

ABSTRAK

Potensi wisata di Indonesia beragam. Selain keindahan alam dan pesona budaya Indonesia yang bisa menjadi daya tarik bagi turis asing datang ke negeri ini, wisata museum juga bisa menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Tema yang ditawarkan museum cukup banyak dan beragam. Mediawave sekarang ini sedang mengembangkan produk di bidang *tourism* atau pariwisata yaitu TourismWave. Kelebihan dari TourismWave adalah *real-time confirmation*, *booking* paket tur dalam satu kali transaksi, *big data insight* (membuat paket tur *based on* media sosial), dan *safer online transaction*. Untuk meringkas percakapan dapat menggunakan *wordcloud*, akan tetapi metode ini memiliki kekurangan yaitu sulit membuat simpulan karena tidak memiliki hubungan antar kata. Metode *network text* menawarkan cara dalam meringkas dokumen dengan skala yang besar (dokumen dalam hal ini adalah *tweet*) dan tetap mempertahankan *data summarization* dengan cepat, yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan suatu keputusan dan penerapan strategi yang cepat dan tepat, khususnya untuk Mediawave yang sedang mengembangkan produk Tourismwave.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui topik percakapan yang terdapat di media sosial Twitter mengenai museum di Indonesia dan untuk mengetahui model dari jaringan text pada konten percakapan media sosial twitter.

Metode yang digunakan adalah *data analytics* dengan tujuan yaitu deskriptif. Peneliti dalam penelitian ini tidak mengintervensi data dan berdasarkan waktu pelaksanaan, penelitian ini adalah *cross-section*.

Didapat hasil bahwa dari data *ranking/peringkat 25 degree* teratas, didapat tempat wisata museum yang dibicarakan seperti: Museum Nasional (DKI Jakarta), Museum Angkut (Malang), Museum Geologi Bandung (Bandung, Jawa Barat), Museum Bank Indonesia (DKI Jakarta), Museum Tekstil (DKI Jakarta), Museum Sangiran (Jawa Tengah), Museum Pos (Jawa Barat), Museum Tsunami Aceh (Aceh), Museum Wayang (DKI Jakarta), dan Museum Ambarawa (Jawa Tengah). Dan dari penelitian ini didapat 5 kelompok dengan peringkat tertinggi yang diberi label dengan warna dengan masing-masing memiliki konten yang berbeda, yaitu: hijau, merah muda, *orange*, *cyan*, dan merah *maroon*.

Hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh Tourismwave sebagai input informasi yang nantinya bisa digunakan untuk strategi dalam pembuatan paket tur, salah satunya adalah membuat paket tur beserta kecenderungan kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat.

Kata kunci: analisis jaringan teks, persepsi konsumen, perilaku konsumen, *social network analysis*