

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang vital di Indonesia. Pemerintah meluncurkan program "5 Destinasi Super Prioritas" untuk mendiversifikasi tujuan wisata yang tidak hanya berpusat di Bali. Borobudur, sebagai salah satu dari destinasi super prioritas ini, berpotensi mendorong kunjungan wisata ke daerah sekitar seperti Yogyakarta, Solo, dan Semarang, yang dikenal sebagai wilayah Joglosemar.

Selama pandemi COVID-19, sektor pariwisata mengalami penurunan jumlah wisatawan akibat kebijakan PPKM. Untuk mengatasi tantangan ini, para pelaku wisata beralih ke promosi melalui media sosial, terutama TikTok. Platform ini efektif untuk mempromosikan berbagai destinasi wisata di Joglosemar melalui konten video yang menarik dan informatif.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis big data seperti Social Network Analysis dan WordCloud untuk mengevaluasi respons konsumen terhadap promosi destinasi wisata di Joglosemar. Data dikumpulkan melalui scraping data TikTok, fokus pada interaksi di kolom komentar video rekomendasi wisata. Analisis ini membantu mengidentifikasi pola jaringan interaksi antar pengguna yang merespons konten wisata.

Hasil penelitian memberikan wawasan mengenai pola respon masyarakat terhadap layanan wisata baru melalui interaksi di media sosial. Informasi ini dapat digunakan oleh pelaku pariwisata untuk meningkatkan infrastruktur dan fasilitas di destinasi wisata agar lebih menarik bagi wisatawan.

Kata kunci: Pariwisata, Joglosemar, Tiktok, *Big Data*, *Social Network Analysis*, *WordCloud*