

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 telah mendorong sektor pariwisata di Indonesia untuk mengalami transformasi yang bertujuan mengakomodasi perubahan preferensi wisatawan selama masa pandemi dan menstabilkan kembali sektor pariwisata di Indonesia pasca pandemi. Kabupaten Bandung Barat sebagai salah wilayah yang dikenal dengan banyaknya objek wisata alamnya, memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan objek wisata alamnya. Dalam rangka mendukung upaya ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat telah merancang strategi "*new normal strategy*" yang bersifat *costumercentric* dimana strategi ini berfokus pada wisatawan. Untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan dan memperbaiki kondisi objek wisata alam, dilakukan penelitian yang menggunakan *topic modeling* dengan metode *latent semantic analysis* (LSA) menggunakan ulasan wisatawan di Google Maps sebagai datanya. Penelitian ini menguji beberapa skenario dan menemukan bahwa jumlah topik paling optimal adalah 2, dengan skenario *pre-processing advance stopword* dan representasi model *bag of words* (BoW), yang menghasilkan skor sebesar 0.717. Analisis ulasan wisatawan mengungkapkan kata kunci yang paling sering muncul, seperti kata akses, lokasi, parkir, tiket, indah, alam, dan fasilitas. Berdasarkan temuan ini, rekomendasi yang dapat diberikan, termasuk peningkatan aksesibilitas, perbaikan parkir dan sistem pembayaran, peningkatan spot foto, serta peningkatan fasilitas di objek wisata alam air terjun di Kabupaten Bandung Barat. Dengan menerapkan hasil penelitian ini, diharapkan pemerintah dapat mengambil tindakan yang tepat untuk memperbaiki pengalaman wisatawan, mengoptimalkan objek wisata alam, dan mempromosikan Kabupaten Bandung Barat sebagai tujuan wisata yang menarik pasca pandemi.

Kata Kunci: *topic modeling, latent semantic analysis, ulasan wisatawan, objek wisata alam, Kabupaten Bandung Barat.*