

Abstrak

Pariwisata Kota Malang memiliki potensi besar pasca-pandemi, namun menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing melalui pemahaman preferensi wisatawan yang lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan dan memetakan struktur konektivitas antar destinasi di Malang melalui pendekatan komputasional terintegrasi. Metode yang digunakan menggabungkan analisis sentimen berbasis *Support Vector Machine* (SVM) untuk mengklasifikasikan ulasan wisatawan ke dalam kategori sentimen (positif, negatif, netral) dan aspek Sapta Pesona, serta Analisis Jejaring Sosial (SNA) untuk memodelkan hubungan antar destinasi. Data yang dianalisis mencakup 1.451 ulasan berbahasa Indonesia yang dikumpulkan dari platform TripAdvisor.

Untuk mengatasi ketidakseimbangan kelas, diterapkan strategi *text augmentation* dan *undersampling* pada data pelatihan. Analisis sentimen menggunakan representasi *IndoBERT word embedding* dan dioptimalkan dengan *Bayesian Optimization*, menghasilkan model SVM terbaik dengan akurasi sebesar 81,4%. Secara kualitatif, sentimen positif umumnya dipengaruhi oleh aspek ‘indah’ dan ‘ramah’, sementara sentimen negatif konsisten dipicu oleh keluhan terkait ‘bersih’ dan ‘tertib’. Di sisi lain, analisis jejaring sosial berhasil memetakan tiga kluster destinasi utama (alam, kota, dan wisata visual), menempatkan Monumen Balai Kota sebagai simpul paling sentral, serta mengungkapkan adanya komunitas wisatawan dengan karakteristik berbeda.

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi analisis sentimen dan jejaring sosial memberikan pemahaman komprehensif mengenai lanskap pariwisata Kota Malang. Kekuatan utama terletak pada daya tarik visual dan interaksi sosial, sementara kelemahan fundamental berada pada aspek operasional seperti kebersihan dan ketertiban. Temuan ini menawarkan landasan strategis berbasis data bagi pemangku kepentingan untuk merancang rute wisata tematik yang terintegrasi, mempromosikan destinasi marjinal, dan mengembangkan sistem pemantauan kualitas layanan guna meningkatkan daya saing pariwisata secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis Jejaring Sosial, Analisis Sentimen, Kota Malang, Pariwisata, Sapta Pesona.