

ABSTRAK

Penggunaan media sosial semakin berkembang, baik dari segi jumlah pengguna maupun dari segi performa aplikasi yang digunakan. Semakin banyak fitur yang dihadirkan, salah satunya pengaplikasian media lokatif dalam bentuk tautan lokasi. Banyak sektor yang merasakan dampak dari penggunaan media sosial ini, salah satunya adalah bidang pariwisata. Pada tahun 2012-2017, jumlah kawasan wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta relatif bertambah dan dalam periode yang sama, penggunaan media lokatif juga semakin berkembang. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengolah fenomena-fenomena tersebut menjadi data deskriptif untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media lokatif dengan perkembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media lokatif berpengaruh terhadap perkembangan jumlah wisatawan serta atraksi di kawasan wisata. Sebaliknya, perkembangan pariwisata juga memberikan kontribusi terhadap media lokatif berupa variasi konten dan juga peningkatan fitur-fitur aplikasi terkait media lokatif. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan eksistensi penggunaan media lokatif.

Kata kunci: media lokatif, perkembangan pariwisata, atraksi wisata, tautan lokasi

ABSTRACT

The usage of social media is growing, both in the number of its user and in application's performance. It presents many features, one of them is the application of locative media in the form of geo-tagging. The social media impacts many sectors, one of them is tourism sector. In 2012-2017, the number of tourist attraction in Special Region of Yogyakarta is relatively increasing as well as the usage of locative media. By using the qualitative method, this research examines these phenomena into descriptive data in order to describe the relation between the usage of locative media with the tourism development in Special Region of Yogyakarta. The result of this research shows that the usage of locative media has an effect on the development of tourist attraction number as well as the attraction itself. In contrast, the development of tourism is also giving a contribution into the locative media in the form of content variety and the improvement of application's features related to the locative media. This greatly affects the sustainability and the existence of locative media usage.

Keywords: locative media, tourism development, tourist attraction, geo-tagging