

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola interaksi sosial wisatawan kuliner di Joglosemar melalui konten media sosial menggunakan *Social Network Analysis*, dengan fokus pada platform YouTube. Dengan pertumbuhan pesat penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi, khususnya mengenai destinasi wisata kuliner, penting untuk memahami bagaimana interaksi antar pengguna terjadi di platform tersebut. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data user generated content (UGC) dari beberapa konten YouTube yang membahas wisata kuliner di Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan *Social Network Analysis* untuk memvisualisasikan pola interaksi antar pengguna. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi isi video konten yang mendapat respon paling banyak dari pengguna YouTube. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pembuat konten dan pihak terkait dalam memahami pola interaksi sosial wisatawan kuliner di Joglosemar melalui platform YouTube. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pola interaksi ini, diharapkan dapat meningkatkan kualitas konten yang disajikan dan memperkuat daya tarik destinasi wisata kuliner di Joglosemar.

Kata Kunci: *Social Network Analysis*, Pola Interaksi, Wisatawan, Wisata Kuliner