

ABSTRAK

Sejak Agustus 2023, isu kualitas udara di Bandung Raya menjadi perhatian publik akibat tingginya tingkat polusi yang sering mencapai kategori “*unhealthy for sensitive groups*”. Kota Bandung, sebagai kawasan inti dari wilayah Bandung Raya sekaligus destinasi wisata favorit di Indonesia, menghadapi kekhawatiran akan potensi penurunan kunjungan wisata, karena sebagian besar kegiatan wisata berlangsung di luar ruangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis sentimen masyarakat terhadap kualitas udara melalui data komentar Twitter, serta mengkaji hubungan antara kualitas udara dan sentimen publik dengan minat kunjungan wisatawan. Metode yang digunakan adalah *Knowledge Discovery in Databases* (KDD), dengan algoritma *Support Vector Machine* (SVM) untuk membangun model klasifikasi sentimen. Selain itu, digunakan tiga uji non-parametrik, yaitu uji Kruskal-Wallis, uji Eta, dan uji korelasi Spearman untuk menganalisis hubungan antara kualitas udara dan sentimen masyarakat terhadap minat kunjungan wisatawan. Model klasifikasi yang dibangun memiliki performa tinggi dengan akurasi sebesar 91,42%. Hasil analisis menunjukkan bahwa sentimen masyarakat terhadap kualitas udara didominasi oleh sentimen negatif (50,5%), diikuti positif (37,9%), dan netral (11,5%). Sementara itu, hasil ketiga uji korelasi non-parametrik menunjukkan bahwa baik kualitas udara maupun sentimen masyarakat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi negatif masyarakat belum secara langsung berdampak pada perilaku wisatawan, dan kualitas udara bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan berwisata. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai hubungan antara sentimen masyarakat dan kualitas udara dengan sektor pariwisata, serta dapat menjadi dasar pertimbangan dalam perumusan kebijakan peningkatan kualitas udara dan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kota Bandung.

Kata kunci: Analisis sentimen, kualitas udara, wisata, *Support Vector Machine*, Uji non-parametrik.