



Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan

Kelviyana Windiyan Riyanti¹, Achmad Bayu Chandrabuwono²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarmasin
Surel: windykelviyana@gmail.com

Abstrak. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan dibangun dengan tujuan untuk mengembangkan dan mempromosikan potensi pariwisata di Kalimantan Selatan. Dimana dalam penyebaran informasi dan promosi potensi pariwisatanya menggunakan berbagai media massa, salah satunya yaitu media sosial Instagram melalui akun @disparkalsel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram pada akun @disparkalsel sebagai media penyebaran informasi pariwisata di Kalimantan Selatan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Kekayaan Media. Hasil penelitian menunjukkan, secara keseluruhan akun @disparkalsel dalam menyampaikan informasi pariwisata telah memanfaatkan Instagram dengan baik, meskipun perlu peningkatan terutama pada fitur komentar agar lebih responsif terhadap masyarakat. Dalam menyebarkan informasi serta edukasi terkait pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan, akun @disparkalsel memanfaatkan fitur-fitur seperti *feeds*, *reels*, *story*, *caption*, *hashtag*, *direct message* dan bagikan tautan. Bagi unggahan yang melibatkan kerjasama dengan akun/pengguna lain memanfaatkan fitur *repost*, kolaborasi, serta *tag/mention*. Selain itu, terdapat fitur *dashboard professional* untuk mengetahui *insight* serta *engagement* dari masyarakat terhadap akun atau unggahan akun @disparkalsel.

Kata Kunci: Pemanfaatan, Informasi, Pariwisata, Instagram.

Cara Sitasi: Riyanti, K. W., & Chandrabuwono, A. B. (2024). Pemanfaatan media sosial instagram @disparkalsel sebagai media informasi pariwisata di kalimantan selatan. *Persuasi*, 1(2): 208-223.

PENDAHULUAN

Kalimantan Selatan sebagai salah satu provinsi yang memiliki daya tarik serta potensi wisata, melihat dari kondisi atau karakteristik geografis serta budaya masyarakatnya. Berdasarkan data pada situs Dinas Pariwisata Kalimantan Selatan, dalam tahun 2023, telah terdapat kunjungan sebanyak 980 ribu orang di Kalimantan Selatan. Ini merupakan hasil kunjungan wisatawan lokal, wisatawan luar daerah serta wisatawan luar

negeri. Dengan mayoritas kunjungan wisatawan lokal sebanyak 650 ribu, diikuti oleh wisatawan luar daerah 130 ribu, dan wisatawan luar negeri 225 ribu. Sementara itu, grafik di situs data.kalselprov.go.id menunjukkan jumlah wisatawan asing di Kalimantan Selatan pada tahun 2022 berikut asal negaranya. Dari grafik tersebut diketahui bahwa wisatawan asing yang berasal China menempati urutan pertama. Kemudian ada Malaysia di urutan kedua dan Singapura di urutan ketiga dengan wisatawan asing terbanyak yang mengunjungi Kalimantan Selatan di tahun 2022.

Dewasa ini, mudah untuk mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di suatu daerah. Hal ini tidak terlepas dari perkembangan media komunikasi massa dalam penyebaran informasi kepada khalayak yang luas. Perkembangan media massa salah satunya ditandai dengan kehadiran new media atau media baru yang dianggap efektif untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi karena salah satu karakteristiknya yang mudah diakses. Selain itu new media dianggap memudahkan upaya mempromosikan serta menginformasikan destinasi wisata Indonesia secara pesat ke khalayak luas melalui media komunikasi digital, seperti internet maupun media sosial. Informasi wisata yang disampaikan dikemas dalam bentuk konten yang menarik, dalam beragam jenis media baik tulisan, foto ataupun video.

Berdasarkan laporan dari We Are Social, pada Januari 2024 pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 139 juta, atau setara dengan 49,9% dari populasi dalam negeri yang berjumlah 278,7 juta. Salah satu media sosial yang populer dan banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram, yang menempati urutan kedua dengan jumlah pengguna 85,3%, Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya membagikan foto serta video, berinteraksi dengan pengguna lain, serta membagikan, mendapatkan maupun bertukar informasi. Kemudahan membagikan informasi di internet maupun media sosial dimanfaatkan oleh individu atau kelompok tertentu dalam menciptakan akun dengan konten-konten informatif berdasarkan topik yang dikehendaki. . Salah satu akun yang membagikan informasi berkaitan dengan pariwisata serta budaya lokal di Kalimantan Selatan adalah akun @disparkalsel di Instagram, yang dimiliki dan dikelola secara resmi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan.

Akun @disparkalsel adalah akun resmi dari Dinas Pariwisata Kalimantan Selatan yang dibentuk sejak tahun 2017, dan telah konsisten menyajikan konten wisata Kalimantan Selatan sebanyak lebih dari seribu unggahan hingga saat ini. Informasi atau konten yang dibagikan pun beragam, mulai dari unggahan terkait kegiatan Dinas Pariwisata Kalimantan Selatan, destinasi atau spot wisata, hingga informasi tentang *event* atau kegiatan wisata yang akan berlangsung. Akun @disparkalsel yang dimiliki serta dikelola oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan, memunculkan adanya ekspektasi atau anggapan dari pengguna Instagram terkait informasi yang disajikan memiliki kualitas serta kredibilitas yang baik. Namun diketahui untuk beberapa informasi pariwisata di akun @disparkalsel merupakan konten kolaborasi atau hasil unggah ulang dari akun atau pengguna Instagram lain. Selain itu, meskipun akun @disparkalsel adalah akun resmi yang dikelola oleh instansi pemerintahan, jumlah pengikut yang dimiliki akun @disparkalsel termasuk sedikit jika dibandingkan dengan akun lain yang juga menyajikan konten atau informasi terkait kegiatan pariwisata di Kalimantan Selatan.

Media sosial sebagai salah satu contoh media baru memiliki keunggulan dalam kaitannya dengan penyebaran informasi maupun komunikasi jarak jauh dengan jangkauan khalayak yang lebih luas. Media sosial Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dalam perkembangannya terus melakukan pembaharuan fitur dan aktivitas yang memudahkan pengguna untuk mengunggah maupun mengakses informasi. Media sosial dapat menjadi wadah untuk memperoleh informasi serta pengetahuan baru, termasuk mengenai destinasi maupun perkembangan wisata terkini di wilayah tertentu.

Penyampaian informasi dalam bentuk konten kepada pengikut akun Instagram @disparkalsel maupun pengguna umum, tidak lepas kaitannya dengan komunikasi. Bungin (2015) menyatakan bahwa komunikasi berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran tentang destinasi aksesibilitas dan sumber daya manusia serta kelembagaan pariwisata. Selain itu, komunikasi memegang peranan penting baik pada seluruh komponen dan elemen pariwisata, baik dalam bentuk komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, dan komunikasi lainnya.

Salah satu akun yang secara resmi dimiliki instansi pemerintah, aktif dan konsisten dalam mengunggah informasi terkait pariwisata di Kalimantan Selatan adalah @disparkalsel. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan”. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @disparkalsel sebagai media penyebaran informasi pariwisata di Kalimantan Selatan?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian dengan tipe deskriptif merupakan sebuah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi obyek sesuai dengan apa adanya (Zellatifanny & Mudjianto, 2018). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan informan secara langsung maupun melalui media lain seperti aplikasi WhatsApp yang direkam menggunakan perekam suara. Informan atau narasumber terdiri dari informan kunci dan informan pendukung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Kekayaan Media.

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Seksi Data dan Informasi Pariwisata Rezeki Emelia, SE., MM., serta Ade Wahyu Priandana selaku pengelola akun Instagram @disparkalsel. Dengan pertimbangan bahwa Kasi dan pengelola akun @disparkalsel dianggap paling memahami dan dapat memberikan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Adapun informan pendukung dari penelitian ini dipilih melalui beberapa kriteria diantaranya: 1) laki-laki/perempuan, 2) pengguna aktif Instagram, 3) mengikuti akun Instagram @disparkalsel minimal dua tahun. Dari kriteria tersebut yang menjadi informan pendukung adalah Asri Alkirani, Arini Nur Zulfa Qathrunnada, Nor Halisa Ningrum, dan Muhammad Andre Rezky.

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan informan, observasi dan dokumentasi unggahan dari akun @disparkalsel (gambar, video, teks). Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan literatur, buku, jurnal dan penelitian terdahulu, dan internet. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Aktivitas dalam teknik analisis data ini yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (kesimpulan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media komunikasi massa saat ini sejalan dengan teknologi komunikasi yang juga mengalami kemajuan. Hadirnya internet memudahkan masyarakat untuk terhubung dengan lebih banyak orang dan memberi manfaat dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Pengguna internet pun mengalami perkembangan atau kemajuan di dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Bertambahnya pengguna internet memungkinkan untuk terbentuk komunitas-komunitas *online* dimana para pengguna dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi.

Kehadiran internet menyebabkan adanya media baru dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. Media baru dianggap memudahkan karena lebih cepat dan fleksibel dibandingkan dengan media massa konvensional. Salah satu contoh media baru adalah media sosial. Media sosial yang populer dan banyak digunakan di Indonesia salah satunya adalah Instagram. Menurut Nasrullah (2020), media sosial merupakan media yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk berinteraksi, berkomunikasi, mempresentasikan dirinya, bekerjasama dan berbagi dengan pengguna lainnya.

Penyebaran informasi melalui internet maupun media baru pun dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan, yang menggunakan atau memanfaatkan beberapa media dalam penyebaran informasinya. Seperti melalui web, youtube, media sosial salah satunya Instagram, serta papan reklame dan videotron. Dari wawancara yang dilakukan bersama Kepala Seksi Data dan Informasi Pariwisata di Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan diketahui secara singkat sejarah berdirinya Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan dan pembuatan akun @disparkalsel di Instagram berawal dari adanya perubahan dari dinas gabungan yaitu Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga menjadi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan sekaligus menjadi awal dari terbentuknya akun Instagram @disparkalsel. Dimulai dari tahun 2017, akun @disparkalsel telah aktif menyebarkan informasi juga edukasi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif kepada masyarakat dalam upaya atau dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap potensi pariwisata di Kalimantan Selatan. Maksud dan tujuan dari pembuatan akun Instagram @disparkalsel dinilai sejalan dengan alasan informan-informan pendukung mengikuti akun tersebut, seperti untuk mencari informasi *event*, kegiatan atau acara yang berkaitan dengan budaya dan kesenian daerah, destinasi wisata, serta informasi terkait kompetisi atau perlombaan.

Sebelum membahas mengenai bagaimana pemanfaatan fitur yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan, perlu diketahui bahwa terdapat enam

elemen komunikasi pariwisata yang terdiri dari wisatawan, pemasaran, destinasi, pemilik modal, sumber daya manusia dan kelembagaan, aksesibilitas (Bungin, 2015). Dari hasil penelitian ditemukan bahwa elemen yang telah terpenuhi seperti wisatawan yang akan mengunjungi tempat wisata atau mengikuti kompetisi, merupakan pengikut atau audiens dari akun @disparkalsel yang telah mendapatkan informasi. Selain itu, yang memiliki peran dalam pemasaran yaitu ambassador pariwisata, masyarakat, komunitas, *influencer* dan Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan yang mempromosikan pariwisata melalui berbagai media massa, salah satunya melalui media sosial Instagram.

Komunikasi yang terjadi antara akun @disparkalsel dengan akun pariwisata Kota/Kabupaten lain untuk menginformasikan atau mempromosikan destinasi wisata di wilayah tersebut. Kemudian, dalam hal aksesibilitas destinasi wisata pada akun @disparkalsel tidak terlalu ditunjukkan sehingga memerlukan masyarakat untuk mencari informasi lebih lanjut terkait tempat wisata. Dari elemen sumber daya alam manusia dan kelembagaan, tiap wilayah memiliki pengelola maupun lembaga atau dinas pariwisatanya tersendiri, yang dapat bekerja sama dengan akun @disparkalsel untuk mempromosikan maupun membagikan informasi tentang kegiatan pariwisatanya.

Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan melalui akun @disparkalsel membagikan beragam unggahan terkait informasi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan. Unggahan seperti informasi *event* atau kegiatan pariwisata dan budaya lokal, perlombaan atau kompetisi, serta destinasi dan obyek wisata. Selain itu, terdapat pula unggahan informasi atau edukasi terkait ekonomi kreatif hasil kolaborasi dari akun @banuacreative dan @disparkalsel. Seperti yang ditampilkan oleh hasil dokumentasi peneliti terkait tatanan feeds dan ragam unggahan pada akun @disparkalsel berikut ini:



Gambar 1. Feeds Instagram @disparkalsel

Dalam menyebarkan informasi dan edukasi terkait pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, Bidang Pemasaran Pariwisata dan tim kreatif yang ada di dalamnya memiliki tugas untuk mengolah serta membagikan pesan dalam bentuk tulisan, foto, video, poster dan infografis, juga mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung maupun diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan memanfaatkan fitur dan aktivitas media sosial Instagram. Informasi atau konten yang diunggah memanfaatkan fitur-fitur seperti *feeds*, *reels*, *story* sehingga masyarakat dapat menerima informasi dalam bentuk gambar, foto dan video dengan mudah. Beberapa konten yang diunggah di *story* serta pada bio akun disematkan tautan/link agar masyarakat dapat mengakses informasi tertentu. Pada fitur *feeds* dan *reels* dilengkapi dengan fitur *caption* serta *hashtag* yang memuat informasi tertulis membahas konten yang diunggah sehingga dapat lebih jelas dan memudahkan masyarakat mencari tahu lebih banyak. Selain itu, terdapat pula fitur *direct message* dan komentar yang memungkinkan masyarakat untuk memberikan tanggapan maupun berinteraksi dengan akun.

Kemudian, akun @disparkalsel juga memanfaatkan fitur *live streaming* untuk menyiarkan secara langsung kegiatan atau acara yang sedang dilaksanakan. Terdapat pula fitur *tag/mention* yang digunakan untuk menandai atau menyebut pengguna lain dalam suatu unggahan. Untuk mengetahui antusiasme maupun *engagement* dari masyarakat dan melihat *insight* akun, Seksi Data dan Informasi Pariwisata dan Pengelola akun @disparkalsel memanfaatkan fitur Instagram *dashboard profesional*. Demikian dapat dikatakan pemanfaatan fitur Instagram oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan dalam menyebarkan informasi dan edukasi pariwisata melalui akun @disparkalsel ini cukup baik dan lengkap karena hampir menggunakan semua fitur yang disediakan.

Selain menemukan tentang pemanfaatan fitur dalam akun @disparkalsel untuk menyebarkan konten informasi dan edukasi pariwisata, peneliti juga menemukan hasil yang selaras dengan Teori Kekayaan Media atau *Media Richness Theory* (Daft & Langel, 1990). Teori ini hadir untuk menggambarkan media komunikasi dalam suatu organisasi, dan menjelaskan bahwa setiap media memiliki cara dan kemampuan yang berbeda dalam menyampaikan sebuah makna pada pesan yang disampaikan dan umpan balik atau *feedback* dari pesan tersebut kepada medianya. Media dapat dikatakan kaya apabila mendapatkan *feedback* secara langsung dari pesan yang telah disebarkan, serta apabila mampu mengolah pesannya dengan baik sehingga dapat mengurangi ambiguitas atau kerancuan makna dari pesan tersebut. Teori Kekayaan Media memiliki empat karakteristik yang digunakan untuk menilai kemampuan media yaitu kesegeraan, keragaman isyarat, variasi bahasa dan sumber personal.

Pada hal ini akun @disparkalsel pun menggunakan empat karakteristik tersebut dalam menyebarkan informasi dan edukasi pariwisata kepada masyarakat, yaitu :

- 1) Kesegeraan/*Immediacy*, merupakan kriteria dalam Teori Kesempurnaan Media yang menjelaskan kemampuan media untuk menyediakan informasi secara rutin atau berskala dan memungkinkan penerima mendapat respon secara cepat. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan dan Tim Pemasaran yang terlibat dalam penyebaran informasi pariwisata melalui akun Instagram @disparkalsel belum memiliki jadwal khusus yang mengikat dalam mengunggah konten-kontennya, melainkan dengan mengandalkan target untuk mengunggah setidaknya satu

project/konten per minggu. Meskipun demikian, hasil observasi peneliti menemukan bahwa akun ini dinilai cukup rutin dan aktif dalam mengunggah konten atau informasinya, dengan rentang waktu antar postingan pada akun rata-rata 3 sampai 7 hari. Jenis konten yang rutin dibagikan biasanya berupa konten *repost* dan kolaborasi, baik pada *feeds* maupun *story*. Selain itu akun @disparkalsel juga aktif dan rutin dalam menginformasikan kegiatan atau acara yang sedang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan, melalui fitur-fitur seperti *story* atau *live streaming*. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan informan pendukung selaku pengikut akun yang menilai unggahan konten sudah cukup sering atau rutin, namun ada beberapa jenis konten seperti destinasi atau obyek wisata di Kalimantan Selatan yang dinilai masih kurang dan jarang dari segi frekuensi unggahnya.

Dalam hal memberikan umpan balik secara cepat, akun @disparkalsel memiliki keterbukaan untuk menerima umpan balik dari masyarakat, baik berupa *like*, komentar maupun pesan pribadi melalui *direct message*. Namun berdasarkan hasil observasi peneliti dan wawancara dengan *followers* akun, dalam hal menanggapi atau membalas komentar masyarakat akun @disparkalsel dinilai kurang responsif. Hal ini dikarenakan tim kreatif sekaligus pengelola dari akun @disparkalsel yang berada di Bidang Pemasaran Pariwisata memiliki keterbatasan orang atau sumber daya manusia yang terkhusus mengelola media sosial. Selain itu, tanggapan dari masyarakat perlu ditinjau atau dikoordinasikan terlebih dahulu dalam tim pemasaran untuk selanjutnya perlu dibalas atau tidak. Meski demikian, pengelola atau admin selalu berupaya untuk menanggapi *direct message* dan komentar yang ada. Ini ditunjukkan dengan hasil dokumentasi terkait tanggapan akun @disparkalsel terhadap komentar masyarakat sebagai berikut:





Gambar 1. Tanggapan Akun @disparkalsel terhadap Komentar dan Pesan Masyarakat

Berdasarkan hasil dokumentasi di atas, terlihat akun @disparkalsel yang memberikan tanggapan atau balasan terhadap komentar dan pesan masyarakat pada beberapa konten unggahan. Pada foto pertama dan kedua, informasi yang terdapat dalam unggahan yaitu tentang perlombaan fotografi destinasi wisata di Situs Geopark Meratus. Poster atau brosur lomba tersebut diunggah oleh akun @disparkalsel pada tanggal 6 Desember 2023. Untuk foto ketiga menunjukkan komentar beserta tanggapan akun @disparkalsel dari konten Bapidara yang diunggah pada tanggal 13 Juni 2024. Sedangkan foto keempat, terlihat salah satu pengikut akun @disparkalsel menggunakan fitur direct message untuk menanyakan destinasi wisata yang diunggah pada Instagram Story akun @disparkalsel pada tanggal 28 Juni 2024.

Dari hasil observasi peneliti, meskipun komentar masyarakat pada beberapa unggahan atau konten mendapat tanggapan dari akun @disparkalsel, cukup sering pula ditemui komentar yang tidak mendapat balasan atau tanggapan. Ini dikarenakan beberapa komentar hanya berupa reaksi dari masyarakat dan tidak memerlukan tanggapan, namun ada juga beberapa pertanyaan masyarakat yang

belum terjawab oleh admin atau pengelola akun @disparkalsel. Seperti yang ditunjukkan pada hasil dokumentasi berikut ini:



Gambar 2. Kolom Komentar Akun Instagram @disparkalsel

Berdasarkan hasil dokumentasi dan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel Sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan menggunakan kriteria Kesegeraan (*Immediacy*) pada Teori Kekayaan Media, belum sepenuhnya terealisasi. Meskipun akun @disparkalsel aktif dalam mengunggah konten atau informasinya serta memiliki target mingguan, namun untuk umpan balik atau tanggapan kepada masyarakat oleh pengikut dinilai kurang dan jarang dari segi frekuensi maupun kecepatan waktu.

- 2) Keragaman Isyarat/*Multiple Cues*, merupakan kriteria dalam Teori Kekayaan Media yang menjelaskan kemampuan media untuk mengkomunikasikan pesan melalui pendekatan yang berbeda dan beragam seperti nada, volume, gerakan tangan, warna wajah, isyarat wajah dan isyarat lainnya (Venus dan Munggaran, 2017). Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan melalui akun @disparkalsel menggunakan pendekatan verbal seperti dalam bentuk tulisan dan lisan, serta non verbal seperti dalam penggunaan emoji maupun pemilihan desain yang menarik dalam penyebaran informasi pariwisata di Kalimantan Selatan. Akun instagram @disparkalsel memiliki keragaman isyarat dinilai dari pemilihan warna dan desain konten yang menarik, penggunaan emoji dan *hashtag* pada *caption* unggahan, pendekatan verbal melalui kalimat ajakan, hingga teknik pengambilan foto atau videonya. Seperti yang ditunjukkan pada hasil dokumentasi unggahan akun @disparkalsel berikut ini:



Gambar 3. Contoh Unggahan pada Akun @disparkalsel dengan Desain Menarik

Hasil dokumentasi di atas menunjukkan contoh konten unggahan akun @disparkalsel dengan desain dan warna yang menarik. Unggahan pertama yang merupakan konten *giveaway*, menampilkan tulisan dan hadiah-hadiah *giveaway* di dalamnya. Sedangkan unggahan kedua yang merupakan peringatan Hari Kartini menampilkan desain dan pemilihan warna yang menarik. Selain itu, unggahan dengan keragaman isyarat berupa penggunaan emoji dan hashtag ditunjukkan pada hasil dokumentasi berikut:

214 suka
disparkalsel !! WASPADA PENIPUAN !!

Telah terjadi Penipuan mengatasnamakan Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan.

Sudah ada 4 (empat) pengelola Destinasi atau Pokdarwis yang menjadi Korban. Dengan modus penipuan Ingin membuat kegiatan di Destinasi Pariwisata. Penipuan dilakukan dengan modus kelebihan transfer, dan meminta korban untuk mentrasferkan balik kepada pelaku.

Dihimbau kepada seluruh masyarakat Pengelola Destinasi Pariwisata untuk berhati-hati, jika terjadi seperti ini diharapkan dapat mengkonfirmasi ke Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan atau Dinas yang membidangi Pariwisata di Kabupaten / Kota.

Lihat 1 komentar

93 suka
disparkalsel Hallo Sobat Parekraf ✨

Dalam Penyelenggaraan Haul Ke - 218 Datu Syekh Muhammad Arsyad bin Abdullah bin Abdur Rahman al-Banjari atau yang dikenal sebagai Datu Kelampayan, Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan mengadakan Warung Gratis bagi Jamaah yang menghadiri Peringatan Haul ke-218 ini.

Warung Gratis Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan berada di Jalan Martapura Lama, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan pada tanggal 14-15 April 2024.

#sobatparekrafbanua #disparkalsel #kalsel
#ayokekalsel #dikalselaja #wonderfulkalsel
#Bergerak #banuacreative #kalimantanselatan
#HaulDatuKelampayanke218

Gambar 4. Contoh Penggunaan Emoji pada *Caption*

Dari hasil dokumentasi tersebut, terlihat adanya penggunaan emoji pada dua *caption* unggahan yang berbeda. Pada foto pertama, terdapat emoji tanda seru dari unggahan yang menghimbau masyarakat untuk berhati-hati terhadap penipuan yang mengatasnamakan akun @disparkalsel, kemudian pada foto kedua, terdapat emoji berkilau yang membuat *caption* terlihat menarik. Terlihat pada foto kedua, *caption* unggahan dilengkapi dengan hashtag yang memungkinkan masyarakat atau khalayak untuk mencari tahu atau mengakses informasi lebih lanjut. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan menggunakan hashtag tertentu dalam unggahannya, seperti #dikalselaja, #wonderfulkalsel, #disparkalsel.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel Sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan menggunakan kriteria Keragaman Isyarat (*Multiple Cues*) pada Teori Kekayaan Media, sudah terealisasi. Dari pemilihan warna dan desain konten yang menarik, penggunaan emoji dan *hashtag* pada *caption* unggahan, pendekatan verbal melalui kalimat ajakan, hingga teknik pengambilan foto atau videonya. Meski demikian, beberapa hal dapat ditingkatkan lagi. Seperti pemilihan warna dan kerapian *feeds* yang menurut informan pendukung perlu diperhatikan lagi supaya satu unggahan tidak terlalu kontras dengan unggahan yang lain.

- 3) Variasi Bahasa / *Language Variety*, kriteria ini menjelaskan kemampuan media untuk penggunaan kata atau bahasa berbeda untuk meningkatkan pemahaman. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci dan pendukung, Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan melalui akun @disparkalsel membagikan konten atau informasinya menggunakan Bahasa Indonesia, Bahasa Banjar, dan Bahasa Inggris. Lebih lengkap, berdasarkan dokumentasi dan observasi oleh peneliti, ditemukan bahwa akun @disparkalsel menggunakan Bahasa Indonesia pada unggahan atau konten asli akun, lalu Bahasa Banjar dan Bahasa Inggris pada unggahan lain yang ada pada *feeds* akun tersebut. Unggahan lain seperti konten *repost* serta kolaborasi dengan pengguna lain. Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi beberapa unggahan dari akun @disparkalsel sebagai berikut:

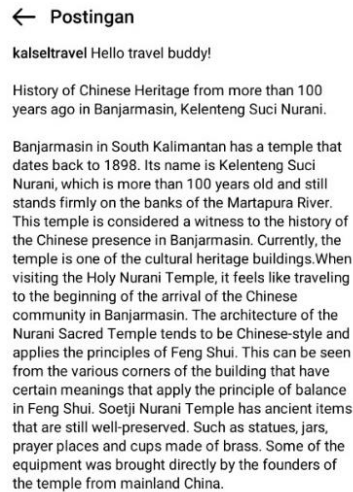
← Postingan

disparkalsel Hallo Sobat Parekraf 🙌

Seluruh Keluarga Besar Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan mengucapkan Selamat Memperingati Hari Lahir Pancasila 1 Juni 2024.

Pancasila Jiwa Pemersatu Bangsa Menuju Indonesia Emas 2045





Gambar 5. Contoh *Caption* Menggunakan Ragam Bahasa

Dari hasil dokumentasi di atas, terlihat penggunaan Bahasa Indonesia di *caption* pada foto pertama untuk memperingati Hari Lahir Pancasila pada tanggal 1 Juni 2024. Sedangkan pada foto kedua, terlihat *caption* pada unggahan menggunakan Bahasa Banjar untuk konten BAPIDARA (Bapandiran Pariwisata). Namun, unggahan yang menggunakan Bahasa Banjar tersebut bukan unggahan asli dari akun @disparkalsel, melainkan hasil *repost* konten dari akun @bapidara. Selain itu foto ketiga terlihat bahwa unggahan merupakan konten kolaborasi dari akun @kalseltravel dan @disparkalsel yang tulisan *caption* menggunakan Bahasa Inggris, unggahan tersebut membahas tentang Kelenteng Suci Nurani di Banjarmasin. Konten yang di *repost* oleh akun @disparkalsel akan muncul di *feeds* meskipun berasal dari akun atau pengguna Instagram lain.

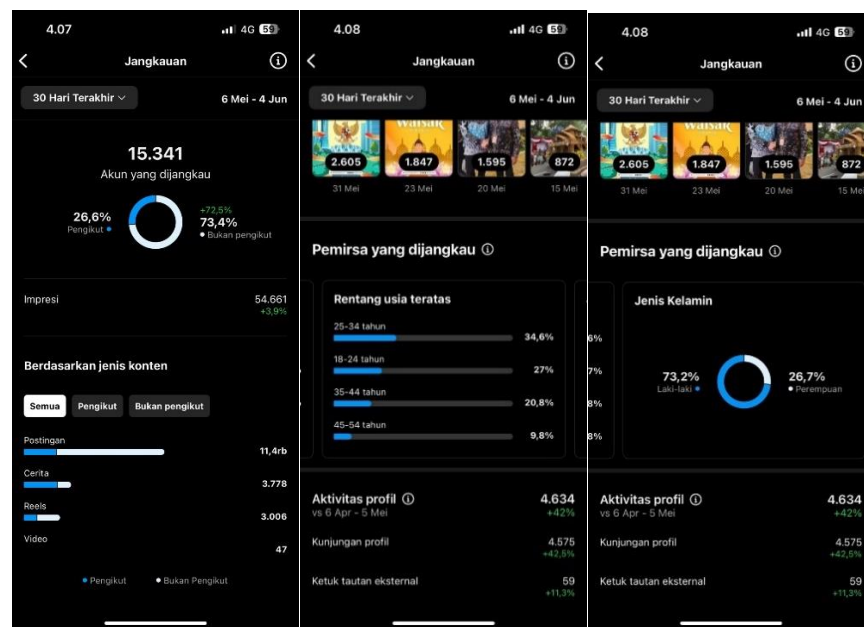
Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel Sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan menggunakan kriteria Variasi Bahasa (*Language Variety*) pada Teori Kekayaan Media, sudah terealisasi. Akun @disparkalsel menggunakan Bahasa Indonesia, Bahasa Banjar, dan Bahasa Inggris dalam penyebaran konten atau informasinya. Hal ini membuat konten yang dibagikan mudah dipahami dan dapat diterima oleh masyarakat maupun pengikut akun.

- 4) Sumber Personal/*Personal Source*, kriteria ini mengacu pada kemampuan media untuk memfokuskan diri dan mengantarkan pesan yang bersifat pribadi sesuai karakteristik mitra komunikasi, dengan kata lain kemampuan untuk menunjukkan perasaan dan emosi. Pada kriteria Sumber Personal dalam Teori Kekayaan Media, akun @disparkalsel dinilai berdasarkan rasa kepercayaan serta respon atau reaksi khusus yang dirasakan pengikut saat melihat konten atau informasi yang dibagikan. Kepala Seksi Data dan Informasi Pariwisata dan Pengelola akun @disparkalsel sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang dilihat atau dinilai dari testimoni dan *insight engagement* akun.

Seperti yang telah dijelaskan pada kriteria sebelumnya, akun @disparkalsel melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan berbagai cara,

seperti mengunggah informasi terbaru dengan aktif dan rutin, mengemas konten dengan warna dan desain menarik, serta menggunakan ragam bahasa agar informasi mudah dipahami. Ini menunjukkan bahwa pihak Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan mengutamakan kepentingan masyarakat untuk mendapatkan informasi terbaik. Hal ini didukung dengan hasil wawancara pengikut yang mengungkapkan bahwa akun @disparkalsel dapat dipercaya karena akun tersebut merupakan akun resmi yang dimiliki dan dikelola Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan. Selain itu, konten atau informasi yang dibagikan akun @disparkalsel mampu memberikan respon atau reaksi positif dari pengikut. Seperti rasa antusias dan kagum saat melihat konten tentang obyek destinasi wisata, maupun minat dan ketertarikan pada informasi mengenai *event* atau kegiatan budaya dan pariwisata di Kalimantan Selatan.

Hal ini sesuai dengan hasil dokumentasi oleh Pengelola akun @disparkalsel terkait *insight* dan engagement pada fitur *dashboard* profesional di Instagram:



Gambar 6. *Insight* dari Fitur *Dashboard* Profesional Pengelola Akun @disparkalsel

Dari hasil dokumentasi tersebut, terlihat *insight* dan jangkauan dari akun @disparkalsel. Pada foto pertama, terlihat per 4 Juni 2024 akun @disparkalsel telah menjangkau sebanyak 15.341 akun, jumlah ini tentunya lebih sedikit dibandingkan dengan pengikut akun sebanyak 23,4 ribu. Foto kedua menunjukkan rentang usia audiens atau pemirsa akun @disparkalsel, dengan pemirsa terbanyak memiliki rentang usia 25-34 tahun. Untuk foto ketiga menunjukkan perbandingan jenis kelamin dari pemirsa yang dijangkau akun @disparkalsel, yang didominasi oleh laki-laki sebanyak 73, 2%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan Media Sosial Instagram @disparkalsel Sebagai Media Informasi Pariwisata di Kalimantan Selatan menggunakan kriteria Sumber Personal (*Personal Source*) pada Teori Kekayaan Media, sudah terealisasi dengan baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara, serta pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa akun media sosial @disparkalsel telah memanfaatkan fitur dan aktivitas yang tersedia pada aplikasi Instagram dengan baik dan maksimal. Dalam menyebarkan informasi serta edukasi terkait pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan, akun @disparkalsel memanfaatkan fitur-fitur seperti feeds, reels, story, *caption*, hashtag, bagikan tautan, komentar dan direct message. Selain itu, untuk unggahan atau konten yang melibatkan kerjasama dengan pengguna lain, akun @disparkalsel memanfaatkan fitur *repost*, kolaborasi, serta tag/mention. Untuk melihat *insight* serta engagement dari masyarakat terhadap akun atau unggahan, akun @disparkalsel memanfaatkan fitur *dashboard professional*. Dari hasil temuan di lapangan,

Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan melalui akun @disparkalsel telah menyediakan informasi berupa konten yang diunggah secara rutin dan terkini serta menyediakan ruang terbuka untuk masyarakat memberikan komentar, meskipun dalam hal menanggapi komentar masyarakat tersebut akun @disparkalsel dinilai belum cukup aktif atau responsif. Akun @disparkalsel mengemas informasi dengan menarik karena menampilkan desain dan pemilihan warna yang dibuat dengan baik. Selain itu unggahan bersifat informatif dan mudah dipahami masyarakat dengan keragaman bahasa yang digunakan, sehingga kepercayaan serta respon masyarakat terhadap akun selalu baik.

Saran

1. Kepada Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan untuk menambah media massa atau platform lain agar penyampaian informasinya dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas lagi, seperti membuat channel/saluran di WhatsApp sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia.
2. Kepada akun @disparkalsel di Instagram untuk merapikan tatanan feeds dan unggahan, konsisten dalam pemilihan warna supaya tidak terlalu kontras, memperbanyak informasi objek/destinasi wisata di Kalimantan Selatan, dan meningkatkan variasi konten yang diunggah.
3. Kepada pengelola atau admin dari akun Instagram @disparkalsel untuk lebih aktif dan responsif lagi dalam menanggapi komentar masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). *SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK INFO ARTIKEL ABSTRAK*. 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.3432>
- Atika, Chandrabuwono, A. B., & Nadila. (2023). Masyarakat Bantaran Sungai: Penggunaan Media untuk Kebutuhan Informasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(01), 34–44. <https://doi.org/10.46937/21202341977>
- A Yoeti, O. (1993). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa Bandung.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Dedy, M. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. In *Remaja Rosdakarya*, Bandung.
- Hanief, L., Chandrabuwono, A. B., & Waluyo, B. D. (2023). TOURISM COMMUNICATION OF TOURISM DESTINATIONS IN THE WETLANDS OF ARANIO DISTRICT BANJAR REGENCY. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 11, 451–460. <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum|E:spektrum@stikosa-aws.ac.id>
- Hasugian, J. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. USUPRESS.
- Junaedi, F. (2019). *Etika Komunikasi di Era Siber*. PT RajaGrafindo Persada.
- Kustiyahningsih, Y., Rahmanita, E., Anamisa, D. R., Purnama, J., & Hasbunallah, M. (2021). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MARKET PLACE UNTUK MENINGKATKAN PRODUK PENJUALAN UMKM DI MASA PANDEMI COVID - 19*. MNC Publishing.
- Lengel, R. H., & Daft La, R. L. (1984). *Organizations As Information Processing Systems Office of Naval Research Technical Report Series An Exploratory Analysis of the Relationship Between Media Richness and Managerial Information Processing (V C-j)*.
- Luik, J. (2020). *MEDIA BARU : Sebuah Pengantar*. KENCANA.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung. In *Simbiosis Rekatama media* (Vol. 2).
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. KENCANA.
- Noerand Prayoga, A., & Primadani, B. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy The use of Instagram social media as an information medium for old Vespa lovers on the @vespasoy account*.
- Onong, U. E. (2015). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata (1st ed.)*. Penerbit ANDI.
- Pitana, I. G., & Gayatri, G. P. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Penerbit ANDI.
- Prajarini, D. (2020). *Media Sosial Periklanan - Instagram*. DEEPUBLISH.
- Rawali, S., Muhammad, D., & Ramadhani, M. (2021). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA EKOWISATA RIAM KANAN DI KALIMANTAN SELATAN*. Siswanto Rawali dan

- Muhammad Muthahhari *Ramadhani MetaCommunication: Journal of Communication Studies*.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Venus, A., Rena, N., & Munggaran, D. (2017). *MENELUSURI PERKEMBANGAN TEORI KEKAYAAN MEDIA*.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI THE TYPE OF DESCRIPTIVE RESEARCH IN COMMUNICATION STUDY. In *Jurnal Diakom* (Vol. 1, Issue 2).