

ABSTRAK

Pemerintah menetapkan destinasi wisata prioritas yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan memperkenalkan wisata lainnya selain Bali. Pertumbuhan pengguna internet pun meningkat pesat. Orang-orang cenderung untuk mencari berbagai informasi dan membagikan kegiatan mereka di internet. Dengan menggunakan perkembangan internet, pemerintah serta pengelola destinasi pariwisata dapat terus meningkatkan dan mengevaluasi produk dan layanan mereka dengan melihat ulasan-ulasan yang ditinggalkan oleh wisatawan di internet.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mengenai destinasi wisata prioritas yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Data untuk penelitian ini didapatkan melalui situs TripAdvisor. Penelitian ini menggunakan metode *big data* yaitu *sentiment analysis* untuk menguji ulasan pengguna TripAdvisor dan *topic modelling* untuk mengetahui topik yang sering dibahas mengenai atraksi pada destinasi wisata.

Hasil dari *sentiment analysis* menunjukkan bahwa setiap destinasi wisata memiliki persepsi emosi *joy* yang dominan. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memiliki perasaan senang ketika berada di destinasi wisata tersebut. Sedangkan untuk *topic modelling* menghasilkan informasi mengenai topik populer yang sering dibahas oleh pengguna TripAdvisor mengenai atraksi wisata. Destinasi dengan karakteristik yang sama hampir memiliki topik diskusi yang sama. Topik yang paling banyak dibahas adalah pemandangan, layanan, dan kegiatan yang tersedia. Hasil yang didapat melalui *sentiment analysis* dan *topic modelling* ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pengembangan produk dan peningkatan layanan di industri pariwisata.

Kata Kunci: Atraksi wisata, pengalaman wisatawan, *sentiment analysis*, *topic modelling*.