

HASHTAG #WISATAVIRTUAL PADA INSTAGRAM SEBAGAI INFORMASI WISATA SAAT PANDEMI COVID-19

Hendi Prasetyo^{1*}, Anik Nur Azizah²

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia^{1*}

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, Indonesia²

Email: hendi@stipram.ac.id^{1*}, ziezzhakky@gmail.com²

ABSTRACT

Utilization of information through Instagram social media is currently quite in demand by users, one of which is by searching for information through the hashtag feature. During this Covid-19 pandemic, one of the information that can be searched is #wisatavirtual which contains various information about tourism. This study aims to determine the hashtag #wisatavirtual on Instagram as travel information during the Covid-19 pandemic. The researcher uses descriptive qualitative research method by using literature study and document technique. The results of this study indicate that Instagram is a social media that can be used as information for its users. One of the information that can be found through Instagram during the Covid-19 pandemic is the hashtag #wisatavirtual. Most of the information shows about alternative travel during the Covid-19 pandemic, virtual travel schedules, various information related to invitations to travel virtually in various tourist destinations. In addition, other information obtained from searches about #wisatavirtual is related to general information about virtual tourism. The results of the search that have been carried out by researchers also show that there are posts that are not related (irrelevant) to virtual tourism but the post includes #wisatavirtual in the post. The existence of this #wisatavirtual has shown the existence and trend of postings on Instagram related to #wisatavirtual carried out by its users. In addition, Instagram posts with #wisatavirtual also get a good response from Instagram users.

Keywords: #virtual tourism; Information; Covid-19

PENDAHULUAN

Adanya pandemi Covid-19 dalam satu tahun terakhir ini telah menyebabkan masyarakat di pelbagai belahan dunia termasuk Indonesia harus beraktivitas dan berada di rumah untuk membantu memutus rantai penularan virus Covid-19. Dampak dari keberadaan masyarakat di rumah ini juga harus dibarengi dengan aktivitas

masyarakat seperti sekolah, bekerja, beribadah dan aktivitas lainnya dilakukan dari rumah. Selain itu, pandemi Covid-19 ini juga menyebabkan masyarakat tidak bisa menikmati liburan seperti di era normal seperti tahun-tahun sebelumnya.

Situasi di masa pandemi membuat masyarakat mengalami kesulitan untuk mengunjungi pelbagai

destinasi wisata yang biasa mereka kunjungi. Hal ini disebabkan karena pihak pengelola destinasi wisata atau masyarakat sendiri harus mengikuti kebijakan pemerintah seperti pembatasan sosial berskala besar, pembatasan sosial berskala mikro dan pelbagai kebijakan lainnya. Bahkan, tidak sedikit destinasi wisata yang memiliki daya tarik wisata dan beragam paket wisata yang beragam tutup untuk sementara waktu.

Dampak dari Covid-19 ini telah membuat beberapa pengelola destinasi wisata untuk membuat inovasi agar masyarakat tetap bisa menikmati liburan meskipun masyarakat tetap berada di rumah. Salah satu inovasi yang dibuat oleh berbagai pengelola destinasi wisata masa pandemi yaitu dengan menyediakan / menyelenggarakan wisata secara *virtual*. Sebenarnya, sebelum adanya pandemi Covid-19 beberapa pengelola wisata ada yang sudah menyediakan layanan wisata melalui *virtual tour*. *Virtual tour* yang kemudian dikembangkan oleh pengelola destinasi wisata merupakan simulasi dari suatu lokasi yang sesungguhnya, biasanya terdiri dari *sequence video* atau kumpulan gambar (foto). *Virtual tour* juga dapat menggunakan pelbagai elemen multimedia lain, contohnya adalah *sound effect*, musik, narasi, serta teks (Thomas et al., 2018).

Virtual tour merupakan kegiatan berwisata secara *virtual* dengan memanfaatkan perangkat teknologi informasi. Bahkan dengan adanya wisata dengan *virtual tour* ini telah menjadi tren baru bagi setiap orang untuk dapat berwisata di saat adanya pandemi Covid-

19 seperti saat ini. Hal ini dapat dilihat dari aktivitas orang-orang yang mengikuti kegiatan berwisata secara virtual dan beragam postingan pengguna media sosial, salah satunya Instagram berkaitan dengan wisata virtual. Melalui Instagram, kita dapat menemukan pelbagai informasi tentang wisata virtual yang telah di posting pada *feed* atau *story*. Kita juga dapat melakukan penelusuran informasi wisata virtual melalui pelbagai fitur salah satu diantaranya ialah fitur penelusuran berdasarkan *tags* atau *hashtag*.

Permatasari & Trijayanto (2017) menyebutkan bahwa *hashtag* dapat difungsikan untuk dapat menggolongkan (mengelompokkan) tema ataupun topik yang lebih khusus pada sosial media, serta di sisi lain *hashtag* pula dapat memudahkan orang lain untuk mencari topik yang saling berhubungan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *hashtag* #wisatavirtual untuk mengetahui topik tersebut dapat dijadikan sebagai informasi bagi para pengguna, eksistensi dan tren postingan dengan *hashtag* #wisatavirtual saat pandemi Covid-19 seperti yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat ini, serta respon pengguna Instagram pada #wisatavirtual.

TINJAUAN PUSTAKA

Instagram merupakan aplikasi jejaring sosial yang diciptakan untuk berbagi gambar serta video melalui *smartphone* (Moreau, 2018). Saat ini, untuk dapat menggunakan Instagram, pengguna yang memakai *smartphone* dapat *download* aplikasinya melalui *App Store* dan/atau *Google Play*. Selain itu,

pengguna yang menggunakan *personal computer* juga dapat menjalankan Instagram melalui situs www.instagram.com. Rahmania & Takwin (2020) menulis bahwa Instagram saat ini dilengkapi dengan fitur Instagram *live* yang dapat digunakan untuk interaksi dua arah pada saat yang bersamaan. Tidak hanya fitur gambar serta video, ada juga fitur stiker yang memudahkan pengguna untuk dapat melakukan *polling survey*, tanya jawab, yang setelah itu dapat diarsipkan pada fitur 'cerita sorotan'. Berikutnya, untuk mempermudah pengguna dalam mencari informasi yang diinginkan, Instagram menyediakan kemudahan dengan menggunakan tanda pagar (*hashtag*) sebagai label pada kolom pencarian. Dengan adanya *hashtag* pada Instagram, pengguna dapat dengan lebih efektif dan efisien dalam mendapatkan informasi yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Menurut Enterprise (2012), Instagram memiliki beragam kelebihan antara lain adalah :

1. Instagram didistribusikan (disebarluaskan) secara gratis. Pengguna dapat memasang ke dalam pelbagai perangkat seperti iPhone, iPad 2, dan iPod tanpa dikenakan biaya.
2. Instagram memiliki fitur editor foto yang dapat digunakan untuk mengubah foto biasa menjadi *vintage* (antik) dengan memanfaatkan pelbagai fasilitas seperti warna, focus, dan lainnya.
3. Komunitas Instagram yang terdiri dari jutaan orang dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk

memperoleh jalinan pertemanan yang baru dengan skala yang lebih luas apabila pengguna dapat menciptakan foto yang menarik. Para pengguna Instagram juga dapat menjalin koneksi (terhubung) dengan banyak orang yang memiliki minat sama sehingga pengguna dapat mengubahnya agar menjadi basis konsumen potensial pada masa depan.

Saat ini, dalam kaitannya dengan Instagram atau pada media sosial secara umum, *hashtag* merupakan salah satu fitur yang cukup populer digunakan oleh penggunanya. Pada media sosial, tagar dikenal dengan menggunakan istilah *hashtag*. Pemakaian *hashtag* ini berguna buat mengelompokkan (mengklasifikasi-kan) pesan yang masuk agar bisa dicari dengan mudah (Mustofa, 2019). Secara universal *hashtag* dalam Instagram berfungsi untuk, memudahkan pengelompokkan konten, memudahkan pencarian konten memperluas postingan ada dan sebagai sarana promosi produk (Permatasari & Trijayanto, 2017). *Hashtag* yang terdapat pada Instagram secara tidak disadari sudah menjadi suatu kebutuhan bagi pengguna sosial media untuk mendapatkan informasi secara cepat. Meskipun seringkali *hashtag* yang terdapat pada Instagram tidak sesuai dengan tema yang terkait, akan tetapi *hashtag* mampu berperan sebagai alat untuk menyaring informasi secara visual pada Instagram.

Informasi merupakan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih bermanfaat serta lebih berarti untuk penerimanya (Hutahaean, 2014). Fungsi

utama informasi adalah untuk meningkatkan pengetahuan. Informasi yang disampaikan kepada para pemakai bisa jadi ialah hasil data yang telah diolah menjadi sebuah keputusan (Sutabri, 2012). Berkaitan dengan fungsi informasi, para pengguna Instagram terutama para calon wisatawan dan orang-orang yang telah melakukan kegiatan wisata virtual dapat berbagi informasi dan juga dapat memanfaatkan informasi yang ada untuk mengambil keputusan apabila akan melakukan kegiatan wisata virtual yang saat ini menjadi salah satu alternatif berwisata saat pandemi Covid-19 seperti saat ini serta dapat meningkatkan pengetahuan yang berkaitan dengan wisata.

Lies et al., (2020) menuliskan bahwa wisata virtual merupakan wisata yang dapat dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara. Beberapa media *digital* saat ini dapat digunakan untuk mendukung layanan wisata virtual seperti *smartphone*, komputer dan pelbagai media lainnya. Beberapa aplikasi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menjelajah pelbagai destinasi wisata secara virtual antara lain adalah *Google Street View*, *Google Art & Culture*, *Google Earth View* (Lies et al., 2020). Selain aplikasi yang disebutkan diatas, beberapa pengelola destinasi wisata juga terkadang memanfaatkan beragam aplikasi lain yang sudah ada serta ada juga yang menciptakan aplikasi baru untuk menyelenggarakan wisata secara virtual guna melakukan simulasi pada destinasi wisata (*virtual tour*). *Virtual tour* ialah simulasi pada sebuah lokasi yang terdiri dari rentetan. Rentetan

gambar (foto) tersebut akan digabungkan (*stitch*) untuk menghasilkan gambar (foto) panorama 360 derajat (Wulur et al., 2015).

Pada masa Pandemi Covid-19 ini, kegiatan berwisata secara virtual cukup diminati oleh banyak orang. Namun, perlu diketahui juga bahwa *Coronavirus* (COVID-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan (*World Health Organization, n.d.-a*). *Coronavirus Disease* (Covid-19) merupakan nama resmi yang digunakan setelah sebelumnya menggunakan nama *2019 Novel Coronavirus* untuk penyakit yang disebabkan oleh virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) (*World Health Organization, n.d.-b*). Bahkan, *World Health Organization* (2020) juga mengkategorikan *Coronavirus Disease* (Covid-19) merupakan pandemi. Pandemi merupakan penyakit yang menyebar ke seluruh negara atau seluruh dunia (*Oxford Advanced Learner's Dictionary at Oxford, n.d.*). Dengan adanya pandemi Covid-19 ini, wisata virtual dapat dijadikan sebagai alternatif untuk berwisata. Sehingga, penelusuran dan penciptaan informasi berkaitan dengan kegiatan wisata virtual semakin banyak dilakukan.

METODE PENELITIAN

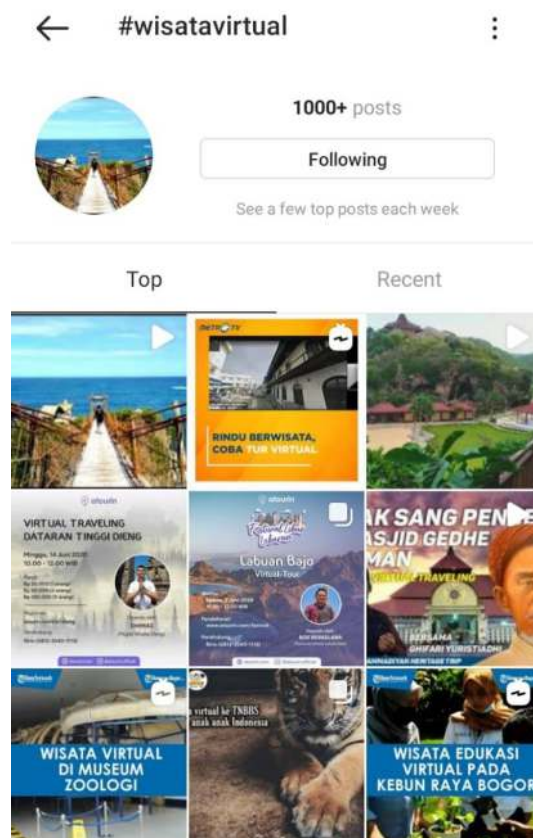
Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan studi pustaka, dimana peneliti menggunakan informasi dari pelbagai literatur yang ada untuk menunjang penelitian yang dilakukan. Menurut Afrizal (2017) esensi studi pustaka

adalah penyajian hasil bacaan literatur yang telah dilakukan oleh peneliti. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumen. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas tentang *hashtag* #wisatavirtual pada Instagram sebagai informasi wisata saat Pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram Sebagai Informasi

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai informasi bagi para pengguna Instagram. Salah satu pengguna Instagram ialah calon wisatawan yang sedang mencari informasi tentang wisata dan/atau wisatawan atau orang-orang yang pernah terlibat dalam kegiatan berwisata dan memposting sebuah informasi di Instagram tentang destinasi wisata yang telah dikunjungi sebagai sebuah informasi dan pengalaman berwisata. Hasil postingan yang dilakukan oleh pengguna Instagram nantinya dapat dijadikan sebagai inspirasi dan informasi penting bagi orang lain (bahkan pengguna umum Instagram) yang tertarik terhadap postingan yang telah dipublikasikan. Salah satu informasi yang dapat kita temukan di Instagram pada saat pandemi Covid-19 ini adalah berkaitan dengan wisata virtual. Wisata virtual sendiri merupakan salah satu cara untuk menikmati pengalaman berwisata secara virtual yang pada masa pandemi Covid-19 ini banyak dilakukan oleh orang-orang.



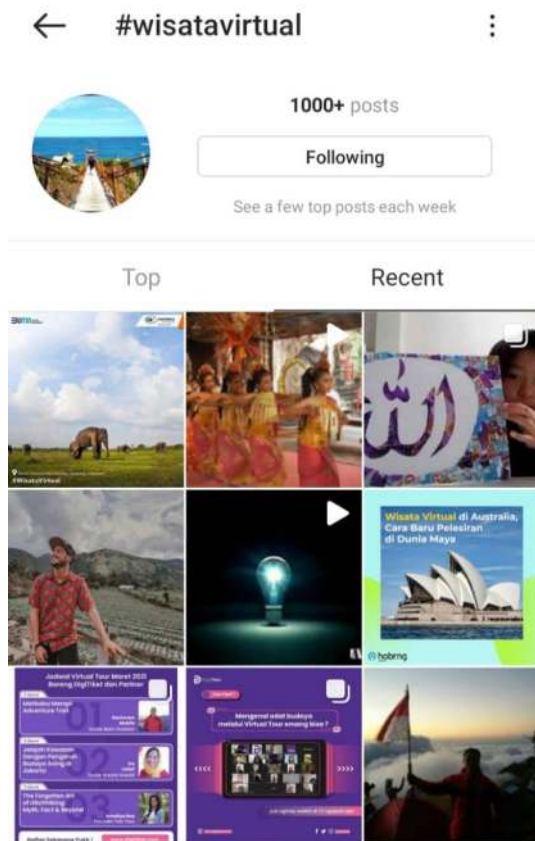
Gambar 1

Hasil Penelusuran *Top* Instagram #wisatavirtual (11/03/2021)

(Sumber: Instagram)

Salah satu fitur yang digunakan untuk menelusur informasi tentang wisata *virtual* melalui Instagram ialah fitur pencarian (*search*). Fitur *search* pada Instagram memungkinkan pengguna menelusur akun, lokasi, dan *tag* (Noor, 2019). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan fitur pencarian informasi berdasarkan tag (*hashtag*) atau sering juga disebut dengan tanda tagar (#). Mustofa (2019) menekankan bahwa *hashtag* merupakan tanda pagar yang dapat berfungsi sebagai *tag meta* pengelompokan data terhadap postingan ataupun konten apapun di internet. Dengan *hashtag*, data dalam jagat internet bisa dengan

gampang “diarsipkan” untuk mempermudah pengguna berselancar internet untuk mencari data yang diinginkan.



Gambar 2

Hasil Penelusuran *Recent* Instagram #wisatavirtual (11/03/2021)
(Sumber: Instagram)

Dua gambar diatas merupakan hasil postingan yang menggunakan #wisatavirtual dan dapat diketahui juga postingan yang ada dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu berdasarkan *top* dan *recent*. Klasifikasi ini berguna / bermanfaat bagi para pengguna instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para pengguna instagram berkaitan dengan wisata virtual berdasarkan postingan yang paling sering diakses

atau teratas (*top*) atau keterbaruan informasi (*recent*) yang didalamnya memuat beragam foto dan video yang dapat dimanfaatkan bagi para penggunanya.

Informasi tentang #wisatavirtual

Berdasarkan hasil penelusuran yang peneliti peroleh berkaitan dengan #wisatavirtual di Instagram menunjukkan bahwa sebagian besar informasi menunjukkan tentang alternatif berwisata di pada saat pandemi Covid-19 yang melanda dunia seperti saat ini. Informasi yang peneliti peroleh berupa gambar dan/atau video ini berisi seputar tentang jadwal wisata virtual yang diselenggarakan oleh penyedia layanan / pemandu wisata pada destinasi wisata tertentu. Selain itu, ada beragam informasi yang berkaitan dengan ajakan berwisata secara virtual pada beragam/ pelbagai destinasi wisata seperti museum, alam, religi, dan beragam jenis wisata lainnya.

Selain itu, informasi lain yang diperoleh dari penelusuran tentang #wisatavirtual ialah berkaitan dengan informasi umum tentang wisata virtual. Informasi lain yang juga diperoleh dari #wisatavirtual terdapat beberapa akun Instagram yang memberikan pelbagai cara agar dapat berwisata secara virtual, diantaranya:

1. Pengelola destinasi wisata menggunakan *live* Instagram untuk menunjukkan kepada *followers*-nya tentang kondisi terkini berkaitan dengan destinasi tersebut.
2. Menggunakan *Virtual Reality* (VR). Dengan alat bantu VR

masyarakat dapat merasakan berwisata seperti nyata dengan teknologi visual.

3. Melalui *link virtual travelling* yang disediakan beberapa perusahaan yang bergerak di bidang *traveling* yang dapat diakses secara gratis. Setiap orang dapat memilih cara masing-masing untuk berwisata secara *virtual*.

Hasil dari penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti juga menunjukkan ada beberapa postingan yang tidak berkaitan (tidak relevan) dengan wisata virtual namun postingan tersebut mencantumkan #wisatavirtual dalam postingan nya.

Eksistensi dan Tren #wisatavirtual

Eksistensi menunjukkan suatu keberadaan. Keberadaan tentang #wisatavirtual ini ditunjukkan dengan adanya postingan di Instagram berkaitan dengan #wisatavirtual. Setiap pengguna Instagram yang memposting foto atau video dengan menggunakan #wisatavirtual, pengguna ingin berbagi informasi kepada dengan yang lainnya. Saat adanya pandemi Covid-19 ini juga telah merubah cara berwisata yang biasanya dapat dilakukan secara langsung, kini untuk sementara diselenggarakan secara virtual. Adanya eksistensi berkaitan dengan #wisatavirtual ini juga diperkuat dengan jumlah postingan yang terdapat di Instagram dengan jumlah 1000+ postingan. Selain itu, postingan tersebut juga dapat bertambah seiring dengan

tren berwisata secara *virtual* di masa pandemi Covid-19 ini.

Pengguna yang mencantumkan #wisatavirtual dalam setiap postingannya akan mendapatkan umpan balik baik berupa jumlah *like* dan komentar lebih banyak dibandingkan postingan tanpa menggunakan #wisatavirtual. Pengguna yang tidak saling *follow* satu sama lain akan tetap dapat melihat dari pengguna lain disebabkan menggunakan *hashtag*. Dapat dikatakan bahwa pengguna Instagram yang menggunakan #wisatavirtual secara tidak langsung akan diakui keberadaannya oleh pengguna lain.

Selain eksistensi, penggunaan #wisatavirtual pada masa pandemi dapat menjadi tren tersendiri sebagai inovasi baru dalam dunia pariwisata. Tren atau bisa juga disebut sebagai kecenderungan, dalam penelitian ini dikaitkan dengan kecenderungan setiap orang untuk mengubah gaya berwisata. Perkembangan pariwisata sangat pesat juga mengikuti tren pada sesuatu hal yang sedang terjadi di lingkungan. Dalam dunia wisata tren wisata berubah sangat cepat, mulai dari tren wisata mendaki gunung, tren wisata tempat-tempat *instagrammable* yang dipengaruhi *public figure* saat mengunjungi tempat-tempat tersebut dalam kontennya. Pada saat ini, tren pada sektor pariwisata berubah menjadi wisata virtual yang dipengaruhi adanya pandemi yang terjadi di seluruh belahan dunia. Adanya #wisatavirtual mempengaruhi tren pariwisata pada masa pandemi ini.

Respon Pengguna Instagram pada #wisatavirtual

Menurut Subandini (1982), respon dituliskan dengan umpan balik yang memiliki peran atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi yang digambarkan sebagai informasi yang diberikan dari postingan Instagram dengan #wisatavirtual dengan tanggapan atau respon dari pengguna Instagram. Dapat dilihat dari kolom komentar postingan Instagram dengan #wisatavirtual, bahwa #wisatavirtual ini mendapatkan respon yang baik dari pengguna Instagram. Adanya wisata virtual dirasa dapat membantu masyarakat selaku pengguna Instagram untuk tetap berlibur dan menambah wawasan terlebih pada wisata yang memiliki nilai sejarah, seperti wisata visual museum, wisata visual candi, dan pelbagai destinasi wisata lain baik yang sebelumnya sudah pernah dikunjungi ataupun belum pernah dikunjungi. Bahkan dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkait wisata di luar negeri tanpa harus pergi ke luar negeri.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, Instagram dapat dijadikan sebagai salah satu informasi bagi pengguna nya. Salah satu informasi yang dapat diperoleh di Instagram ialah #wisatavirtual. Berdasarkan hasil penelusuran, peneliti menemukan jumlah postingan berkaitan dengan #wisatavirtual 1000+ postingan yang di dalam setiap postingan mengandung *hashtag* #wisatavirtual. Informasi yang dihasilkan menunjukkan

tentang alternatif berwisata pada saat pandemi Covid-19. Informasi yang peneliti peroleh antara lain berisi tentang jadwal wisata virtual yang diselenggarakan oleh penyedia layanan / pemandu wisata pada destinasi wisata tertentu. Informasi terkait wisata virtual berdasarkan #wisatavirtual dalam beberapa postingan juga terdapat cara akses wisata secara virtual.

Selain itu, ada beragam informasi yang berkaitan dengan ajakan berwisata secara virtual pada beragam destinasi wisata seperti museum, alam, religi, dan beragam jenis wisata lainnya. Informasi lain yang diperoleh dari penelusuran tentang #wisatavirtual ialah berkaitan dengan informasi umum tentang wisata virtual. Hasil dari penelusuran yang telah dilakukan oleh peneliti juga menunjukkan ada postingan yang tidak berkaitan (tidak relevan) dengan wisata virtual namun postingan tersebut mencantumkan #wisatavirtual pada postingan nya.

Keberadaan tentang #wisatavirtual ini telah menunjukkan adanya eksistensi postingan di Instagram berkaitan dengan #wisatavirtual. Adanya eksistensi berkaitan dengan #wisatavirtual ini juga diperkuat dengan jumlah postingan yang terdapat di Instagram 1000+ postingan. Selain itu, postingan tersebut juga dapat bertambah seiring dengan tren berwisata secara virtual di masa pandemi Covid-19 ini. Hal ini dapat dilihat dari setiap pengguna Instagram yang memposting foto atau video dengan menggunakan #wisatavirtual, pengguna ingin berbagi informasi kepada pengguna lainnya. Selain itu, saat adanya pandemi Covid-

19 ini telah merubah gaya berwisata yang biasanya dapat dilakukan secara langsung, kini untuk sementara diselenggarakan secara virtual.

Berdasarkan pada postingan terkait dengan #wisatavirtual terdapat respon yang baik dari pengguna Instagram pada masa pandemi. Dengan adanya #wisatavirtual pengguna Instagram dapat lebih mudah dalam mendapatkan akses informasi baik berupa *link* maupun tata cara berwisata secara virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: Rajawali Pers.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep Sistem Informasi*. Deepublish.
- Lies, U., Khadijah, S., Rukmana, E. N., Ningsih, A. S. R., Ariyan, P. M., Angelina, R. B., & Syifa, R. N. (2020). Wisata Virtual Pada Perpustakaan Digital Selama Masa Pandemi Covid-19. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(3), 63–77.
- Moreau, E. (2018). What Is Instagram, Anyway? *Lifewire*, 1–9. https://conference.bcoe.org/cabinet/file/df703dbd-0a56-4b5f-8909-8d850180a7dd/What_is_Instagram.pdf
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *Libraria*, 7(1), 19–38.
- Noor, M. U. (2019). Wawasan Dalam Hashtag: Telusur Informasi Wisata Halal Melalui Hashtag #WisataHalal di Instagram. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(1), 55. <https://doi.org/10.22146/jpt.49276>
- Oxford Advanced Learner's Dictionary at Oxford. (n.d.). *pandemic_1 noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com*. Retrieved March 14, 2021, from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/pandemic_1?q=pandemic
- Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *Promedia*, 3(2), 252—273. journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/952
- Rahmania, S., & Takwin, B. (2020). Instagram: From Media Sharing Network to Learning Resource (Studi Terhadap Dua Akun Instagram). *Edcomtech Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 5(1), 97–108.
- Subandini, A. (1982). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif : Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Bandung : Alfabeta.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. ANDI.
- Thomas, D. G., Sompie, S. R. U. A., &

- Sugiarso, B. A. (2018). Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken. *Jurnal Teknik Informatika*, 13(1), 14–22. <https://doi.org/10.35793/jti.13.1.2018.20188>
- World Health Organization. (n.d.). *Coronavirus*. https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- World Health Organization. (n.d.). *Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it*. Retrieved March 14, 2021, from [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it)
- World Health Organization. (2020). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Wulur, H. W., Sentinuwo, S., & Sugiarso, B. (2015). Aplikasi Virtual tour Tempat Wisata Alam di Sulawesi Utara. *Jurnal Teknik Informatika*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/10.35793/jti.6.1.2015.9953>