

PENELUSURAN INFORMASI WISATA EDUKASI MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MELALUI HASHTAG #WISATAEDUKASIJOGJA

Maria Ana Sila Hayatri ^{1*}, Hendi Prasetyo²

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: silahayatri@gmail.com^{1*}, hendi@stipram.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to find out information on educational tourism using Instagram social media through the hashtag #wisataedukasijogja. The researcher used descriptive qualitative research method with data collection techniques from literature studies and documentation. Based on the research that has been done, the researcher uses the tag or hashtag information search feature through Instagram, namely #wisataedukasijogja. Researchers found a variety of information related to the hashtag #wisataedukasijogja with a total of 1000+ posts, including general information on educational tourism in the Special Region of Yogyakarta. From the results of tourist visits, tourists can see and be taught to make a product that has value and can increase knowledge. In addition, tourists are invited to get to know the surrounding environment and various educational tourism attractions. The managers of tourist destinations offer various kinds of educational tours that are managed using indoor and outdoor concepts with the concept of traveling while learning to play while learning to be more varied. Tourist destination managers present various tourist attractions to children, teenagers, and adults. Other information found is culinary in tourist destinations and various other educational tour packages. There are also content posts that contain schedules for organizing educational tours and educational travel experiences in the Special Region of Yogyakarta. Researchers found some other content that was not directly related to educational tourism in the Special Region of Yogyakarta. However, they include #wisataedukasijogja in their posts.

Keywords: Information Search; #wisataedukasijogja; Yogyakarta Special Region

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki beragam julukan, dua diantaranya ialah sebagai kota pendidikan dan pariwisata. Pendidikan serta pariwisata adalah perihal yang berbeda, namun keduanya bersinergi serta saling melengkapi. Proses pendidikan yang dilaksanakan

dalam kegiatan pariwisata ialah metode pembelajaran yang aktif serta kreatif, dan merupakan alternatif metode belajar yang efektif (Wijayanti, 2019).

Saat ini, pendidikan dan pariwisata bahkan dikemas dalam satu konsep bernama wisata edukasi. Priyanto (2018) Sejatinya wisata edukasi ialah konsep wisata yang bernilai positif, dimana konsep ini memadukan antara

aktivitas pembelajaran dengan wisata. Wisata edukasi merupakan aktivitas pembelajaran yang memiliki sifat non formal, sehingga tidak kaku seperti aktivitas pembelajaran di dalam kelas. Tidak hanya itu dalam pelaksanaannya, konsep ini lebih menuju kepada konsep *edutainment*, ialah belajar dengan disertai dengan aktivitas yang menyenangkan.

Wisata telah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, sebagai provinsi yang memiliki beragam destinasi wisata juga banyak dari para pengelola menghadirkan beragam wisata edukasi yang tersebar di pelbagai kabupaten dan kota. Keberadaan wisata edukasi ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif berwisata bagi para wisatawan. Wisata edukasi ini banyak dinikmati wisatawan dari anak-anak hingga orang dewasa karena memberikan pelbagai varian atraksi wisata didalamnya.

Pelbagai atraksi wisata yang tersedia pada destinasi wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dinikmati, dipelajari, bahkan diimplementasikan secara langsung untuk memberikan pengalaman yang berkesan dan bernilai edukasi bagi para wisatawan. Selain itu, pengalaman berwisata dan informasi berkaitan dengan wisata edukasi ini juga dapat ditemukan salah satunya dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Noor (2019) menambahkan bahwa pada konteks wisata, kapabilitas Instagram tersebut mengubah perilaku calon wisatawan terkait kunjungan dan rencana perjalanan wisata mereka. Instagram dapat dijadikan salah satu media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi terkait wisata edukasi.

Melalui Instagram, pengguna dapat melakukan penelusuran informasi salah satunya dengan memanfaatkan fitur pencarian menggunakan *tag* atau

hashtag berkaitan dengan wisata edukasi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Permatasari & Trijayanto (2017) menuliskan bahwa *hashtag* dapat difungsikan untuk menggolongkan tema ataupun topik yang lebih khusus dalam media sosial, serta di sisi lain *hashtag* juga memudahkan orang lain untuk dapat mencari topik yang sama-sama berhubungan.

Salah satu contoh penelusuran informasi yang peneliti lakukan terkait dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta berkaitan dengan wisata edukasi melalui instagram ialah *hashtag* #wisataedukasijogja. Hasil dari penelusuran dari *hashtag* #wisataedukasijogja ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh wisatawan atau calon wisatawan serta pengguna Instagram pada umumnya untuk mengetahui informasi apa saja yang berkaitan dengan *hashtag* #wisataedukasijogja. Sehingga, pada penelitian ini, peneliti akan fokus terkait dengan *hashtag* #wisataedukasijogja yaitu informasi apa saja yang diperoleh dari penelusuran *hashtag* #wisataedukasijogja. Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi serta preferensi bagi wisatawan, calon wisatawan, maupun pengguna Instagram pada umumnya berkaitan dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelusuran Informasi Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan *Hashtag*

Purwono (2008) menerangkan bahwa penelusuran informasi merupakan aktivitas untuk menelusur kembali keseluruhan ataupun sebagian informasi yang pernah ditulis ataupun diterbitkan

menggunakan sarana temu kembali informasi yang ada. Sedangkan, strategi penelusuran merupakan penelusuran yang dilakukan secara sistematis (*systematic searching*), yang meliputi cara- cara bagaimana memakai kata kunci (*keyword*), frase, subjek dokumen, memakai logika Boolean (*Boolean logic*) dan fasilitas- fasilitas penelusuran lain yang ada dalam tiap-tiap *search engines* (mesin pencari). Dengan strategi penelusuran ini diharapkan para penelusur (*user*), dapat menemukan dokumen ataupun informasi yang dibutuhkan secara cepat serta tepat atau relevan.

Salah satu sarana untuk melakukan temu Kembali informasi ialah memanfaatkan media sosial. Burns (2017) menjelaskan bahwa Media sosial adalah *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat profil untuk berbagi konten digital yang dibuat pengguna atau dikuratori dalam bentuk teks, foto, grafik, atau video dalam komunitas jaringan pengguna yang dapat merespons konten. Sedangkan, Purbohastuti (2017) mendeskripsikan jika media sosial berperan sebagai berikut 1) Media sosial merupakan media yang didesain buat memperluas interaksi sosial manusia dengan memakai internet serta teknologi *website*. 2) Media sosial sukses mentransformasi aplikasi komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (*one to many*) ke dalam aplikasi komunikasi dialogis antara banyak *audience* (*many to many*). 3) Media sosial menunjang demokratisasi pengetahuan serta pula informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Salah satu media sosial yang sering digunakan ialah Instagram. Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang membolehkan

pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital (memberikan efek pada gambar), serta membagikannya (Innova, 2016). Pada media sosial Instagram, terdapat pelbagai fitur, salah satu diantaranya ialah fitur pencarian informasi dengan menggunakan *hashtag*.

Noprianto & Prakoso (2019) menyebut bahwa *hashtag* ialah salah fitur yang ada pada media sosial Instagram, yang berfungsi untuk mengelompokan postingan bersumber pada topik yang sejenis. Oleh sebab itu, menentukan *hashtag* yang hendak digunakan dalam suatu postingan wajib sesuai dengan topik maupun informasi yang tercantum dalam postingan tersebut. Lebih lanjut, Christian & Sukendro, (2019) *hashtag* digunakan buat menggolongkan tema ataupun topik yang lebih khusus dalam media sosial, serta sisi lain dari *hashtag* pula memudahkan orang lain buat mencari topik yang saling berhubungan.

Wisata Edukasi

Pariwisata edukasi ialah kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan dan memiliki tujuan untuk memperoleh pembelajaran serta pendidikan (Wijayanti, 2019). Saepudin et al., (2019) juga menambahkan bahwa wisata yang termasuk ke dalam wisata edukasi ialah ekowisata, wisata sejarah, wisata pedesaan/ pertanian, pertukaran pelajar antara institusi pendidikan, wisata studi banding, aktivitas universitas dalam serta luar negeri, serta aktivitas *study tour* sekolah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Dalam penelitian ini juga, peneliti menggunakan sumber data berupa studi pustaka serta dokumen.

Afrizal (2017) bahwa esensi studi pustaka adalah penyajian hasil bacaan literatur yang telah dilakukan oleh peneliti. Sedangkan, untuk dokumen merupakan catatan peristiwa (kejadian) yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, foto, ataupun karya-karya monumental dari seorang (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis terhadap konten yang berupa visualisasi gambar atau video yang ada di Instagram dan memuat #wisataedukasijogja, sehingga nantinya peneliti dapat memberikan dan dapat mendeskripsikan serta memberikan gambaran tentang informasi berkaitan dengan #wisataedukasijogja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelusuran Informasi tentang Hashtag #wisataedukasijogja

Informasi merupakan data yang telah diolah menjadi suatu bentuk (wujud) yang berarti untuk pengguna, yang berguna dalam pengambilan keputusan saat ini ataupun untuk menunjang sumber informasi (Kusrini & Koniyo, 2007). Salah satu media untuk memperoleh informasi ialah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan oleh pengguna Instagram untuk menelusur informasi tentang pelbagai hal. Salah satu diantaranya informasi wisata. Maraknya informasi tentang wisata ini, dapat ditelusur melalui Instagram dengan memanfaatkan fasilitas pencarian informasi (*search*). Fitur *search* pada Instagram memungkinkan pengguna menelusur akun lokasi, dan *tag* (Noor, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan fitur pencarian *tag* untuk

menelusur informasi berkaitan dengan #wisataedukasijogja.

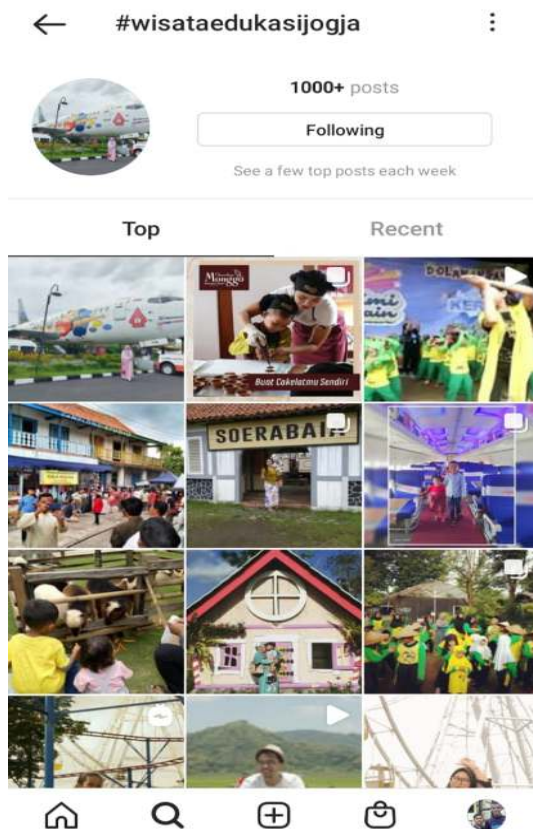
Penggunaan fitur pencarian informasi menggunakan *tag* atau *hashtag* melalui Instagram dapat dilakukan dengan meletakkan tanda baca # (tanda pagar) / tagar di awal kata kunci yang akan dicari. Penggunaan fitur pencarian informasi menggunakan *hashtag* ini memungkinkan pengguna dapat mengelompokkan informasi sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan atau yang sedang dicari. Sehingga, ketika peneliti menelusur informasi berkaitan dengan memasukkan kata kunci #wisataedukasijogja maka akan ditemukan beragam informasi yang berkaitan dengan wisata edukasi di jogja (Daerah Istimewa Yogyakarta) yang telah diunggah oleh pengguna Instagram.

Informasi yang ditemukan pada #wisataedukasijogja

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelusuran informasi yang berkaitan dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dilakukan mengingat Daerah Istimewa Yogyakarta sering dijuluki sebagai kota Pendidikan dan Wisata. Melalui *hashtag* yang terdapat pada Instagram, peneliti mencoba melakukan analisis terhadap temuan informasi yang berkaitan dengan #wisataedukasijogja. Analisis yang dilakukan berdasarkan informasi yang ditemukan pada #wisataedukasijogja berkaitan erat dengan jumlah temuan 1000+ postingan yang dibagi pada dua kategori yaitu berdasarkan *top* (populer) dan *recent* (berdasarkan keterbaruan informasi)

yang telah diunggah oleh pengguna Instagram.

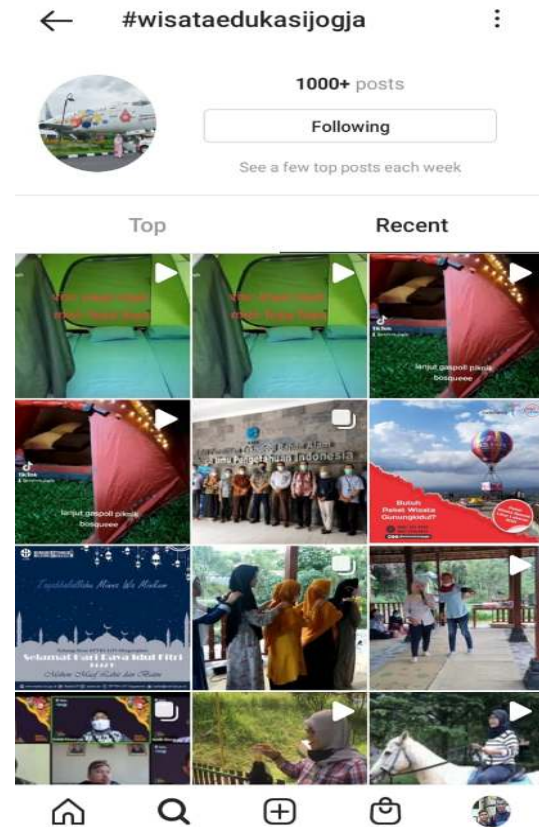
Berdasarkan hasil penelusuran informasi yang telah dilakukan pada #wisataedukasijogja, peneliti menemukan pelbagai informasi seperti gambar berikut ini:



Gambar 1
Hasil Penelusuran Informasi Top
pada #wisataedukasijogja
(Sumber: Instagram, 2021)

Berdasarkan hasil penelusuran informasi, gambar diatas menunjukkan temuan informasi yang terdapat pada #wisataedukasijogja yang di kelompokkan berdasarkan kategori *top* (populer) atau dapat dimaknai sebagai informasi yang sering dicari oleh pengguna Instagram. Sedangkan, informasi berikutnya yang ditemukan oleh peneliti menggunakan

#wisataedukasijogja ialah informasi yang memuat postingan terbaru (*recent*) yang telah diposting oleh pengguna instagram seperti yang dapat ditunjukkan melalui postingan dibawah ini:



Gambar 2
Hasil Penelusuran Informasi Recent
pada #wisataedukasijogja
(Sumber: Instagram, 2021)

Berdasarkan gambar diatas, hasil pencarian informasi berdasarkan kategori *top* (populer) dan *recent* (terbaru) menghasilkan informasi yang secara umum berkaitan dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang di unggah oleh pengguna melalui media sosial Instagram dengan *hashtag* #wisataedukasijogja. Dari hasil penelusuran informasi, ditemukan bahwa, para wisatawan diajarkan untuk membuat suatu produk yang bernilai

guna dan dapat menambah ilmu pengetahuan.

Para wisatawan juga dapat melihat langsung untuk membuat suatu produk yang dilakukan oleh pengelola pada destinasi wisata yang dikunjunginya (*study tour*). Wisatawan juga diajak oleh pemandu wisata untuk mengenal lingkungan sekitar serta pelbagai atraksi wisata edukasi yang ditunjukkan oleh pengelola destinasi wisata sehingga wisatawan akan memperoleh ilmu dan pengalaman berwisata yang bernilai guna.

Beragam Informasi yang ditemukan oleh peneliti terkait dengan #wisataedukasijogja, bahwa para pengelola destinasi wisata juga menyuguhkan pelbagai macam wisata edukasi yang dikelola pada konsep *indoor* dan *outdoor*. Beberapa contoh yang ada pada postingan antara lain misalnya belajar bercocok tanam, belajar *cooking class*, membuat, belajar mengenal alam, dan lainnya. Selain itu, ada juga informasi yang berkaitan dengan pengelola destinasi wisata yang meyuguhkan konsep berwisata bermain sambil belajar yang lebih bervariasi.

Selanjutnya, pada *hashtag* #wisataedukasijogja ini juga banyak ditemukan para pengelola destinasi wisata yang tidak hanya memberikan edukasi terhadap atraksi wisata yang disuguhkan kepada wisatawan anak-anak saja. Akan tetapi juga ditemukan pelbagai foto atau video yang menampilkan informasi bahwa pengelola juga memberikan edukasi dan informasi tentang pelbagai macam atraksi wisata edukasi kepada remaja, bahkan orang dewasa.

Informasi lain yang ditemukan melalui #wisataedukasijogja juga berkaitan dengan kuliner yang ada pada destinasi wisata serta beragam paket wisata edukasi lainnya. Pengguna Instagram terkadang juga memposting

konten yang memuat tentang jadwal tentang penyelenggaraan wisata edukasi serta pengalaman berwisata edukasi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelusuran informasi yang telah dilakukan, peneliti juga menemukan beberapa konten lain yang tidak secara langsung berkaitan dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, mereka mencantumkan #wisataedukasijogja pada setiap postingannya. Sehingga ini dapat dikatakan sebagai salah satu kelemahan yang terjadi saat pengguna memanfaatkan *hashtag* ketika konten yang diunggah kurang sesuai dengan *hashtag* yang digunakan sehingga ketika pengguna melakukan pencarian informasi terkait #wisataedukasijogja terkadang menemukan informasi lain yang kurang sesuai dengan yang dicari.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelusuran informasi menggunakan *hashtag* #wisataedukasijogja dapat ditemukan informasi yang dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu berdasarkan *top* dan *recent*. Pada hasil temuan tersebut, peneliti memperoleh jumlah informasi yang hasilnya 1000+ postingan dengan menggunakan #wisataedukasijogja.

Hasil temuan diatas memuat informasi tentang pelbagai destinasi wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Para wisatawan diajarkan untuk membuat dan melihat secara langsung pembuatan suatu produk yang bernilai guna dan dapat menambah ilmu pengetahuan. Selain itu, wisatawan juga diajak oleh pemandu wisata untuk mengenal lingkungan sekitar serta pelbagai atraksi wisata edukasi baik *indoor* maupun *outdoor*.

Beberapa contoh yang ada pada postingan tersebut antara lain misalnya belajar bercocok tanam, belajar *cooking class*, membuat, belajar mengenal alam, dan lainnya. Wisata edukasi ini tidak hanya disuguhkan kepada wisatawan anak-anak saja. Akan tetapi kepada remaja, bahkan orang dewasa.

Informasi lain yang ditemukan melalui #wisataedukasijogja juga berkaitan dengan kuliner yang ada pada destinasi wisata serta beragam paket wisata edukasi lainnya. Selain itu, pengguna Instagram terkadang juga memposting konten yang memuat tentang jadwal tentang penyelenggaraan wisata edukasi serta pengalaman berwisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelusuran informasi yang telah dilakukan, peneliti juga menemukan beberapa konten lain yang tidak secara langsung berkaitan dengan wisata edukasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, mereka mencantumkan #wisataedukasijogja pada setiap postingannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Burns, K. S. (2017). *Social Media: a Reference Handbook*. ABC-CLIO, LLC.
- Christian, C., & Sukendro, G. (2019). Kreatif Hashtag (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan Hashtag Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube). *Prologia*, 3(1), 54. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6206>
- Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–11.
- Kusrini, & Koniyo, A. (2007). *Tuntunan Praktis Membangun Sistem Informasi Akuntansi dengan Visual Basic dan Microsoft Sql Server*. ANDI.
- 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>
- Noprianto, E., & Prakoso, A. A. (2019). Penggunaan Hashtag Pada Akun Instagram Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *Penggunaan Hashtag Pada Akun Instagram Perpustakaan Universitas Gadjah Mada*, 9(1), 54–66. <https://doi.org/10.17509/edulib.v9i1.15504>
- 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
- Priyanto, R. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.31227/osf.io/g3k48>
- Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.

- Purwono. (2008). Strategi Penelusuran Informasi Melalui Internet. *Seminar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab Dan Humaniora Univ Islan Negeri Jakarta, April 2008*, 1–13.
- Saepudin, E., Budiono, A., & Halimah, M. (2019). Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *Sosiohumaniora*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.19016>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Alfabeta.
- Wijayanti, A. (2019). *Strategi Pengembangan Pariwisata Edukasi di Kota Yogyakarta*. Deepublish.