

INTEGRASI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *STORY MAPS* UNTUK VISUALISASI POPULARITAS OBJEK WISATA DI D.I.Y BERDASARKAN JENISNYA

Oleh
Melisa Safitra Madana
13/348075/GE/07562

Abstrak

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak destinasi wisata. Selain objek wisata yang jumlahnya banyak, jenis wisata yang terdapat di DIY ini juga sangat bervariasi. Dikarenakan jumlah objek wisata yang sangat banyak, maka perlu adanya penyusunan klasifikasi jenis pada obyek-objek wisata di DIY, berdasarkan acuan klasifikasi menurut beberapa ahli dan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Hal ini bertujuan untuk memudahkan wisatawan dalam menentukan dan memilih objek wisata yang akan dikunjungi.

Pencarian referensi wisata yang dilakukan oleh seorang wisatawan biasanya menggunakan media sosial yaitu *Instagram*. Foto wisata yang tersebar di sosial media *Instagram* ini merupakan *platform* untuk menyebarkan informasi objek pariwisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan. *Instagram* dapat menjadi sumber data untuk menilai tingkat popularitas objek wisata, yaitu dengan penambangan data melalui *#hashtag Instagram*. Penambangan data *#hashtag* untuk menghitung popularitas obyek-objek wisata tersebut dilakukan melalui aplikasi *Best #hashtag for Instagram*. Analisis data-data *#hashtag* yang telah terkumpul pada penelitian ini menggunakan metode *quantile*. Metode *quantile* ini berfungsi untuk mendapatkan jumlah kelas, yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan tingkat popularitas.

Hasil dari tingkat popularitas wisata yang diperoleh dapat dijadikan *output* ke dalam sebuah *Story Maps*. *Story Maps* ini akan memvisualisasikan objek-objek wisata tersebut ke dalam sebuah peta yang juga memiliki cerita dan elemen-elemen *pop-up* tentang informasi objek wisata itu sendiri.

Kata Kunci: *Instagram*, Objek Wisata, Popularitas, *Story Maps*, Visualisasi.

***INTEGRATION OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AND STORY MAPS
FOR D.I.Y TOURISM POPULARITY VISUALIZATION BASED ON ITS
TYPES***

By

Melisa Safitra Madana

13/348075/GE/07562

ABSTRACT

Special Region of Yogyakarta is one of the regions that have many tourist destinations. In addition to the many tourist attractions, the types of tourism found in Special Region of Yogyakarta also vary greatly. Due to a large number of tourist objects, it is necessary to formulate a classification of Special Region of Yogyakarta tourism objects types based on the classification of tourist types according to some experts and Law Number 10 of 2009 concerning Tourism. This classification aims to make it easier for tourists to determine and choose tourism objects to be visited.

The search for tourist references made by the tourist usually uses social media, namely *Instagram*. Tourist photos that spread on *Instagram* social media are a *platform* for disseminating tourism object information that is often visited by tourists. *Instagram* could become a source of data to assess the popularity of tourism objects, namely by mining data through *#hashtag* on *Instagram*. Mining of *#hashtag* data to calculate the popularity of tourism objects was done through the Best *#hashtag* for *Instagram* application. Furthermore, the analysis of *#hashtag* data that has been collected in this study uses the quantile method. This method serves to get the number of classes, which was used as a reference in determining the level of popularity.

The results of the tourist popularity level could be used as an *output* in *Story Maps*. The *Story Maps* will visualize the tourism objects on a map that also has stories and pop-up elements about the information of the tourism object itself.

Keywords: *Instagram*, *Popularity*, *Story Maps*, *Tourism Object*, *Visualization*.