ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era globalisasi ini mengalami perkembangan pesat setiap tahun dikarenakan pertumbuhan pengguna internet. Kegiatan yang paling sering digunakan di internet adalah penggunaan media sosial salah satunya adalah twitter. Di dalam media sosial *twitter* para penggunanya dapat berinteraksi dan bertukar informasi berbagai macam hal, salah satu informasi yang juga sering tersebar adalah informasi mengenai perjalanan wisata untuk meningkatkan jumlah wisata mancanegara, 10 lokasi wisata yang menjadi potensi antara lain Danau Toba, Gunung Bromo, Mandalika, Morotai, Tanjung Lesung, Labuhan Bajo, Kepulauan Seribu, Wakatobi, Tanjung Kelayang dan Candi Borobudur. Suatu perusahaan salah satunya perusahaan yang bergerak di industri pariwisata membutuhkan *marketing intelligence* untuk mengetahui perilaku konsumen, kebutuhan pesaing, dan mengetahui ketidakpastiaan pasar pada masa depan sehingga dapat mendukung untuk proses pengambilan keputusan dan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan

Peniliti menggunakan *text mining* sebuah proses semiautomais dalam mengekstraksi pola untuk jumlah data yang besar dari sumber data yang tidak terstruktur juga menggunakan metode *social network analysis* untuk *social network analysis* adalah untuk memahami bentuk grafik yang merepresentasikan hubungan antar konten kata dalam suatu *social network* yang disajikan dalam bentuk yang mudah dimengerti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan topik mengenai 10 lokasi tempat wisata yang berpotensi menggunakan *network text analysis*.. Dan untuk mengetahui input langkah dan strategi yang bisa diterapkan bagi pihak TourismWave.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan persepsi mengenai tempat wisata yang paling sering disebutkan di media sosial hanya beberapa tempat wisata saja yang sering disebutkan oleh pengguna twitter sebagai dalam memilih tempat wisata yaitu Candi Borobudur, wisata, Danau toba, Pulau seribu dan Gunung Bromo. Didapatkan 5 kelompok yang paling sering disebutkan yaitu: . Kelompok pertama yaitu kelompok topik candi Borobudur-wisata- budaya-sunrise-kuliner-lampion-homestay. Kelompok kedua topik: pulau seribu- wakatobi- penyebrangan-festival-pulau komodo-festival-berlayar Kelompok topik ketiga yaitu gunung bromo-sunrise-desa-suku-angkutan-jasa. Kelompok topik keempat yaitu: danau toba- bandara-festival alam-batak-dayung-tektovulkanik. Dan yang terakhir kelompok topik yaitu: pantai-pasir-putih-tanjung kelayang-main volley-belitung. Dari hasil penelitian,

hasil dari persepsi mengenai 10 tempat wisata tersebut dapat menjadi informasi bagi TourismWave dalam pembuatan paket tur berdasarkan tempat wisata yang paling sering disebutkan di social media twitter dengan kegiatan dan daya tarik dari tempat wisata tersebut.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen; Pariwisata; *network text analysis; social network analysis*;*marketing intelligence*