

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Perkembangan destinasi wisata yang semakin pesat mendorong pemerintah dan pengelola wisata untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan kepada pengunjung. Salah satu faktor yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas suatu destinasi wisata adalah melalui opini atau ulasan yang diberikan oleh wisatawan setelah mengunjungi tempat tersebut. Ulasan wisatawan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pengunjung terhadap suatu destinasi wisata sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi pengelola wisata (Tariza Noviranti Muhaling & Hasan Ismail, 2023).

Kabupaten Malang merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi pariwisata pantai yang sangat besar. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, terdapat 16 destinasi wisata pantai yang tercatat aktif menerima kunjungan wisatawan di wilayah tersebut. Data kunjungan selama tiga tahun terakhir menunjukkan tren yang signifikan, di mana pada tahun 2023 total kunjungan wisata pantai mencapai 964.213 kunjungan, kemudian meningkat drastis sebesar 61% pada tahun 2024 menjadi 1.552.502 kunjungan, dan pada tahun 2025 tercatat sebanyak 1.372.783 kunjungan. Pantai dengan jumlah kunjungan tertinggi pada tahun 2023 antara lain Pantai Regent dengan 388.528 wisatawan, Pantai Balekambang dengan 384.636 wisatawan, dan Pantai Ngliyep dengan 62.621 wisatawan. Tingginya angka kunjungan wisatawan tersebut menunjukkan besarnya potensi wisata pantai di Kabupaten Malang sekaligus pentingnya evaluasi terhadap kualitas layanan dan kepuasan pengunjung secara berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan internet, masyarakat kini semakin aktif membagikan pengalaman perjalanan mereka melalui berbagai platform digital seperti media sosial dan layanan peta daring. Wisatawan tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen informasi dengan membagikan pengalaman mereka melalui

ulasan online. Informasi yang dibagikan melalui media sosial dan platform digital tersebut memiliki pengaruh besar terhadap keputusan wisatawan lain dalam memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi (Kenyo Kharisma Kurniasari et al., 2024).

Salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk memberikan ulasan mengenai suatu tempat wisata adalah *Google Maps*. Platform ini menyediakan berbagai informasi penting seperti lokasi, jarak, foto, serta ulasan pengunjung yang dapat digunakan sebagai referensi bagi calon wisatawan. Ulasan yang diberikan oleh pengunjung biasanya berisi pengalaman, kritik, maupun saran terkait kualitas layanan dan fasilitas suatu objek wisata. Oleh karena itu, ulasan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sumber data yang berharga untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap suatu destinasi wisata (Ipmawati et al., 2024).

Namun, jumlah ulasan yang sangat banyak membuat proses analisis secara manual menjadi sulit dan kurang efisien. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Aris Kusdiatmuko dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, diketahui bahwa selama ini pemantauan opini pengunjung masih dilakukan secara terbatas melalui media sosial. Masukan dari masyarakat kemudian diteruskan kepada pengelola masing-masing destinasi wisata sebagai bahan evaluasi. Selain itu, beliau juga menyampaikan bahwa sistem analisis sentimen berbasis ulasan digital dinilai dapat membantu proses evaluasi dan pengembangan program pariwisata secara lebih efektif. Sebagian besar data ulasan yang tersedia di internet berbentuk teks tidak terstruktur sehingga memerlukan metode khusus untuk dapat mengekstraksi informasi yang terkandung di dalamnya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah belum tersedianya sistem pemantauan kepuasan pengunjung yang otomatis, efisien, dan mampu mengolah data ulasan dalam jumlah besar, serta adanya ketidakseimbangan distribusi kelas sentimen pada data ulasan yang dapat memengaruhi akurasi model klasifikasi. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis opini masyarakat dalam bentuk teks adalah analisis sentimen yang merupakan bagian dari *text mining* dan *natural language processing* (Ain et al., 2024).

Analisis sentimen digunakan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan opini masyarakat ke dalam beberapa kategori sentimen seperti positif, negatif, dan netral. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat digunakan untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi wisata berdasarkan ulasan yang mereka berikan secara daring. Salah satunya adalah penelitian yang menganalisis sentimen berbasis aspek terhadap ulasan wisata pada Candi Borobudur dan Candi Prambanan dengan menggunakan berbagai algoritma *machine learning* untuk mengidentifikasi opini wisatawan terhadap beberapa aspek pariwisata seperti daya tarik, aksesibilitas, dan harga (Arianto & Budi, 2023).

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat digunakan untuk mengevaluasi destinasi wisata pantai berdasarkan ulasan pengunjung pada Google Maps. Penelitian tersebut melakukan analisis sentimen terhadap lima destinasi wisata pantai di Kabupaten Karawang menggunakan algoritma Naïve Bayes untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap masing-masing pantai, dan hasilnya menunjukkan bahwa beberapa destinasi wisata memperoleh ulasan positif yang lebih dominan dibandingkan ulasan negatif (Khofifah et al., 2022).

Beberapa penelitian menunjukkan efektivitas metode SVM dalam menganalisis opini wisatawan terhadap berbagai destinasi wisata. Penelitian pada ulasan wisata Laguna Waikuri menunjukkan bahwa metode *Multi-Class Support Vector Machine* mampu menghasilkan akurasi hingga 90,67% (Exelino Bata et al., 2024). Penelitian serupa pada ulasan wisata air terjun di Lombok Tengah juga menunjukkan bahwa algoritma *SVM* mampu mengklasifikasikan sentimen pengunjung dengan tingkat akurasi mencapai 84% (M. Syamsul Hadi et al., 2025).

Selain itu, metode SVM juga banyak digunakan dalam analisis opini masyarakat terhadap berbagai destinasi wisata di Indonesia melalui data yang diperoleh dari media sosial maupun platform ulasan daring. Penerapan algoritma *SVM* dalam analisis sentimen sektor pariwisata terbukti mampu membantu pengelola wisata dalam memahami opini wisatawan serta menyusun

strategi pengembangan destinasi wisata secara lebih efektif (Junaedi et al., 2024)

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut serta kondisi nyata yang ditemukan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa analisis sentimen merupakan pendekatan yang efektif untuk mengetahui persepsi dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan ke pantai-pantai di Kabupaten Malang yang belum diimbangi dengan sistem pemantauan kepuasan pengunjung yang memadai menjadi dasar yang kuat bagi penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis sentimen masyarakat terhadap kepuasan pengunjung wisata pantai di Malang menggunakan metode *SVM* dengan ekstraksi fitur *TF-IDF* dan penanganan ketidakseimbangan data menggunakan *SMOTE*. Data ulasan diperoleh melalui proses *scraping* dari platform *Google Maps* dan media sosial *X* menggunakan tools berbasis *Python*, dan sistem dibangun dalam bentuk aplikasi berbasis *web* menggunakan framework *Flask*. Capaian dari studi ini diproyeksikan mampu mendampingi pemangku kepentingan sektor pariwisata serta pemerintah daerah dalam memetakan sudut pandang publik mengenai objek wisata pantai di kawasan Malang secara efisien, presisi, dan bersumber pada bukti empiris.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada pemaparan latar belakang terdahulu, studi ini memfokuskan rumusan masalah pada beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana melakukan analisis sentimen terhadap ulasan yang diberikan pengunjung ke wisata pantai Malang berdasarkan data ulasan yang dapat diakses melalui *Google Maps* dan *X*?
2. Bagaimana penerapan metode *Support Vector Machine* dalam mengklasifikasikan pendapat ulasan pengunjung wisata pantai di Malang ke dalam kategori netral, positif, atau negatif?
3. Bagaimana hasil evaluasi kepuasan pengunjung wisata pantai di Malang setelah menggunakan teknik *Support Vector Machine*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, adalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis sentimen atas ulasan yang diberikan oleh pengunjung ke wisata pantai Malang berdasarkan data ulasan yang tersedia di media sosial *X* dan *Google Maps*.
2. Untuk menerapkan metode *Support Vector Machine* dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan pengunjung wisata pantai di Malang ke dalam kategori netral, positif, atau negatif.
3. Untuk mengetahui hasil klasifikasi sentimen dari penerapan *SVM* dalam menganalisis tingkat kepuasan pengunjung wisata pantai di Malang.

1.4 Batasan Masalah

Guna menegaskan cakupan studi serta mencegah analisis melenceng terlalu jauh, fokus penelitian ini dispesifikasikan pada beberapa poin utama sebagai berikut:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa ulasan wisatawan pada *Google Maps* dan unggahan pada media sosial *X* yang berkaitan dengan wisata pantai di wilayah Malang rentang waktu tahun 2021–2026, meliputi 16 destinasi wisata pantai yaitu Pantai Balekambang, Pantai Bantol, Pantai Batu Bengkung, Pantai Gatra, Pantai Goa Cina, Pantai Kondang Merak, Pantai Ngantep, Pantai Ngliyep, Pantai Ngudel, Pantai Parang Dowo, Pantai Sendang Biru, Pantai Sendiki, Pantai Tanjung Penyu, Pantai Teluk Asmara, Pantai Tiga Warna, dan Pantai Watu Leter. Data yang dianalisis berupa data teks ulasan pengunjung yang berkaitan dengan pengalaman dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap wisata pantai di Malang.
2. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Support Vector Machine*.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen dikategorikan menjadi tiga kategori: positif, netral, dan negatif.
4. Proses pengolahan data dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data, preprocessing teks, ekstraksi fitur, proses klasifikasi menggunakan metode *SVM*, serta evaluasi dan pengujian model; penanganan ketidakseimbangan

data menggunakan *SMOTE*; klasifikasi *SVM*; pengujian dan evaluasi model; dan visualisasi hasil.

5. Penelitian ini hanya berfokus pada analisis sentimen terhadap ulasan pengunjung wisata pantai di Malang, dan tidak membahas aspek lain seperti analisis ekonomi, manajemen pariwisata secara makro, maupun pengembangan sistem rekomendasi wisata.
6. Penelitian ini tidak membahas perbandingan dengan metode klasifikasi lain, sehingga analisis hanya difokuskan pada penggunaan metode *Support Vector Machine*.
7. Data ulasan yang diproses dalam penelitian ini hanya berupa teks berbahasa Indonesia.

1.5 Manfaat

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memiliki manfaat akademis, praktis, dan sosial, termasuk:

1. Manfaat Teoritis

Temuan dari riset ini diproyeksikan mampu memberi sumbangsih akademis bagi kemajuan sains, utamanya di ranah *text mining* serta analisis sentimen yang mengaplikasikan algoritma *Support Vector Machine*. Di samping itu, hasil kajian ini berpotensi menjadi rujukan relevan untuk studi-studi mendatang yang berfokus pada pemetaan pandangan publik di sektor pariwisata melalui pemanfaatan ulasan digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak pengelola destinasi, temuan dalam studi ini dapat dijadikan acuan evaluasi guna membenahi mutu pelayanan, sarana prasarana, serta tata kelola objek wisata pantai dengan merujuk pada umpan balik dari para wisatawan.
- b. Bagi pemerintah setempat, riset ini berpotensi menjadi rujukan data empiris untuk memetakan aspirasi dan derajat kepuasan pengunjung pantai di kawasan Malang, sehingga mampu menyokong penetapan regulasi dalam memajukan industri pariwisata yang lebih terarah.

- c. Bagi peneliti, studi ini dapat menambah pengalaman serta pemahaman dalam penerapan metode *machine learning*, khususnya *Support Vector Machine*, dalam pengolahan data teks dan analisis sentimen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun agar mempermudah pembaca memahami isi proposal. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

- BAB I** : Berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.
- BAB II** : : Berisi uraian teori-teori yang relevan dengan penelitian, penelitian terdahulu, landasan teori tentang analisis sentimen, algoritma SVM, serta kerangka berpikir penelitian.
- BAB III** : Berisi jenis penelitian, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan implementasi algoritma SVM pada ulasan wisatawan.
- BAB IV** : Berisi hasil pengujian dan pembahasan dari sistem analisis sentimen yang dikembangkan, meliputi hasil preprocessing, ekstraksi fitur TF-IDF, penanganan ketidakseimbangan data menggunakan SMOTE, hasil klasifikasi menggunakan metode SVM, serta evaluasi model berdasarkan nilai akurasi, precision, recall, dan F1-score.
- BAB IV** : Berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.