

**ANALISIS MEDIA SOSIAL FLICKR DAN TWITTER UNTUK
PENGELOLAAN PARIWISATA PANTAI DI KABUPATEN BANTUL,
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Arief Wicaksono

18/437158/PGE/01363

INTISARI

Beberapa tahun terakhir, media sosial berkontribusi secara signifikan terhadap penyebaran informasi pariwisata mulai dari tahap pra perjalanan, selama perjalanan, hingga setelah perjalanan. Wisatawan membagikan pengalaman berwisata di media sosial melalui foto dan komentar sehingga memengaruhi citra lokasi wisata dan memotivasi masyarakat untuk berwisata. Penelitian ini bertujuan untuk: 1. mengkaji pola sebaran wisatawan secara spasio-temporal dan tingkat popularitas pantai wisata, 2. mengategorikan jenis daya tarik wisata pantai, 3. membandingkan tanggapan pengguna Twitter mengenai pantai wisata, dan 4. menyusun rekomendasi pengelolaan wisata pantai berdasarkan hasil analisis data Flickr dan Twitter. Pengelolaan pariwisata pantai dilakukan berdasarkan konsep penawaran dan permintaan dalam industri pariwisata. Metode pengumpulan foto Flickr dilakukan dengan metode Flickr API menggunakan *script* Flickr-Scrape dan *tweet* Twitter dengan metode REST API menggunakan *script* GetOldTweets. Metode analisis yang digunakan, antara lain: a. analisis spasial dengan *Average Nearest Neighbor*, *Hot Spot Getis-Ord Gi**, *Emerging Hot Spot*, dan *Kernel Density*, b. analisis isi foto dengan variabel tema, c. analisis teks dengan sentimen metode *lexicon-based* dan *wordcloud*. Rekomendasi pengelolaan wisata pantai antara lain mengembangkan fasilitas kepariwisataan yang sesuai dengan permintaan wisatawan, merancang wisata daring, menyediakan fasilitas kebencanaan sesuai dengan kondisi risiko bencana, memerhatikan pengawasan protokol kesehatan di kerumunan wisatawan, mengembangkan daya tarik wisata baru, serta meningkatkan promosi wisata secara daring.

Kata kunci: analisis media sosial, Flickr, Twitter, pantai wisata, Kabupaten Bantul.

***FLICKR AND TWITTER SOCIAL MEDIA ANALYSIS FOR BEACH
TOURISM MANAGEMENT IN BANTUL REGENCY, SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA***

Arief Wicaksono

18/437158/PGE/01363

ABSTRACT

In recent years, social media has contributed significantly to the dissemination of tourism information from the pre-trip, during the trip, to after the trip stage. Tourists share their travel experiences on social media through photos and comments so they affect the image of tourist sites and motivate people to travel. This study aims to: 1. examine the distribution pattern of tourists spatially-temporally and the level of popularity of tourist beaches, 2. categorize the types of beach tourism attractions, 3. compare Twitter user responses about tourist beaches, and 4. compile recommendations for beach tourism management based on the results analysis of Flickr and Twitter data. Beach tourism management is carried out based on the concept of supply and demand in the tourism industry. The method of collecting Flickr photos is done by using the Flickr API method using the Flickr-Scrape script and Twitter tweets using the REST API method using the GetOldTweets script. The analytical methods used include: a. spatial analysis with Average Nearest Neighbor, Hot Spot Getis-Ord G_i^ , Emerging Hot Spot, and Kernel Density, b. image content analysis with theme variables, c. text analysis with sentiment by lexicon-based methods and wordcloud. Beach tourism management recommendations include developing tourism facilities according to tourist requests, designing online tours, providing disaster facilities according to disaster risk conditions, paying attention to monitoring health protocols in tourist crowds, developing new tourist attractions, and increasing tourism promotion online.*

Keywords: social media analysis, Flickr, Twitter, beach tourism, Bantul Regency