

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia telah menjadi andalan bagi devisa negara. Sejak tahun 2013-2019 kontribusi sektor pariwisata tiap tahunnya terhadap perekonomian nasional terus meningkat. Berdasarkan Hasil Tutup Buku Anggaran, pada tahun 2018 devisa terbesar disumbang oleh sektor pariwisata dengan nilai mencapai lebih dari USD 19,2 miliar. Lalu, menurut Laporan The Travel & Tourism Competitiveness Report yang dirilis oleh WEF (World Economic Forum) pada tahun 2019 menunjukkan bahwa peringkat Indonesia dalam indeks daya saing pariwisata di dunia mengalami peningkatan menjadi peringkat 40 di tahun 2019 yang sebelumnya menduduki peringkat 42 di tahun 2017 (Calderwood & Soshkin, 2019).

Namun, pada tahun 2019-2020 sektor pariwisata di Indonesia mengalami penurunan terhadap PDB Indonesia. Pada tahun 2020 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Indonesia hanya sebesar 4,05%, sedangkan pada tahun sebelumnya yaitu tahun 2019 mencapai sebesar 4,7% (Najamudin, 2022). Hal ini menunjukkan turunnya PDB Indonesia dalam sektor pariwisata sebesar 0,65% termasuk dalam penurunan yang signifikan. Turunnya PDB Indonesia pada tahun 2019-2020 berbanding lurus dengan turunnya jumlah wisatawan domestik di tahun 2019-2020 yaitu sebesar 28,2% atau setara dengan 203,6 juta, pada tahun 2019 terdapat 722.158.734 orang wisatawan nusantara dan di tahun 2020 turun menjadi 518.588.963 orang wisatawan nusantara (Badan Pusat Statistik, 2022). Penurunan tersebut terjadi karena adanya pandemi Covid-19 yang membuat pemerintah melakukan salah satu upaya yaitu memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus laju penularan virus sehingga mobilitas masyarakat pun terbatas.

Presiden Republik Indonesia yaitu Joko Widodo menyatakan pada Rapat Terbatas di Istana Kepresidenan tahun 2020, bahwa pandemi Covid-19 diharapkan bisa menjadi momentum transformasi bagi perkembangan sektor pariwisata di Indonesia (Kompas, 2022). Momentum transformasi tersebut mulai dimanfaatkan oleh masing-masing Pemerintah Provinsi di Indonesia. Hal tersebut diperkuat dengan adanya laporan

Jumlah Perjalanan Wisatawan Domestik yang dirilis BPS (Badan Pusat Statistik) 2021 menunjukkan bahwa terdapat kenaikan sebesar 12% dengan jumlah wisatawan domestik di tahun 2021 mencapai 603.020.000 dibandingkan dengan tahun 2020 sebesar 518.588.963 wisatawan domestik. Berdasarkan Laporan Statistik Objek Daya Tarik Wisata yang dirilis BPS (Badan Pusat Statistik) 2020 menunjukkan bahwa provinsi memiliki objek daya tarik wisata terbanyak adalah Provinsi Jawa Barat sebesar 427 objek wisata, kemudian Provinsi Jawa Timur sebesar 420 objek wisata, dan Provinsi Jawa Tengah sebesar 285 objek wisata (Basuki & Suhesti, 2020). Sebagai pemegang jumlah objek wisata tertinggi pada tahun 2020, Pemerintah Provinsi Jawa Barat menyadari adanya potensi besar yang mesti dimanfaatkan dalam transformasi dan pemulihan sektor pariwisata di Jawa Barat.

Dalam upaya melakukan transformasi pada sektor pariwisata di Jawa Barat saat pandemi, salah satu objek wisata yang cocok adalah wisata alam. Karena wisata alam umumnya memiliki ruang terbuka luas yang memungkinkan wisatawan untuk menjaga jarak sosial dengan lebih baik, mengurangi risiko penyebaran virus, dan mematuhi protokol kesehatan yang dianjurkan. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Provinsi Jawa Barat tahun 2021 yaitu Pak Dedi Taufik yang mengatakan pihaknya memberikan prioritas tertinggi pada wisata berbasis alam karena dinilai lebih cocok untuk situasi pandemi.

Perkembangan pariwisata berbasis alam di Indonesia menjadi salah satu objek wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat. Berdasarkan Laporan Jumlah Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia Menurut Jenis Wisata yang dirilis BPS (Badan Pusat Statistik) 2020 menunjukkan bahwa 1003 (39,3%) objek wisata di Indonesia ditempati oleh daya tarik wisata buatan seperti wisata outbound, disusul dengan daya tarik wisata alam sebesar 651 (25,5%) objek wisata, wisata tirta (arung jeram, wisata selam, dll) sebesar 530 (20,8%) objek wisata, wisata budaya sebesar 236 (9,2%), kawasan pariwisata sebesar 92 (3,6%), dan taman hiburan rekreasi sebesar 40 (1,6%). Hal tersebut yang menjadi landasan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud)

Provinsi Jawa Barat untuk lebih memprioritaskan pariwisata berbasis alam di Jawa Barat karena menjadi salah satu objek wisata yang menjadi pilihan masyarakat di saat pandemi dan menjadi potensi untuk pemulihan sektor pariwisata di Jawa Barat.

Wisata alam di Jawa Barat selalu menjadi salah satu objek destinasi yang dipilih wisatawan saat berwisata salah satunya ke daerah Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat terletak di dataran tinggi sehingga memiliki keindahan alam yang memukau. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat terdapat 7.663.753 juta wisatawan nusantara mengunjungi daerah Kabupaten Bandung Barat untuk berwisata dari tahun 2019-2020. Adanya potensi wisata alam di Kabupaten Bandung Barat memberikan keleluasaan bagi wisatawan untuk berlibur dengan aman dan nyaman dengan menerapkan *physical distancing* dengan pengunjung lain dan memanfaatkan potensi keindahannya serta daya tarik untuk meningkatkan jumlah wisatawan nusantara.

Berdasarkan laporan Perubahan Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat Tahun 2018-2023 pada tahun 2021, Dedi Taufik menyatakan pihaknya memiliki strategi baru dalam melakukan pemulihan ekonomi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat adalah dengan adanya *new normal strategy* yang mengutamakan prinsip keselamatan dan kenyamanan pelanggan (*consumercentric*) (Taufik, 2021). Dalam menerapkan prinsip *consumercentric* guna memperlancar pemulihan sektor pariwisata di Jawa Barat serta memperkuat fasilitas digital yang dilakukan dengan kerjasama antara pihak ketiga guna memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh provinsi Jawa Barat. Keterlibatan masyarakat sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan membantu pemulihan pariwisata di Jawa Barat. Salah satu cara yang dapat dilakukan masyarakat untuk membantu meningkatkan kualitas pariwisata adalah dengan memberikan masukan terhadap objek wisata yang dikunjungi. Salah satu fasilitas digital yang bisa dimanfaatkan adalah fasilitas informasi publik berupa Google Maps. Google Maps memungkinkan penggunaannya untuk memberikan *rating* serta menambahkan ulasan pada tempat yang dikunjunginya yang mampu memberikan informasi. Sehingga, Google Maps dapat

menjadi sumber informasi yang tepat untuk melihat atau meneliti opini masyarakat pada suatu tempat melalui ulasan yang diberikan.

Hal yang dapat dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melalui opini masyarakat terkait ulasan suatu tempat wisata yaitu dengan adanya pemodelan topik. Dengan menggunakan pemodelan topik, memungkinkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dapat mengidentifikasi topik-topik yang sering muncul dan memberikan wawasan tentang preferensi wisatawan, seperti tempat wisata yang paling diminati, kegiatan yang paling populer, atau atribut yang dicari dalam destinasi wisata. Hal tersebut diperkuat dengan adanya penelitian yang menyatakan pemodelan topik cocok digunakan untuk mengidentifikasi topik yang paling banyak didiskusikan dari ulasan pengunjung (Irawan et al., 2019). Salah satu metode yang sering digunakan untuk melakukan pemodelan topik yaitu *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) dimana metode ini memungkinkan untuk menemukan pola tertentu pada sebuah dokumen dengan menghasilkan beberapa macam topik yang berbeda, sehingga tidak secara spesifik mengelompokkan dokumen kedalam sebuah topik tertentu (Blei et al., 2003). Ide dasar dari LDA adalah suatu dokumen direpresentasikan sebagai percampuran acak suatu topik bayangan, dimana setiap topik tersebut ditentukan oleh pendistribusian sejumlah kata (Blei et al., 2003). Maka, dapat dikatakan bahwa tujuan dari LDA adalah untuk menentukan berapa jumlah topik dari suatu korpus dan juga sebaran kata pada setiap topik-topik tersebut.

Metode LDA beberapa kali digunakan untuk melakukan pemodelan topik dengan beberapa topik yang berbeda, contohnya pada penelitian dengan judul “Analisis Sentimen dan Pemodelan Topik Pariwisata Lombok Menggunakan Algoritma *Naive Bayes* dan *Latent Dirichlet Allocation*” terdapat sub bahasan untuk mencari topik terkait Pariwisata Lombok melalui Twitter (Putu et al., 2021). Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yaitu menghasilkan topik terbaik dengan nilai koherensi 0,613 pada kelas positif pada 8 topik, kemudian topik terbaik dengan nilai koherensi 0,528 pada kelas negatif pada 12 topik. Hasil interpretasi topik pada kelas positif yang banyak dibicarakan oleh masyarakat adalah mengenai keindahan pantai di Pulau

Lombok khususnya gili trawangan dan pantai senggigi. Sedangkan, interpretasi topik pada kelas negatif topik yang banyak dibicarakan adalah mengenai sampah. Penelitian lainnya yaitu dengan judul “*Social-Child-Case Document Clustering based on Topic Modeling using Latent Dirichlet Allocation*” membahas terkait masalah sosial terhadap anak menggunakan data dari Dinas Sosial DIY dengan n-gram yaitu unigram dan bigram (Tresnasari et al., 2020). Hasil yang didapatkan pada penelitian ini yaitu menghasilkan topik terbaik pada jumlah 5 topik dengan nilai koherensi 0,9. Hasil interpretasi dari 5 topik membahas terkait masalah *broken home*, kelahiran yang tidak diinginkan, beraktivitas di jalanan, berhadapan dengan hukum, dan keluarga dalam rehabilitasi. Melihat hasil dari penelitian-penelitian tersebut, metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) digunakan pada penelitian ini dikarenakan metode tersebut merupakan salah satu metode yang baik dalam skema *dataset* yang berupa data ulasan pengguna dan dapat untuk membantu pencarian topik dalam opini wisatawan terhadap objek wisata sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana pengaruh penggunaan n-gram terhadap hasil interpretasi pada ulasan objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat?
2. Topik apa saja yang sering dibicarakan oleh wisatawan terhadap objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan n-gram terhadap hasil intepretasi pada ulasan objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengidentifikasi topik pada ulasan yang diberikan wisatawan terhadap objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat.

I.4 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil tempat objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat berdasarkan pada daftar yang tertera di laman visitkbb.bandungbaratkab.go.id.
2. Pengumpulan data pada tiap tempat objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat berjumlah maksimal 1000 data.
3. Data yang digunakan adalah data yang dimulai dengan rentang tanggal 1 Januari 2019 sampai tanggal 31 Desember 2022.
4. Data yang digunakan berupa teks ulasan pengguna berdasarkan urutan yang relevan dari Google Maps.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi tiga aspek sebagai berikut:

A. Manfaat bagi keilmuan

Sebagai tambahan literasi dalam pengetahuan rumpun ilmu Sistem Informasi, khususnya terkait pemodelan topik.

B. Manfaat bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Dapat menghasilkan beberapa topik data yang menjadi dasar pengembangan atau mendukung strategi *consumercentric* pada objek wisata alam di Kabupaten Bandung Barat.

C. Manfaat bagi peneliti

Mendapatkan pengalaman di bidang pengolahan data khususnya pada pengolahan data teks untuk mendukung strategi Disparbud Jawa Barat dengan menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation (LDA)* berupa pemodelan topik.