



ANALISIS SENTIMEN PENGGUNA TERHADAP APLIKASI TRIPADVISOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI PARIWISATA

I Gede Wahyu Sanjaya¹, I Nyoman Ananda², I Gusti Ngurah Pertu Agung³

¹Fakultas Dharma Duta UHN I Gusti Bagus Sugriwa, Bangli, Indonesia, Email: wahyu_sanjaya@uhn.ac.id

²Fakultas Dharma Duta, UHN I Gusti Bagus Sugriwa, Bangli, Indonesia, Email:
nyoman_ananda@uhnsugriwa.ac.id

³Fakultas Dharma Duta, UHN I Gusti Bagus Sugriwa, Bangli, Indonesia, Email: pertu_agung@uhnsugriwa.ac.id

Naskah Masuk: 31 Januari 2026 Direvisi: 02 Maret 2026 Diterima: 12 Maret 2026

ABSTRAK

TripAdvisor merupakan salah satu aplikasi pariwisata digital yang banyak dimanfaatkan wisatawan untuk memperoleh informasi destinasi, akomodasi, dan pengalaman perjalanan. Ulasan pengguna pada Google Play Store merefleksikan persepsi langsung terhadap kualitas layanan dan kinerja aplikasi, sehingga berpotensi menjadi sumber data penting dalam evaluasi kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor yang berkaitan dengan konteks pariwisata di Indonesia menggunakan pendekatan text mining. Sebanyak 493 ulasan dianalisis melalui tahapan pembersihan teks, prapemrosesan, serta klasifikasi sentimen berbasis leksikon. Hasil penelitian menunjukkan dominasi sentimen positif sebesar 92,90%, yang terutama berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi, kelengkapan informasi, serta efektivitas fitur pencarian, sementara sentimen negatif relatif kecil, yaitu 3,04%, dan umumnya terkait dengan kendala teknis seperti gangguan akun, transaksi, dan pengembalian dana. Uji *chi-square* menunjukkan hubungan yang signifikan antara kategori sentimen dan rating pengguna ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa analisis sentimen mampu merepresentasikan tingkat kepuasan pengguna secara cukup akurat. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas sistem dan layanan digital memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman wisatawan berbasis aplikasi serta dapat dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi bagi pengelola aplikasi pariwisata digital dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Analisis Sentimen, TripAdvisor, Media, Informasi, Pariwisata.

SENTIMENT ANALYSIS OF USER REVIEWS ON THE TRIPADVISOR APPLICATION AS A TOURISM INFORMATION PLATFORM

ABSTRACT

TripAdvisor is one of the most widely used digital tourism applications for obtaining information on destinations, accommodations, and travel experiences. User reviews on Google Play Store reflect direct perceptions of application performance and service quality, making them a valuable data source for evaluating user satisfaction. This study aims to analyze the sentiment of TripAdvisor application reviews related to Indonesian tourism using a text mining approach. A total of 493 reviews were analyzed through text cleaning, preprocessing, and lexicon-based sentiment classification. The results indicate a dominant positive sentiment of 92.90%, primarily associated with ease of use, completeness of information, and the



effectiveness of search features, while negative sentiment accounts for only 3.04% and mainly relates to technical issues such as account problems, transaction failures, and refund processes. The chi-square test reveals a significant relationship between sentiment categories and user ratings ($p < 0.05$), indicating that sentiment analysis effectively represents user satisfaction levels. These findings highlight the crucial role of system quality and digital service reliability in shaping tourists' application-based experiences and provide practical insights for application developers and tourism stakeholders to enhance service quality and user satisfaction in digital tourism platforms.

Keywords: Sentiment Analysis, TripAdvisor, Platform, Information, Tourism.

Copyright ©2026. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Rights Reserved

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dunia pariwisata telah membawa perubahan signifikan dalam cara wisatawan merencanakan dan menjalani perjalanan. Wisatawan saat ini tidak lagi sepenuhnya bergantung pada agen perjalanan konvensional, melainkan semakin memanfaatkan aplikasi berbasis digital untuk memperoleh informasi mengenai destinasi, akomodasi, serta berbagai pengalaman wisata (Nuryananda & Al Fitriani, 2023). Saat ini, wisatawan tidak lagi sepenuhnya bergantung pada agen perjalanan konvensional, melainkan semakin memanfaatkan aplikasi berbasis digital untuk memperoleh informasi mengenai destinasi, akomodasi, serta berbagai pengalaman wisata (Primayani & Sanjaya, 2025). Kehadiran aplikasi pariwisata berperan sebagai sumber informasi yang praktis, cepat, dan mudah diakses, sehingga membantu wisatawan dalam mengambil keputusan sebelum dan selama melakukan perjalanan (Ernawati & Hananto, 2023).

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan dalam bidang pariwisata adalah TripAdvisor. Aplikasi ini menyediakan beragam informasi yang dilengkapi dengan ulasan dari pengguna berdasarkan pengalaman wisata secara langsung. Keberadaan ulasan pengguna menjadikan TripAdvisor tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai ruang berbagi pengalaman yang mampu memengaruhi persepsi serta keputusan wisatawan lainnya (Nabillah et al., 2024). Ulasan pengguna pada platform digital memiliki nilai penting karena mencerminkan penilaian, kepuasan, serta ketidakpuasan pengguna terhadap layanan dan fitur aplikasi (Amelia & Prasetyo, 2023). Melalui ulasan tersebut, calon pengguna dapat mempertimbangkan kualitas aplikasi sebelum menggunakannya (Wisnawa, 2024). Bagi pengelola aplikasi, ulasan pengguna berfungsi sebagai bentuk umpan balik yang berguna untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan yang disediakan. Namun, seiring dengan meningkatnya jumlah ulasan yang tersedia, analisis secara manual menjadi kurang efektif dan memerlukan pendekatan yang mampu mengolah data dalam jumlah besar secara sistematis.

Dalam kajian pariwisata, analisis ulasan digital telah banyak dimanfaatkan untuk memahami persepsi dan pengalaman wisatawan. Penelitian oleh (Suta et al., 2025) menganalisis ulasan wisatawan pada situs TripAdvisor terhadap Garuda Wisnu Kencana (GWK) Cultural Park di Bali menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik ikon budaya, pengalaman wisata yang berkesan, serta kualitas layanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung, sementara aspek harga tiket dan kelengkapan fasilitas masih menjadi sumber keluhan utama. Sementara itu, penelitian oleh (Amarawati et al., 2025) memanfaatkan analisis sentimen terhadap ulasan TripAdvisor untuk mengkaji preferensi wisatawan domestik pada hotel luxury di Bali. Temuan mereka menunjukkan dominasi sentimen positif yang berkaitan dengan kualitas layanan, profesionalisme staf, serta kenyamanan fasilitas, sehingga menegaskan peran

ulasan digital sebagai sumber data strategis dalam pengambilan keputusan manajerial di sektor pariwisata.

Meskipun berbagai penelitian tersebut memberikan kontribusi penting, fokus kajian masih didominasi oleh ulasan berbasis situs web TripAdvisor dengan objek berupa destinasi dan akomodasi. Kajian yang secara khusus menelaah pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi pariwisata berbasis mobile, khususnya melalui ulasan di Google Play Store, masih relatif terbatas. Padahal, ulasan pada platform aplikasi tidak hanya merefleksikan kepuasan terhadap informasi pariwisata, tetapi juga mencerminkan kualitas sistem, kemudahan penggunaan, keandalan fitur, serta performa teknis aplikasi yang secara langsung memengaruhi pengalaman pengguna (Sanjaya et al., 2025)..

Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan menganalisis sentimen ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor pada platform Google Play Store, sehingga mampu memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai persepsi wisatawan terhadap kinerja aplikasi pariwisata digital berbasis perangkat mobile. Pendekatan ini diharapkan dapat melengkapi kajian sebelumnya yang lebih berfokus pada platform web dan objek destinasi, serta memperkaya pemahaman mengenai pengalaman pengguna dalam konteks pariwisata digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor yang diperoleh dari Google Play Store. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kecenderungan sentimen pengguna serta mengidentifikasi aspek-aspek utama yang menjadi sumber kepuasan dan ketidakpuasan pengguna terhadap aplikasi pariwisata digital. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar evaluasi bagi pengembang dan pengelola aplikasi dalam meningkatkan kualitas layanan serta pengalaman pengguna.

LITERATURE REVIEW

1. Aplikasi Digital dalam Pariwisata

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pemanfaatan aplikasi digital dalam sektor pariwisata. Aplikasi pariwisata berfungsi sebagai media informasi yang menyediakan data mengenai destinasi wisata, akomodasi, transportasi, serta ulasan pengalaman wisatawan (Luqman Taufiq & Gusriza, 2023). Keberadaan aplikasi ini mempermudah wisatawan dalam merencanakan perjalanan secara mandiri dan efisien. Informasi yang disajikan secara digital juga memungkinkan wisatawan untuk membandingkan berbagai pilihan sebelum mengambil keputusan perjalanan.

TripAdvisor merupakan salah satu aplikasi pariwisata yang mengandalkan konten berbasis ulasan pengguna. Ulasan tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi pengguna lain karena bersumber dari pengalaman nyata. Oleh karena itu, kualitas aplikasi dan layanan yang disediakan sangat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.

2. Ulasan Pengguna sebagai Sumber Data

Ulasan pengguna pada platform digital merupakan bentuk umpan balik yang mencerminkan pengalaman, kepuasan, maupun ketidakpuasan terhadap suatu produk atau layanan (Nidhal et al., 2024). Dalam konteks aplikasi mobile, ulasan pengguna sering digunakan sebagai indikator kualitas aplikasi, baik dari sisi fungsionalitas maupun kemudahan penggunaan. Ulasan yang disertai dengan pemberian rating juga memberikan gambaran awal mengenai penilaian pengguna secara kuantitatif.

Namun, jumlah ulasan yang besar menyebabkan analisis secara manual menjadi tidak efektif. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang mampu mengolah data teks dalam jumlah besar secara sistematis agar informasi yang terkandung di dalam ulasan dapat dimanfaatkan secara optimal.

3. Analisis Sentimen

Analisis sentimen merupakan bagian dari text mining yang bertujuan untuk mengidentifikasi kecenderungan opini atau emosi dalam suatu teks (Maulana et al., 2023). Sentimen umumnya diklasifikasikan ke dalam kategori positif, netral, dan negatif. Dalam penelitian terkait aplikasi digital, analisis sentimen sering digunakan untuk mengetahui persepsi pengguna terhadap layanan yang disediakan.

Melalui analisis sentimen, peneliti dapat memperoleh gambaran umum mengenai tingkat kepuasan pengguna serta mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi sumber apresiasi maupun keluhan. Pendekatan ini dinilai efektif karena mampu menyederhanakan data teks yang kompleks menjadi informasi yang lebih mudah diinterpretasikan.

4. Analisis Kata Dominan dalam Ulasan

Selain klasifikasi sentimen, analisis kata yang sering muncul digunakan untuk mengidentifikasi tema atau topik yang dominan dalam ulasan pengguna (Junianto et al., 2024). Kata dominan dapat memberikan konteks yang lebih mendalam mengenai alasan di balik sentimen tertentu. Pada sentimen positif, kata dominan umumnya berkaitan dengan kemudahan, kualitas, dan manfaat aplikasi. Sebaliknya, pada sentimen negatif, kata dominan sering mengarah pada permasalahan teknis atau layanan.

Dalam penelitian pariwisata digital, analisis kata dominan membantu menghubungkan hasil analisis sentimen dengan aspek praktis yang dapat dievaluasi oleh pengelola aplikasi. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan masukan yang relevan bagi pengembangan aplikasi.

5. Penelitian Terkait

Beberapa penelitian sebelumnya telah memanfaatkan analisis sentimen untuk mengkaji ulasan pengguna pada aplikasi atau platform digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis sentimen dapat digunakan untuk mengukur persepsi pengguna secara efektif serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna. Namun, penelitian yang secara khusus membahas aplikasi pariwisata berbasis ulasan pengguna, khususnya TripAdvisor pada platform Google Play Store, masih relatif terbatas.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian sebelumnya dengan memberikan gambaran mengenai sentimen dan persepsi pengguna terhadap aplikasi TripAdvisor sebagai media informasi pariwisata digital.

METODE

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan analisis teks ulasan pengguna berbasis *text mining* dan analisis sentimen. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan persepsi wisatawan terhadap aplikasi pariwisata digital berdasarkan opini yang disampaikan dalam ulasan pengguna. Metode ini umum digunakan dalam kajian pariwisata untuk mengevaluasi tingkat kepuasan dan pengalaman wisatawan terhadap layanan berbasis digital.

2. Sumber Data dan Pengumpulan Data

Data penelitian berupa ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor yang diperoleh dari Google Play Store. Pengumpulan data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python dengan memanfaatkan pustaka *google-play-scraper* untuk melakukan pengambilan ulasan secara otomatis (*web scraping*). Sebanyak 2.500 ulasan berhasil dikumpulkan, kemudian dilakukan proses penyaringan berdasarkan kata kunci terkait pariwisata di Indonesia, sehingga diperoleh 493 ulasan yang relevan sebagai data analisis.

3. Teknik Penyaringan dan Pra-pemrosesan Data

Tahap penyaringan dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian. Penyaringan dilakukan menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan aktivitas pariwisata, seperti perjalanan, destinasi, hotel, dan wisata.

Selanjutnya, dilakukan proses pra-pemrosesan teks untuk meningkatkan kualitas data, meliputi pembersihan karakter khusus, penghapusan angka dan tanda baca, konversi huruf menjadi huruf kecil (case folding), penghapusan kata tidak bermakna (stopwords removal) menggunakan daftar stopword Bahasa Indonesia dari pustaka NLTK, serta tokenisasi. Tahapan ini bertujuan menghasilkan teks ulasan yang lebih bersih, ringkas, dan representatif untuk dianalisis lebih lanjut.

4. Tahapan Pengolahan Data Ulasan

Pengolahan data ulasan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

a. Pembersihan Teks Ulasan

Tahap ini meliputi penghapusan data duplikat, ulasan yang tidak relevan, serta karakter non-teks. Seluruh teks ulasan diseragamkan dalam bentuk huruf kecil untuk memudahkan analisis.

b. Pra-pemrosesan Ulasan Wisatawan

Teks ulasan diproses dengan menghilangkan kata-kata umum yang tidak memiliki makna penting (stopwords), sehingga fokus analisis tertuju pada kata-kata yang mencerminkan pengalaman dan penilaian wisatawan.

c. Pembentukan Data Siap Analisis

Hasil pra-pemrosesan menghasilkan teks ulasan yang lebih ringkas dan representatif untuk dianalisis lebih lanjut.

5. Metode Klasifikasi Sentimen

Klasifikasi sentimen dilakukan menggunakan pendekatan berbasis leksikon (lexicon-based approach). Metode ini memanfaatkan kamus sentimen Bahasa Indonesia yang berisi daftar kata dengan bobot sentimen positif dan negatif. Proses klasifikasi dilakukan dengan menghitung skor polaritas dari setiap ulasan berdasarkan akumulasi bobot kata yang muncul dalam teks. Ulasan kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori sentimen, yaitu positif, netral, dan negatif.

Pendekatan berbasis leksikon dipilih karena relatif sederhana, transparan, dan sesuai untuk analisis sentimen pada data teks pendek seperti ulasan aplikasi. Selain itu, metode ini memungkinkan interpretasi yang lebih mudah terhadap kata-kata yang berkontribusi dalam pembentukan sentimen.

6. Validasi Hasil Klasifikasi

Untuk meningkatkan kredibilitas hasil klasifikasi sentimen, dilakukan proses validasi dengan membandingkan kategori sentimen teks dengan rating numerik yang diberikan oleh pengguna. Validasi dilakukan menggunakan uji statistik Chi-Square untuk mengukur hubungan antara kedua variabel tersebut. Hasil pengujian menunjukkan nilai $p\text{-value} < 0,05$, yang mengindikasikan adanya hubungan signifikan antara sentimen dan rating. Hal ini menunjukkan bahwa hasil klasifikasi sentimen memiliki konsistensi yang baik dengan penilaian pengguna secara kuantitatif.

7. Analisis Kata Dominan

Analisis kata dominan dilakukan untuk mengidentifikasi aspek-aspek utama yang paling sering dibahas oleh wisatawan dalam ulasan. Analisis ini diterapkan pada ulasan dengan sentimen positif dan negatif untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan pengguna. Kata dominan pada sentimen positif menggambarkan keunggulan aplikasi, sedangkan kata dominan pada sentimen negatif menunjukkan permasalahan yang dirasakan oleh pengguna.

8. Teknik Analisis dan Penyajian Data

Data dianalisis secara deskriptif dan disajikan dalam bentuk tabel serta visualisasi grafik untuk mempermudah interpretasi distribusi sentimen, hubungan antara sentimen dan rating, serta pola kata dominan. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python dengan bantuan pustaka pendukung analisis data dan teks.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Karakteristik Data Ulasan

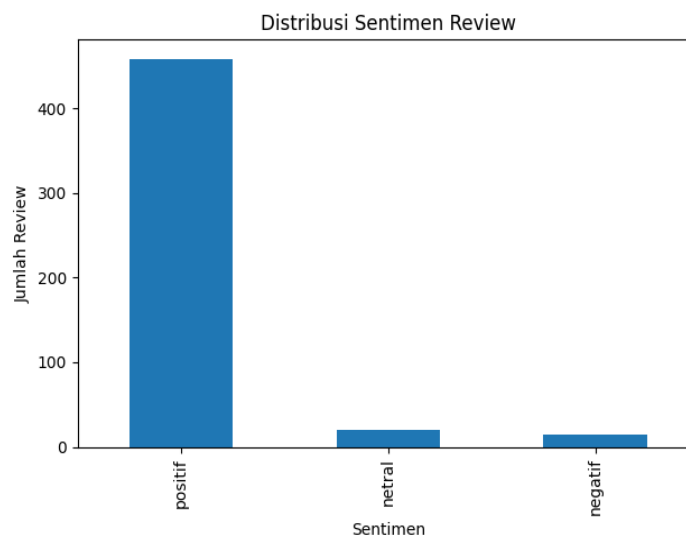
Berdasarkan proses pengumpulan dan penyaringan data, diperoleh sejumlah ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor yang relevan dengan konteks pariwisata di Indonesia. Data ulasan terdiri atas informasi pengguna, rating, isi ulasan, waktu ulasan, serta hasil klasifikasi sentimen. Seluruh ulasan telah melalui tahapan pembersihan teks sehingga siap digunakan dalam proses analisis lebih lanjut.

Tabel 1. Karakteristik Data Ulasan Pengguna

Karakteristik	Keterangan
Objek Penelitian	Aplikasi TripAdvisor
Sumber Data	Google Play Store
Jumlah Ulasan Awal	±2.500 ulasan
Jumlah Ulasan Setelah Penyaringan	493 ulasan
Rentang Rating	1–5
Platform Aplikasi	Android
Konteks Ulasan	Pariwisata Indonesia

2. Distribusi Sentimen Ulasan Pengguna

Hasil analisis sentimen menunjukkan bahwa mayoritas ulasan pengguna berada pada kategori positif. Ulasan dengan sentimen positif umumnya disertai dengan rating tinggi, terutama pada rating empat dan lima. Sementara itu, ulasan dengan sentimen netral sebagian besar muncul pada rating tiga, sedangkan ulasan dengan sentimen negatif relatif sedikit dan umumnya disertai dengan rating rendah.



Gambar 2. Distribusi Sentimen Ulasan Pengguna

Distribusi ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna memiliki persepsi yang baik terhadap aplikasi TripAdvisor sebagai media informasi dan pendukung aktivitas pariwisata.

3. Hubungan Sentimen dan Rating

Analisis hubungan antara sentimen ulasan dan rating pengguna menunjukkan kesesuaian yang jelas. Ulasan dengan sentimen positif sebagian besar diberikan rating tinggi (4–5), sedangkan ulasan dengan sentimen negatif terkonsentrasi pada rating rendah (1–2). Ulasan netral berada pada rating menengah (3), sesuai dengan ekspektasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa ekspresi opini yang tersaji dalam teks ulasan sejalan dengan penilaian numerik yang diberikan oleh pengguna, sehingga validitas ulasan sebagai indikator kepuasan dapat dipercaya.

Tabel 2. Distribusi Sentimen Berdasarkan Rating

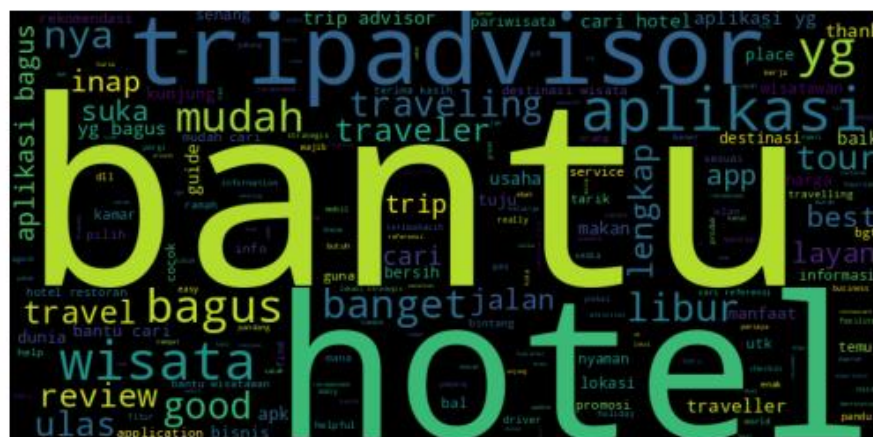
Rating Sentiment	1	2	3	4	5
<i>Negatif</i>	12	3	0	0	0
<i>Netral</i>	0	0	20	0	0
<i>Positif</i>	0	0	0	38	420

Hasil uji Chi-square antara sentimen dan rating menunjukkan hubungan yang sangat signifikan ($\chi^2 = 986$, $p < 0,001$), yang memperkuat temuan bahwa sentimen ulasan digital dapat dijadikan indikator tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi pariwisata digital.

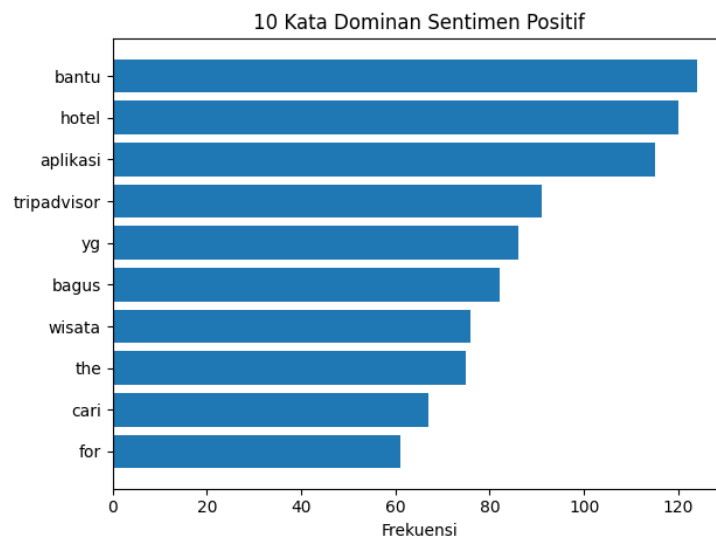
4. Kata Dominan pada Sentimen Positif

Analisis kata dominan pada ulasan dengan sentimen positif menunjukkan bahwa istilah yang paling sering muncul berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi, manfaat dalam mencari informasi, serta dukungan dalam perencanaan perjalanan wisata. Hasil ini diperoleh melalui penghitungan frekuensi kata setelah tahap prapemrosesan dan pembersihan teks. Kata-kata seperti bantu, mudah, aplikasi, hotel, dan wisata mencerminkan bahwa pengguna menilai TripAdvisor sebagai alat bantu yang praktis dan efisien dalam aktivitas pariwisata. Frekuensi tertinggi terlihat pada kata bantu dan hotel, yang menegaskan bahwa kemudahan pencarian akomodasi dan informasi wisata menjadi aspek utama yang diapresiasi oleh pengguna. Hasil ini menguatkan peran aplikasi sebagai media digital yang mendukung pengalaman wisatawan secara langsung.

Kata Dominan Sentimen Positif



Gambar 3. Kata Dominan pada Sentimen Positif



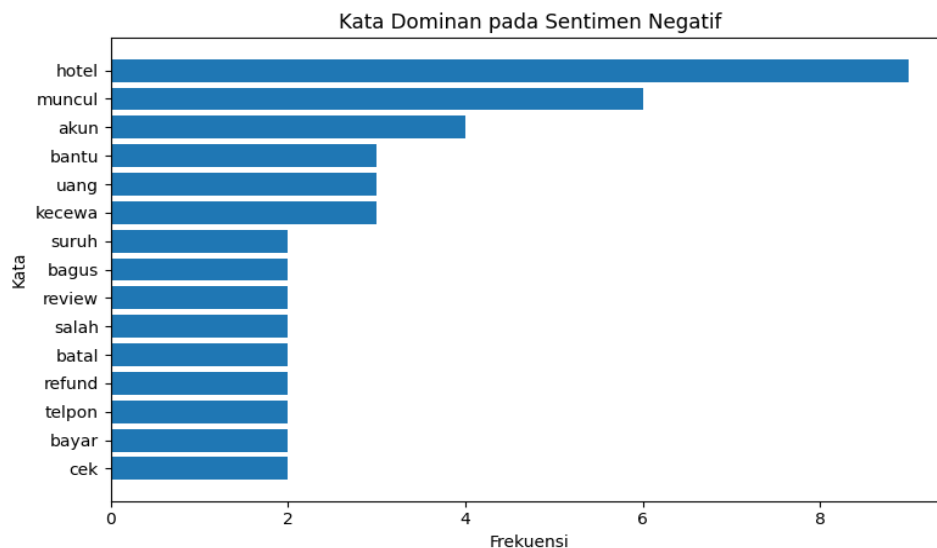
Gambar 4. Frekuensi Kata Dominan pada Sentimen Positif

5. Kata Dominan pada Sentimen Negatif

Analisis kata dominan pada ulasan dengan sentimen negatif menunjukkan bahwa istilah yang sering muncul berkaitan dengan kendala layanan digital dan masalah teknis aplikasi. Hasil diperoleh melalui penghitungan frekuensi kata setelah tahap prapemrosesan dan pembersihan teks. Kata-kata seperti hotel, muncul, akun, bantu, uang, dan kecewa mencerminkan keluhan pengguna terhadap aspek operasional aplikasi, termasuk kendala login, transaksi, dan proses pengembalian dana. Frekuensi tertinggi terlihat pada kata hotel dan muncul, menandakan bahwa beberapa pengguna menghadapi kesulitan saat mencari informasi akomodasi atau mengalami bug pada tampilan aplikasi. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun sentimen negatif relatif sedikit, aspek layanan digital tetap memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan kepuasan pengguna.



Gambar 5. Kata Dominan pada Sentimen Negatif



Gambar 6. Frekuensi Kata Dominan pada Sentimen Negatif

B. Pembahasan

1. Persepsi Wisatawan terhadap Aplikasi Pariwisata Digital

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor memiliki sentimen positif, dengan 92,9% ulasan tergolong dalam kategori positif. Dominasi sentimen positif ini mengindikasikan bahwa TripAdvisor dipersepsikan secara baik sebagai media informasi dan pendukung perencanaan perjalanan wisata. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Amarawati et al., 2025) yang melaporkan dominasi sentimen positif pada ulasan wisatawan terhadap layanan hotel berbasis platform digital, khususnya terkait kualitas layanan, kenyamanan, serta kemudahan akses informasi. Kesamaan temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa aplikasi pariwisata digital berperan penting dalam membentuk pengalaman wisatawan modern.

Selain itu, hasil penelitian (Suta et al., 2025) menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berkesan dan kualitas layanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan wisatawan terhadap destinasi. Dalam konteks aplikasi TripAdvisor, faktor-faktor tersebut tercermin melalui dominasi kata-kata seperti bantu, mudah, aplikasi, hotel, dan wisata, yang mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan, kelengkapan informasi, serta dukungan aplikasi dalam pencarian akomodasi menjadi aspek paling diapresiasi oleh pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa peran aplikasi pariwisata tidak hanya sebagai penyedia informasi destinasi, tetapi juga sebagai alat bantu utama dalam proses pengambilan keputusan perjalanan.

Temuan ini mempertegas bahwa kualitas antarmuka, keandalan fitur, serta kemudahan navigasi aplikasi memiliki kontribusi signifikan terhadap persepsi positif pengguna. Dengan demikian, TripAdvisor tidak hanya dipandang sebagai platform informasi, tetapi juga sebagai sistem pendukung keputusan wisata yang terintegrasi dalam ekosistem pariwisata digital.

2. Sentimen Negatif dan Permasalahan Layanan

Meskipun jumlah ulasan dengan sentimen negatif relatif kecil, temuan ini tetap memberikan informasi penting terkait aspek-aspek layanan yang memerlukan perhatian khusus. Analisis kata dominan menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dirasakan pengguna berkaitan dengan kendala teknis aplikasi, seperti gangguan akun, transaksi, serta proses pengembalian dana (refund). Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian (Amarawati et al., 2025) yang menyatakan bahwa keluhan pengguna platform pariwisata digital umumnya berfokus pada aspek teknis dan layanan pendukung, bukan pada kualitas informasi destinasi.

Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian (Suta et al., 2025) yang melaporkan bahwa keluhan wisatawan lebih banyak berkaitan dengan harga dan fasilitas fisik destinasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dalam konteks aplikasi pariwisata digital, sumber ketidakpuasan wisatawan cenderung bergeser dari aspek layanan fisik menuju performa sistem digital, termasuk stabilitas aplikasi, keamanan akun, dan keandalan transaksi. Hal ini menegaskan bahwa karakteristik media digital memiliki tantangan tersendiri yang memerlukan strategi pengelolaan yang berbeda.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pengembangan aplikasi pariwisata digital tidak hanya perlu berfokus pada penyediaan informasi destinasi, tetapi juga pada peningkatan kualitas sistem, keamanan data, serta keandalan layanan transaksi. Aspek teknis ini menjadi krusial karena berpotensi memengaruhi keseluruhan pengalaman wisatawan sejak tahap perencanaan hingga pasca-perjalanan.

3. Kesesuaian Sentimen dan Rating sebagai Indikator Kepuasan

Hasil analisis menunjukkan adanya kesesuaian yang jelas antara sentimen yang diidentifikasi dari teks ulasan dengan rating numerik yang diberikan oleh pengguna. Ulasan dengan sentimen positif umumnya disertai dengan rating tinggi, sedangkan ulasan dengan sentimen negatif cenderung muncul pada rating rendah. Pola ini menunjukkan bahwa ekspresi opini yang disampaikan pengguna melalui teks ulasan sejalan dengan penilaian kuantitatif yang mereka berikan terhadap aplikasi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa analisis sentimen terhadap ulasan pengguna mampu merepresentasikan tingkat kepuasan wisatawan secara cukup akurat. Dalam konteks pariwisata digital, kesesuaian antara sentimen teks dan rating memperkuat peran ulasan daring sebagai sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi kualitas layanan aplikasi pariwisata. Dengan demikian, analisis sentimen tidak hanya berfungsi sebagai alat klasifikasi opini, tetapi juga sebagai pendekatan untuk memahami pengalaman dan kepuasan wisatawan terhadap layanan berbasis aplikasi.

4. Keunikan Temuan dan Kontribusi terhadap Kajian Pariwisata Digital

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada ulasan destinasi wisata, hotel, atau layanan fisik pariwisata, penelitian ini menyoroti dimensi yang berbeda, yaitu pengalaman pengguna dalam mengoperasikan aplikasi pariwisata berbasis mobile. Keunikan temuan penelitian ini terletak pada identifikasi bahwa faktor teknis aplikasi, seperti kemudahan navigasi, kecepatan akses, stabilitas sistem, serta keandalan transaksi, memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan kepuasan pengguna.

Temuan ini memberikan kontribusi baru dalam kajian pariwisata digital dengan memperluas cakupan penelitian dari yang semula berorientasi pada kualitas destinasi dan layanan fisik menjadi mencakup kualitas sistem informasi digital sebagai bagian integral dari pengalaman wisata. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan wisatawan dalam era digital tidak hanya ditentukan oleh daya tarik destinasi, tetapi juga oleh kualitas teknologi yang digunakan dalam mendukung proses perencanaan dan pelaksanaan perjalanan wisata.

5. Implikasi Praktis bagi Pengembangan Pariwisata Digital

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ulasan pengguna dapat dimanfaatkan sebagai sumber data strategis dalam pengembangan layanan pariwisata digital. Melalui analisis sentimen, pengelola aplikasi dapat mengidentifikasi aspek layanan yang memperoleh apresiasi tinggi maupun aspek yang masih memerlukan perbaikan secara lebih sistematis dan berbasis data.

Dalam konteks pengembangan pariwisata digital, pemantauan ulasan pengguna secara berkala dapat dijadikan sebagai mekanisme evaluasi kualitas layanan yang efektif. Informasi yang diperoleh dari ulasan tidak hanya mencerminkan tingkat kepuasan pengguna, tetapi juga memberikan masukan terkait desain antarmuka, keandalan fitur, serta kualitas informasi pariwisata yang disajikan. Oleh karena itu, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembang aplikasi dan pemangku kepentingan pariwisata untuk merancang strategi peningkatan kualitas layanan digital yang berorientasi pada kebutuhan dan ekspektasi wisatawan.

6. Keterbatasan dan Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, sumber data yang digunakan hanya berasal dari ulasan pengguna aplikasi TripAdvisor pada platform Google Play Store, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan persepsi pengguna pada platform lain. Kedua, analisis yang dilakukan masih bersifat deskriptif, sehingga belum menggali hubungan yang lebih mendalam antara sentimen pengguna dengan faktor-faktor spesifik yang memengaruhi kepuasan wisatawan.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sumber data yang lebih beragam, seperti ulasan dari platform aplikasi lain atau media sosial, serta membandingkan beberapa aplikasi pariwisata digital. Selain itu, pengembangan metode analisis, misalnya dengan mengaitkan sentimen dengan kategori layanan tertentu atau menggunakan pendekatan analisis yang lebih mendalam, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku dan persepsi wisatawan dalam konteks pariwisata digital.

III. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap aplikasi TripAdvisor sebagai media informasi pariwisata berdasarkan ulasan yang diperoleh dari Google Play Store. Dari sekitar 2.500 ulasan yang berhasil dikumpulkan, sebanyak 493 ulasan teridentifikasi relevan dengan konteks pariwisata di Indonesia dan dianalisis lebih lanjut menggunakan pendekatan analisis sentimen berbasis text mining.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap aplikasi TripAdvisor didominasi oleh sentimen positif, dengan proporsi sebesar 92,90%, sedangkan sentimen netral dan negatif masing-masing hanya sebesar 4,06% dan 3,04%. Dominasi sentimen positif ini mengindikasikan bahwa TripAdvisor secara umum dipersepsikan mampu memenuhi kebutuhan pengguna sebagai media informasi dan pendukung perencanaan perjalanan wisata. Temuan ini diperkuat oleh kesesuaian yang signifikan antara sentimen teks dan rating numerik, di mana ulasan positif dominan disertai rating tinggi (4–5), sementara ulasan negatif terkonsentrasi pada rating rendah (1–2). Hasil uji chi-square yang menunjukkan nilai signifikan ($p < 0,05$) mengonfirmasi adanya hubungan yang kuat antara sentimen ulasan dan tingkat kepuasan pengguna.

Analisis kata dominan pada sentimen positif mengungkap bahwa kepuasan pengguna terutama berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi, kelengkapan informasi, serta manfaat aplikasi dalam membantu pencarian hotel dan informasi wisata. Sebaliknya, sentimen negatif, meskipun jumlahnya relatif kecil, umumnya berkaitan dengan permasalahan layanan digital, seperti kendala akun, transaksi, dan pengembalian dana. Selain itu, ulasan negatif cenderung memiliki panjang teks yang lebih besar dibandingkan ulasan positif, yang mengindikasikan bahwa ketidakpuasan mendorong pengguna untuk menyampaikan keluhan secara lebih rinci.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa analisis sentimen terhadap ulasan pengguna di Google Play Store merupakan pendekatan yang efektif untuk memahami persepsi

dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap aplikasi pariwisata digital. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola aplikasi TripAdvisor dan pemangku kepentingan pariwisata dalam meningkatkan kualitas layanan digital, khususnya pada aspek teknis dan layanan pendukung, guna menjaga keberlanjutan kepuasan dan loyalitas pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tim Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya atas kesempatan dalam publikasi artikel ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak-pihak yang telah memberikan masukan, dukungan, dan fasilitas selama proses penelitian dan penulisan, sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Amarawati, N. P. E. D., Pitanatri, P. D. S., & Pratiwi, K. A. D. (2025). Eksplorasi Preferensi Wisatawan Domestik Menggunakan Analisis Sentimen pada Hotel Luxury di Bali. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 6(2), 499–510. <https://doi.org/10.35912/simo.v6i2.4702>
- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). PARIWISATA DIGITAL: PERSPEKTIF DAN AGENDA RISET MASA DEPAN. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144. <https://doi.org/10.47256/kji.v17i2.215>
- Junianto, H., Arsi, P., Kusuma, B. A., & Saputra, D. I. S. (2024). Evaluasi Aplikasi Raileo Melalui Analisis Sentimen Ulasan Playstore Dengan Metode Naive Bayes. *SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 7(1), 27–40. <https://doi.org/10.31598/sintechjournal.v7i1.1505>
- Luqman Taufiq, M., & Gusriza, F. (2023). Dampak Perilaku Wisatawan Asing di Bali Dan Respon Sentimen Pengguna Twitter. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 5(2). <https://doi.org/10.51977/jiip.v5i2.1319>
- Maulana, R., Voutama, A., & Ridwan, T. (2023). Analisis Sentimen Ulasan Aplikasi MyPertamina pada Google Play Store menggunakan Algoritma NBC. *Jurnal Teknologi Terpadu*, 9(1), 42–48. <https://doi.org/10.54914/jtt.v9i1.609>
- Nabillah, S., Sumitra, N. R., & Rohimah, I. (2024). REVOLUSI TEKNOLOGI: IMPLEMENTASI MUSEUM TEKNOLOGI DALAM MENCIPTAKAN PARIWISATA INTERAKTIF DI ERA SOCIETY 5.0. *JURNAL PESONA PARIWISATA*, 3(1), 26–32. <https://doi.org/10.33005/peta.v3i1.61>
- Nidhal, M., Indrayadi, S., Budiman, L., & Sutrisna, A. (2024). *Exploring Online Reviews in Indonesia: Impacts on UGC Platforms and Consumers*. <https://doi.org/10.35497/584827>
- Nuryananda, P. F., & Al Fitriani, A. Q. (2023). Permasalahan Kultural dan Pentingnya Kontekstualisasi dalam Penerapan Teknologi dalam Pengembangan Pariwisata Kampung Adat Segunung. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(2), 104–114. <https://doi.org/10.31294/khi.v14i2.15931>
- Primayani, S. A. P., & Sanjaya, I. G. W. (2025). Perbandingan Laravel Seeder dan Faker Untuk Otomatisasi Data Uji Pada Aplikasi Perpustakaan. *Journal Informatics Nivedita*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.25078/nivedita.v2i1.5615>

- Sanjaya, I. G. W., Kartika, L. G. S., & Kussa Laksmana Utama, P. (2025). PERANCANGAN E-SUKERTI (SURAT KETERANGAN ELEKTRONIK) DESA BATURITI BERBASIS WEB BERBASIS BLACK BOX TESTING. *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputerisasi Akuntansi*, 9(2), 264–274. <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol9No2.pp264-274>
- Suta, P. W. P., Rafael, R., & Mahanani, S. M. (2025). ANALISIS ULASAN WISATAWAN PADA SITUS TRIPADVISOR DI GARUDA WISNU KENCANA CULTURAL PARK, BALI. *Journal Of Responsible Tourism*, 5(1), 459–472. <https://doi.org/10.47492/jrt.v5i1.3898>
- Wisnawa, I. M. B. (2024). Era Baru Loyalitas Wisata: Menggabungkan Digitalisasi dan Autentisitas dalam Pemasaran Destinasi. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.51713/jotis.2024.411>