D. Jollyta, W. Ramdhan, and M. Zarlis, *Konsep Data Mining Dan Penerapan*. Deepublish, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=piMJEAQAQBAJ>
- [8] R. Habibi and A. Suryansah, *Aplikasi prediksi jumlah kebutuhan perusahaan*. Kreatif, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=sjDwDwAAQBAJ>
- [9] S. K. M. K. Dasril Aldo, S. P. M. K. Afriosa Syawitri, S. K. M. K. Alwendi, S. K. M. K. Darmansah, and S. K. M. K. Khairunnisa Samosir, *DATA MINING*. Insan Cendekia Mandiri, 2021. [Online]. Available:

<https://books.google.co.id/books?id=zWgtEAAAQBAJ>

- [10] D. Ariyanti and K. Iswardani, “Teks *Mining* untuk Klasifikasi Keluhan Masyarakat Pada Pemkot Probolinggo Menggunakan Algoritma Naive Bayes,” *J. IKRA-ITH Inform.*, vol. 4, no. 3, pp. 125–132, 2020.
- [11] F. A. Nugraha, N. H. Harani, R. Habibi, and R. M. Awangga, *Analisis Sentimen Terhadap Pembatasan Sosial Menggunakan Deep Learning*. Kreatif, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=f738DwAAQBAJ>
- [12] M. N. Ardhiansyah, R. Umar, and Sunardi, “Analisis Sentimen pada Twitter Menggunakan Metode Support Vector Machine,” *Semin. Nas. Teknol. Fak. Tek. Univ. Krisnadwipayana*, vol. 1, no. 1, pp. 739–742, 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.teknikunkris.ac.id/index.php/semnastek2019/article/view/343/342>
- [13] E. Indrayuni, “Klasifikasi *Text mining* Review Produk Kosmetik Untuk Teks Bahasa Indonesia Menggunakan Algoritma Aive Bayes,” *J. Khatulistiwa Inform.*, vol. 7, no. 1, pp. 29–36, 2019, doi: 10.31294/jki.v7i1.1.
- [14] N. Ainiyah, “Remaja Millenial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial,” *J. Pendidik. Islam Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 221–236, 2018, doi: 10.35316/jpii.v2i2.76.
- [15] M. F. Zein, *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*. Mohamad Fadhilah Zein, 2019. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=A_GYDwAAQBAJ
- [16] B. Aribowo, *Belajar Python dari Nol via Jupyter Notebook: Diandra Kreatif*. Diandra Kreatif, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=jnk3EAAAQBAJ>
- [17] T. Sanubari, C. Prianto, and N. Riza, *Odol (one desa one product unggulan online) penerapan metode Aive Bayes pada pengembangan aplikasi e-commerce menggunakan Codeigniter*. Kreatif, 2020. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=s4j_DwAAQBAJ

- [18] W. I. Rahayu, M. H. K. Saputra, R. M. Awangga, and R. Habibi, *Penerapan Metode Aive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Kreatif, 2020. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=CZv9DwAAQBAJ>

