

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kota Malang, yang terletak di Jawa Timur, Indonesia, dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan dengan berbagai daya tarik, seperti wisata alam, kuliner, dan kampung tematik. Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata di kota ini menunjukkan perkembangan positif, meskipun dihadapkan pada tantangan besar, terutama pandemi COVID-19. Adanya pandemi menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan, berdampak negatif pada pendapatan daerah serta perekonomian masyarakat yang bergantung pada sektor ini (Purwaningsih, 2021). Upaya pemulihan dilakukan melalui penerapan protokol kesehatan dan inovasi dalam pemasaran, seperti penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan (Pringgowati, 2021). Sebagai bagian dari upaya tersebut, Pemerintah Kota Malang melalui Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) menargetkan 3,3 juta kunjungan wisatawan di sepanjang tahun 2024 atau 10 persen lebih tinggi dari jumlah kunjungan pada tahun sebelumnya, yaitu sebanyak 3,05 juta¹, mencerminkan optimisme akan pemulihan sektor pariwisata yang didukung oleh inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak hanya bergantung pada promosi dan inovasi infrastruktur, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami preferensi dan pengalaman wisatawan secara mendalam, yang menjadi dasar dalam menyusun strategi pengelolaan destinasi yang lebih efektif. Perkembangan teknologi digital memungkinkan wisatawan berbagi pengalaman mereka melalui ulasan di platform media sosial dan situs perjalanan, namun terkadang data ulasan pada platform media sosial memiliki struktur yang tidak menentu dan sulit untuk diolah secara manual (Ruiz et al., 2021). Eksplorasi persepsi wisatawan menggunakan survei tradisional terhadap data berskala besar dapat memakan waktu dan biaya yang tinggi. Kendala ini menjadi tantangan utama dalam menggali sen-

¹Perdana, N. dan Widyanti, N., "Kota Malang Targetkan 3,3 Juta Wisatawan Sepanjang Tahun 2024," *Kompas Travel*, 7 Februari 2024, diakses 20 Desember 2024. <https://travel.kompas.com/read/2024/02/07/161100527/kota-malang-targetkan-33-juta-wisatawan-sepanjang-tahun-2024>.

timen wisatawan secara efisien untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik destinasi dengan memanfaatkan teknologi digital.

Untuk menjawab tantangan tersebut, analisis sentimen berbasis teknologi digital dapat menjadi solusi yang efektif. Dengan memanfaatkan data ulasan wisatawan yang tersedia dari situs perjalanan, analisis ini memungkinkan evaluasi sentimen pengunjung terhadap destinasi wisata secara lebih cepat dan komprehensif dibandingkan metode tradisional (Pringgowati, 2021). Selain itu, dengan mengidentifikasi respon negatif pada elemen tertentu, pengelola destinasi dapat mengambil langkah perbaikan yang lebih terarah (Pati and Umar, 2022). Selain analisis sentimen, konektivitas antar destinasi wisata di Kota Malang memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang holistik bagi pengunjung. Pengalaman holistik dalam konteks pariwisata merujuk pada pendekatan terpadu yang mencakup semua aspek, seperti interaksi wisatawan dengan destinasi, budaya lokal, layanan, dan lingkungan, untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan dan berkesan (Dewi, 2024). Konektivitas ini mencakup akses fisik antar lokasi dan interaksi digital melalui media sosial yang memfasilitasi promosi dan informasi destinasi. Melalui pendekatan analisis jejaring sosial, konektivitas antar destinasi wisata dapat dipahami secara lebih mendalam, baik dari segi interaksi fisik maupun digital, sehingga mendukung strategi pengelolaan yang lebih terintegrasi. Dengan hasil analisis yang komprehensif, pengelola dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan sekaligus meningkatkan citra destinasi di mata pengunjung.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis sentimen menggunakan metode pembelajaran mesin, seperti *Support Vector Machine* (SVM), efektif untuk menangani data ulasan yang tidak terstruktur dengan akurasi tinggi (Padilla et al., 2018). SVM terbukti lebih unggul dibandingkan dengan metode lainnya seperti *Naïve Bayes* dan *Majority Voting* dalam mendeteksi sentimen, terutama untuk mengidentifikasi sentimen negatif (Zakaria, 2023). Selain itu, pendekatan ini telah digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek spesifik destinasi wisata yang perlu ditingkatkan berdasarkan ulasan wisatawan. Studi lain juga menyoroti pentingnya analisis jejaring sosial untuk memahami perilaku wisatawan dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata, dengan analisis ini mengidentifikasi konektivitas antar destinasi yang bisa memperkuat keterlibatan wisatawan (Setatama and Tricahyono, 2017). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* di desa wisata dapat meningkatkan keterlibatan wisatawan sekaligus memperkuat konektivitas antar destinasi (Zulaikha et al., 2022). Dalam konteks ini, penelitian yang mengkombinasikan analisis jejaring sosial dengan analisis teks berhasil mengungkap pola perilaku wisatawan, termasuk dimensi persepsi kognitif dan sentimen antar dimensi tersebut (Ramadhani et al., 2024). Kombinasi metode ini memungkinkan pengelola destinasi untuk lebih memahami preferensi wisatawan

dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Untuk menjawab berbagai tantangan yang telah disebutkan, penelitian ini memanfaatkan teknologi digital untuk memahami preferensi wisatawan melalui analisis sentimen dan jejaring sosial. Dengan menggunakan data ulasan dari platform situs perjalanan seperti TripAdvisor, metode *Support Vector Machine* (SVM) diterapkan untuk mengklasifikasikan sentimen wisatawan ke dalam kategori multi kelas (positif, negatif, netral) serta kategori multi label berdasarkan unsur-unsur Sapta Pesona, tujuh unsur pedoman pariwisata Nusantara (Sudarsih, 2024). SVM digunakan karena kemampuannya menangani data tekstual yang tidak terstruktur dengan akurasi tinggi, serta kemampuannya mengantisipasi *overfitting* melalui optimalisasi margin (Atmajaya, 2023). Dalam aplikasi multi-label, SVM menggunakan pendekatan *one-vs-rest*, yang mentransformasikan permasalahan klasifikasi multi-label menjadi serangkaian klasifikasi biner, di mana setiap kelas dilatih untuk membedakan antara kelas tersebut dan kelas lainnya (Soldatov et al., 2022). Selain itu, analisis jejaring sosial dilakukan menggunakan Gephi untuk memetakan pola konektivitas antar destinasi wisata, yang memberikan representasi grafis interaksi antar lokasi (Chae, 2023). Kombinasi kedua metode ini tidak hanya membantu mengidentifikasi elemen Sapta Pesona yang perlu ditingkatkan, seperti keamanan, kebersihan, atau keramahan, tetapi juga memberikan wawasan strategis mengenai pola interaksi antar destinasi wisata. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan solusi berbasis data untuk meningkatkan daya saing pariwisata Kota Malang secara berkelanjutan.

Sebagai tolak ukur keberhasilan penelitian ini, evaluasi kinerja metode akan dilakukan melalui berbagai metrik, seperti akurasi, presisi, *recall*, dan *F1-score*, untuk mengukur kinerja klasifikasi sentimen oleh SVM (Atmajaya, 2023). Metrik evaluasi ini akan disesuaikan berdasarkan proporsi sentimen dalam ulasan, seperti proporsi sentimen positif, negatif, dan netral. Analisis jejaring sosial dievaluasi melalui representasi grafis pola konektivitas antar destinasi yang dihasilkan oleh Gephi, untuk mengidentifikasi lokasi dengan konektivitas rendah atau ketimpangan kunjungan yang signifikan. Pendekatan ini dapat membantu pengelola destinasi untuk mengetahui aspek yang memerlukan perhatian khusus, seperti promosi antar destinasi atau peningkatan infrastruktur akses transportasi. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana sentimen positif dapat berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan, yang berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (Padilla et al., 2018). Dengan pendekatan berbasis data ini, pengelola destinasi dapat merancang strategi pemasaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan wisatawan.

Penelitian ini memberikan kontribusi strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis teknologi di Kota Malang. Melalui analisis sentimen menggunakan SVM, penelitian ini berhasil membantu mengidentifikasi elemen Sapta Pesona yang perlu diperbaiki, serta memberikan umpan balik cepat yang relev-

an untuk meningkatkan kualitas objek wisata (Pati and Umar, 2022). Selain itu, analisis jejaring sosial menggunakan Gephi memungkinkan pengelola destinasi untuk lebih memahami pola konektivitas antar destinasi, yang dapat mendorong sinergi lebih baik dalam promosi dan mengurangi ketimpangan kunjungan. Pendekatan berbasis data ini dapat memberikan wawasan strategis untuk meningkatkan daya tarik destinasi, serta mendukung pemerintah dalam merumuskan kebijakan promosi yang lebih tepat sasaran. Kontribusi teoritis dari penelitian ini terletak pada pengembangan dan penerapan metode analisis sentimen dan jejaring sosial dalam konteks pariwisata, yang memungkinkan pengelola destinasi untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan secara lebih akurat. Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai alat untuk merancang strategi pemasaran yang berbasis data, meningkatkan daya saing pariwisata Kota Malang, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih holistik bagi pengunjung dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian:

1. Bagaimana analisis sentimen pengunjung terhadap destinasi wisata populer di Kota Malang dengan mempertimbangkan aspek Sapta Pesona?
2. Bagaimana analisis jejaring sosial terhadap destinasi wisata populer di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, berikut adalah tujuan yang ingin dicapai pada penulisan proposal Tugas Akhir.

1. Menganalisis sentimen pengunjung terhadap destinasi wisata populer di Kota Malang berdasarkan ulasan di platform digital dengan mempertimbangkan aspek Sapta Pesona.
2. Memetakan pola konektivitas antar destinasi wisata di Kota Malang dengan pendekatan analisis jejaring sosial.

1.4 Batasan dan Asumsi Penelitian

Batasan penelitian dari tulisan ini adalah

1. Data yang digunakan merupakan data ulasan pengunjung pada platform digital terhadap destinasi wisata populer berdasarkan jumlah *review* terbanyak di Kota Malang.

2. Data ulasan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah setidaknya 1.000 ulasan, dengan skema 20 destinasi dan masing-masing 50 ulasan per destinasi, atau disesuaikan berdasarkan ketersediaan data.
3. Analisis sentimen dilakukan dalam Bahasa Indonesia.
4. Jejaring sosial hanya mencakup koneksi antar destinasi berdasarkan data ulasan pengunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

Kontribusi dari tulisan ini adalah

1. Memberikan referensi dalam penerapan analisis sentimen dan analisis jejaring sosial di sektor pariwisata.
2. Memberikan wawasan bagi pengelola destinasi wisata untuk meningkatkan daya tarik dan layanan wisata.
3. Menyediakan informasi tentang (persepsi) destinasi populer berdasarkan data ulasan untuk perencanaan perjalanan bagi wisatawan.
4. Mendukung pengambilan kebijakan dan keputusan berbasis data untuk pengembangan ataupun promosi pariwisata yang lebih efektif.

1.6 Sistematika Penulisan

Gambaran singkat mengenai lingkup isi dari setiap Bab yang ada di dalam penulisan proposal Tugas Akhir adalah sebagai berikut.

1. Pendahuluan

Pendahuluan penelitian ini menyajikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian, tujuan, dan relevansi analisis sentimen dan analisis jejaring sosial. Khususnya pada identifikasi permasalahan yang ingin dipecahkan, tujuan kajian yang ingin dicapai, serta dampak dan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian.

2. Kajian Pustaka

Bagian kajian pustaka akan menyajikan konsep dasar yang relevan terkait pariwisata, analisis sentimen, dan analisis jejaring sosial, meliputi penjabaran konsep dasar serta analisis literatur terhadap temuan-temuan sebelumnya dan identifikasi gap dalam penelitian yang ada. Kesimpulan dari kajian pustaka ini akan merangkum temuan-temuan dan kesimpulan yang diperoleh dari tinjauan literatur mengenai penelitian.

3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini melibatkan dua pendekatan utama: pertama, penggunaan metode analisis sentimen untuk menganalisis persepsi wisatawan berdasarkan ulasan pengunjung yang diambil dari platform digital. Kedua, analisis jejaring sosial akan digunakan untuk memetakan pola konektivitas antar destinasi wisata. Kedua teknik ini akan saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang persepsi wisatawan dan hubungan antar destinasi wisata di Kota Malang.

4. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini menjelaskan secara rinci metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data, baik dari ulasan pengunjung di platform digital maupun sumber pendukung lainnya. Selain itu, dijelaskan juga teknik pengolahan data yang meliputi tahap-tahap prapemrosesan data, seperti pembersihan hingga transformasi data. Pada akhir bab akan dijelaskan bagaimana hasil pengolahan data digunakan untuk mendukung interpretasi dan pengambilan keputusan dalam penelitian.

5. Analisis dan Pembahasan

Bagian ini memuat hasil dari proses analisis data yang telah dilakukan. Hasil analisis sentimen akan disajikan untuk menggambarkan persepsi pengunjung terhadap destinasi wisata populer di Kota Malang berdasarkan kategori positif, negatif, dan netral serta mengaitkan hasil analisis dengan aspek Sapta Pesona sebagai tolak ukur kualitas destinasi wisata. Selanjutnya, dilakukan analisis jejaring sosial untuk memetakan konektivitas dan hubungan antar destinasi wisata, termasuk interaksi dan keterhubungan antar elemen pariwisata. Pembahasan dilakukan secara sistematis dan mendalam untuk menginterpretasikan temuan-temuan tersebut sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap permasalahan penelitian.

6. Kesimpulan dan Saran

Bagian ini menyajikan ringkasan dari temuan-temuan utama yang diperoleh dalam penelitian, mencakup hasil analisis sentimen dan analisis jejaring sosial yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil penelitian dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, bagian ini juga memuat saran dan rekomendasi yang bersifat aplikatif maupun akademis untuk perbaikan kualitas destinasi wisata berdasarkan hasil penelitian. Saran juga diberikan untuk penelitian lanjutan yang dapat mengembangkan metode atau pendekatan

an yang digunakan, guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam di masa depan.

Dengan sistematika tersebut, diharapkan pembaca dapat memperoleh gambaran yang jelas dan terstruktur tentang setiap aspek yang dibahas dalam penelitian.