

INTISARI

Kota Malang menjadi salah satu daerah di Indonesia yang berupaya mengembangkan wisata halal melalui kebijakan Malang Halal. Namun, pengembangan wisata halal di Kota Malang menuai respon pro dan kontra oleh kalangan masyarakat, salah satunya di media sosial twitter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sentimen publik yang muncul di media sosial twitter terhadap kebijakan Malang Halal. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data tweet terkait kebijakan Malang Halal serta studi pustaka terkait. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data meliputi analisis sentimen dan analisis isi. Analisis sentimen dilakukan untuk mengklasifikasikan sentimen kemudian analisis isi dilakukan untuk memahami pembahasan dalam masing-masing sentimen. Hasil pengolahan klasifikasi sentimen menunjukkan terdapat 40,4 persen tweet dengan sentimen negatif, 30,8 persen tweet dengan sentimen positif, serta sejumlah 28,8 persen tweet dengan sentimen netral. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sentimen negatif mendominasi pembahasan kebijakan Malang Halal di twitter.

Kata kunci: wisata halal, Kota Malang, analisis sentimen, analisis isi, twitter

ABSTRACT

Malang City is one of the regions in Indonesia that seeks to develop halal tourism through the Malang Halal policy. However, the development of halal tourism in Malang City reaped pros and cons from the community, one of which was on social media Twitter. This study aims to determine the public sentiment that appears on Twitter social media towards the Malang Halal policy. The data used in this study includes tweet data related to Malang Halal policy and related literature. The method used in this study is a qualitative descriptive method with data analysis techniques including sentiment analysis and content analysis. Sentiment analysis was carried out to classify sentiments and then content analysis was carried out to understand the discussion in each sentiment. The results of sentiment classification processing show that there are 40.4 percent of tweets with negative sentiment, 30.8 percent of tweets with positive sentiment, and 28.8 percent of tweets with neutral sentiment. Based on the results of the study it can be concluded that negative sentiment dominates the discussion of Malang Halal policy on Twitter.

Keywords: halal tourism, Malang City, sentiment analysis, content analysis, twitter