

**Pemanfaatan Akun Instagram @Goaresi Sebagai Media
Informasi Wisata Alam Goa Resi Kecamatan Bulukerto
Wonogiri**

*Use Of The @Goaresi Instagram Account As A Media For Natural
Tourism Information In Goa Resi, Bulukerto Wonogiri District*

**Ganis Unami Anggraini (Dr. Herning Suryo, M.Si, Fikriana Mahar R,
S.I.Kom., M,A)**

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet

Riyadi Surakarta

ganisunamia04@gmail.com

ABSTRAK

Instagram merupakan platform media sosial yang berbasis unggahan berupa foto dan video yang bersifat informatif. Akun Instagram @goaresi merupakan akun Instagram yang mengunggah konten-konten informasi mengenai Obyek Wisata Goa Resi. Dimana konten-konten yang dikelola berisi mengenai informasi mengenai Obyek Wisata Goa Resi. Terhitung sejak 20 Juni akun Instagram @goaresi memiliki sebanyak 3000 pengikut. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pemanfaatan Instagram @goaresi sebagai media informasi wisata Goa Resi Wonogiri. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, Teknik penentuan informan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Teknik *purposive sampling*, teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk validitas data penulis menggunakan teknik triangulasi data. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa, dalam pemanfaatan Instagram sebagai media informasi admin @goaresi memproduksi konten-konten yang menggambarkan mengenai Obyek Wisata Goa Resi dalam bentuk foto dan video. Konten yang telah diproduksi tersebut lalu di unggah dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram yaitu *Feeds, Reels, Highlight* dan *Stories*.

Kata kunci : Instagram, Goa Resi, media informasi, wisata

ABSTRACT

Instagram is a social media platform based on uploading informative photos and videos. The Instagram account @goaresi is an Instagram account that uploads informational content about the Goa Resi tourist attraction. Where the content managed contains information about the Goa Resi tourist attraction. As of June 20, the Instagram account @goaresi has had 3000 followers. The aim of this research is to describe the use of Instagram @goaresi as a tourist information medium for Goa Resi Wonogiri. This type of research is descriptive qualitative research. The technique for determining informants in this research is using purposive sampling technique, data collection techniques using interview and documentation techniques, while for data validity the author uses data triangulation techniques. The data analysis technique uses interactive analysis. Based on the research results, it was concluded that, in using Instagram as an information medium, the @goaresi admin produces content that describes the Goa Resi tourist attraction in the form of photos and videos. The content that has been produced is then uploaded using Instagram features, namely Feeds, Reels, Highlights and Stories.

Keywords: *Instagram, Goa Resi, information media, tourism*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah memudahkan akses informasi melalui media sosial seperti Instagram. Instagram populer di Indonesia dengan fitur seperti Live Video, IGTV, Hashtag, dan lainnya. Pengguna juga dapat mengakses informasi terkait pariwisata melalui Instagram, seperti @goaresi yang mempromosikan Goa Resi di Wonogiri. Lebih dari 3 ribu pengguna telah mengikuti akun @goaresi sejak 2 November 2023. Akun tersebut memberikan informasi tentang fasilitas, jam operasional, tiket masuk, dan kegiatan kebudayaan di Goa Resi. Pengguna Instagram memberikan beragam komentar, mulai dari pujian terhadap keindahan wisata hingga keluhan tentang medan jalan. Instagram tidak hanya digunakan untuk mendapatkan informasi, tetapi juga sebagai media promosi bagi

penyedia informasi seperti pariwisata. Dengan demikian, Instagram membantu mempromosikan destinasi wisata dan memenuhi kebutuhan informasi pengguna.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini penulis menggambarkan serta menjelaskan berbagai informasi yang dikelola pada akun Instagram @goaresi. Lalu penulis memberi perincian secara detail mengenai informasi yang dikelola tersebut dalam deskripsi narasi.

Subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah akun Instagram @goaresi. Alasan peneliti memilih Lokasi tersebut adalah terhitung sejak 2 November 2023 Instagram @goaresi memiliki sebanyak 3 ribu *followers*.

Peneliti menggunakan data primer, diperoleh langsung dari admin Instagram @goaresi. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan admin akun @goaresi. Selanjutnya, data sekunder dikumpulkan untuk penelitian ini dengan mendokumentasikan unggahan ke akun @goaresi dan dengan memperoleh data dari organisasi terkait. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini informan yang diperlukan penulis guna memperoleh kelengkapan data dan informasi yaitu seseorang yang memiliki wewenang memegang serta mengelola akun Instagram @goaresi. Dalam hal ini informan yang bersedia menjadi narasumber yaitu admin serta marketing Wisata Goa Resi yaitu Muhammad Maa'ruf. Untuk mengetahui manfaat Instagram sebagai media informasi peneliti melakukan wawancara dengan beberapa *followers* @goaresi.

Untuk menguji kevalidan/keabsahan data yang terkumpul peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *triangulasi* sumber, dimana penulis menggunakan beberapa sumber data untuk menguji kredibilitas data guna menggali kebenaran akan informasi tertentu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Media baru merupakan berbagai teknologi komunikasi yang telah didigitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai media komunikasi (McQuail, 2011). Bukan hanya bagi pemilik akun, kemudahan untuk melihat foto dan video yang telah diunggah juga dinikmati oleh para followers. Terus meningkatnya eksistensi Instagram, kemudahan penggunaan Instagram, tersedianya ruang yang cukup untuk memberikan keterangan foto, dan tidak terbatasnya jumlah followers yang dapat mengikuti suatu akun Instagram tertentu menjadi bahan pertimbangan admin Instagram @goaresi. Hal ini aplikasi Instagram memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto dan video dengan didukung oleh fitur-fitur yang dimiliki Instagram. Seperti halnya admin akun Instagram @goaresi dalam hal ini memanfaatkan Instagram sebagai media informasi mengenai Obyek Wisata Goa Resi.

Penentuan atau pemilihan Instagram sebagai media informasi Obyek Wisata Goa Resi dikarenakan di era digital seperti sekarang cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan informasi telah banyak memanfaatkan media sosial. Selain itu alasan yang lain adalah dalam Instagram terdapat fitur-fitur seperti stories, highlight, feeds, dan reels. Fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan untuk menampilkan atau mengunggah foto dan video yang berkaitan dengan Goa Resi.

Dalam pengelolaannya admin Instagram @goaresi mengelola informasi berupa, fasilitas goa resi, harga tiket masuk, akses jalan, jam operasional, dan pagelaran

kebudayaan. Semua informasi tersebut dikelola dalam bentuk foto dan video yang kemudian di unggah dengan fitur-fitur Instagram yaitu feed, reels, highlight dan stories. Foto-foto yang dikelola sebagai informasi menampilkan berbagai spot serta fasilitas yang dimiliki Goa Resi yaitu yang pertama spot goa, dan lama Goa Resi terdapat goa alam dengan bentangan batuan stalaktit dan stalakmit yang menghiasi seluruh dinding goa.

Dalam mengelola konten video, admin Instagram @goaresi menggunakan teknologi kamera drone pihaknya mengungkapkan alasan pengambilan gambar menggunakan drone yaitu dengan tujuan agar semua bagian atau semua komplek Goa Resi tergambar secara jelas melalui pantauan udara.

Selain memanfaatkan fitur feeds dan reels pada Instagram, admin @goaresi juga memanfaatkan fitur highlight. Highlight adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan Instagram Stories agar dapat dilihat oleh pengikutnya lebih dari 24 jam. Sama seperti penjelasan diatas, admin @goaresi memanfaatkan fitur highlight ini sebagai sarana memberikan informasi kepada followers.

Informasi yang di unggah admin melalui fitur highlight ini diantaranya pertama, highlight tiket masuk, highlight ini berisikan informasi mengenai tarif yang dikenakan kepada pengunjung Obyek Wisata Goa Resi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, penggunaan akun Instagram @goaresi sebagai media

informasi mengenai Obyek Wisata Goa Resi diawali dengan alasan perkembangan zaman yang dimana di masa sekarang kebutuhan akan informasi dapat dicapai dengan media sosial. Salah satu platform media sosial yang mendukung sebagai media informasi yaitu Instagram. Dalam mencapai tujuan informasi admin @goaresi mengelola Instagram dengan berbagai konten-konten yang menginformasikan mengenai wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), hlm. 7)
- Aini, Nabila Nurul dan R. Sugeng Basuki. 2020. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram @Gartenhaus_Co dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Cafe Gartenhaus Malang Jawa Timur*. JAB: Jurnal Aplikasi Bisnis. Vol. 6, No. 1. pp. 25-28.
- Ardiansah, I., & Maharani, A. 2021. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press.
- Ardianto, Elfinaro dan Komala Erdinaya Lukiati. 2005, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita Bandung: Alfabeta.
- Cangara. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers
- Dwi, W., & Kurniawati, N. 2016. *Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam*

- Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah*. VIII, 127–143
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti
- Herliani, L. 2015. *Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)*. *ejournal ilmu komunikasi*, 3(4).
- Hiebert, R. E., Ungurait, D., & Bohn, T. 1985. *Mass Media IV: An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman.
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge
- Macarthy, A. 2015. *500 Social Media Marketing Tips*. Wales: Andrew Macarthy.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Sebuah pengantar. Edisi Kedua. Diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Ram Aminuddin*. Jakarta: Penerbit Erlangga,
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Putri, K. M. P. (2022, 26 Juli). *Teori Kekayaan Media: Pengertian dan Asumsinya*, Diakses pada 1 Agustus 2024, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/26/110000369/teori-kekayaan-media--pengertian-dan-asumsinya>
- Riswandi, 2009. *Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Shirky. 2008. Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24.
- Wilson, T.D. 1981. On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 1981. 37(1): p. 3-15. Tersedia di <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1981infoneeds.html>, diakses pada 1 Agustus 2024
- Wilson, T.D. 1999. Models In Information behavior Research, *Journal of Documentation*, 55 (3) 249-270.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia.
- Yusup, Pawit M. 1995. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya