

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi dalam sektor pariwisata menjadi penting untuk memahami sentimen masyarakat terhadap destinasi wisata. Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap pariwisata, sehingga menyebabkan penurunan drastis dalam kunjungan wisatawan. Namun, seiring dengan berkurangnya penularan COVID-19, sektor pariwisata di Indonesia mulai pulih. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap pariwisata di Provinsi Bali melalui platform media sosial Instagram dan Twitter. Dengan menggunakan metode *Support Vector Machine* (SVM) dan teknik *Synthetic Minority Over-sampling Technique* (SMOTE), penelitian ini mengembangkan model analisis sentimen yang diintegrasikan dengan sistem data warehouse untuk memproses data dari berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi model analisis sentimen dengan data warehouse berhasil mengelola data secara efektif dengan tingkat akurasi model mencapai 90,76%. Visualisasi data melalui dashboard yang terhubung dengan SQL Server memberikan wawasan mendalam mengenai tren dan sentimen masyarakat terhadap destinasi wisata di Bali. Berdasarkan hasil analisis, rekomendasi strategis diberikan kepada pengelola wisata untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan algoritma SVM dalam analisis sentimen dapat memberikan hasil yang akurat dan bermanfaat untuk pengambilan keputusan strategis dalam sektor pariwisata.

Kata kunci— pariwisata, analisis sentimen, *data warehouse*, media sosial