

## ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar pada sektor pariwisata dengan menjadi salah satu sumber penghasilan terbesar di Indonesia. Peningkatan jumlah kunjungan setiap tahunnya mengharuskan pemerintah berfokus pada pengembangan kualitas destinasi wisata dibandingkan dengan penentuan target kuantitas. Ulasan wisatawan pada TripAdvisor dapat digunakan sebagai saran dalam mengembangkan dan memperbaiki destinasi agar memberikan kepuasan kepada wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi destinasi wisata yang potensial berdasarkan pola pergerakan dan persepsi wisatawan dengan mengekstrak informasi yang terkandung di dalam ulasan wisatawan, sehingga informasi tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan ide yang inovatif dalam menstimulasikan informasi strategis yang dapat direkomendasikan kepada pemerintah dan stakeholder sektor pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata yang sesuai minat dan harapan dari wisatawan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini *sentiment analysis* menggunakan VADER untuk memberikan skor positif/negatif, *multiclass classification* untuk mengklasifikasikan teks ke dalam 6 aspek dimensi kognitif dalam mengetahui persepsi wisatawan mengenai destinasi wisata, dan *social network analysis* untuk menunjukkan daerah yang menjadi titik potensial kunjungan wisatawan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian model *Neural Network* pada *multiclass classification* memiliki akurasi sebesar 92.1%. Hasil analisis menggunakan *sentiment analysis* dan *multiclass classification* menunjukkan bahwa setiap destinasi memiliki kekurangan yang harus di evaluasi dan dikembangkan. Hal ini dapat terlihat dari hasil sentimen pada dimensi kognitif setiap destinasi. Hasil dari *social network analysis* menggambarkan destinasi yang menjadi titik potensial kunjungan wisatawan di Bali.

Hasil analisis pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dan pengelola destinasi wisata dengan mengetahui dimensi yang memiliki sentimen negatif tertinggi untuk dilakukan evaluasi dan dikembangkan. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti memberikan saran bagi pemerintah dan pengelola destinasi untuk memperbaiki dan mengembangkan destinasi wisata yang sesuai dengan persepsi wisatawan.

**Kata Kunci :** Pariwisata, Citra Destinasi, Citra Kognitif, *Text Classification*, *Sentiment Analysis*, dan *Social Network Analysis*.