

ABSTRAK

Sektor pariwisata Indonesia merupakan *leading sector* yang diunggulkan dalam pembangunan di sektor ekonomi, sosial, dan budaya. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di sektor pariwisata, pemerintah memfokuskan pengembangan destinasi wisata untuk 10 destinasi wisata prioritas yang melibatkan peran *stakeholder* pariwisata sebagai kelompok yang dapat mendukung dan mempromosikan destinasi wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola penyebaran informasi yang terbentuk dalam jejaring sosial di 10 destinasi wisata prioritas pada media sosial Twitter, mengetahui peran pengguna Twitter sebagai *stakeholder* pariwisata dalam penyebaran informasi pada jejaring sosial di 10 destinasi wisata prioritas, mengetahui *influencer* dan komunitas yang terbentuk dalam penyebaran informasi pada jejaring sosial di 10 destinasi wisata prioritas. Penelitian ini menggunakan metode *social network analysis* dengan menggunakan sumber data dari media sosial Twitter berupa *tweets*, *reply*, *mention* dan *retweet* di media sosial Twitter.

Penelitian ini mendapatkan sebuah *insight* baru dalam penyebaran informasi dan peran dari *stakeholder* pariwisata terkait jejaring sosial yaitu terdapat suatu kemiripan visualisasi di semua jejaring sosial dengan adanya *gap* lingkaran di luar membentuk bulat memisah yang mendeskripsikan pengguna Twitter yang kurang dalam berinteraksi dan tidak terlibat dalam penyebaran informasi ke dalam kelompok yang terbentuk. Peran dari *stakeholder* individu lebih dominan dibandingkan *stakeholder* lainnya. Peran pemerintah, media, komunitas, *travel*, dan pemerintah memiliki peran yang baik dalam penyebaran informasi. Dan sebaliknya, peran dari *stakeholder* pariwisata *event*, hotel, dan industri lainnya kurang memiliki peran di setiap destinasi wisata. Dan terdapat *influencer* yang memiliki peran penting di komunitas yang terbentuk berdasarkan kesamaan nilai pengukuran *centrality*. *Insight* tersebut dapat dimanfaatkan sebagai strategi dalam menyebarkan informasi secara efektif dan efisien dalam sektor pariwisata.

Kata Kunci: Sektor Pariwisata, 10 Destinasi Wisata Prioritas, *Stakeholder* Pariwisata, *Big Data*