

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap tahun, jumlah mahasiswa asal Thailand yang menuntut ilmu di Indonesia semakin meningkat, mereka sering berkumpul pada waktu luang di suatu tempat. Mereka juga mengadakan berbagai aktivitas dan membentuk perkumpulan untuk menjalin silaturahmi dan keakraban sesama mereka. Hal ini juga bertujuan untuk membantu mahasiswa baru asal Thailand untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, budaya baru, dan orang-orang baru.

Disini, mahasiswa yang sudah lama tinggal di Indonesia berperan penting untuk membimbing mahasiswa baru. Diantara mahasiswa baru tersebut ada yang belum diterima menjadi mahasiswa dikampus mana pun, ada juga yang sudah dapat beasiswa dari kampus tapi belum termasuk tempat tinggal, ada beberapa mahasiswa bertujuan mencari kampus di Indonesia dengan biaya sendiri. Bantuan itu termasuk mencari kampus untuk mendaftarkan menjadi mahasiswa baru, kontrakan, mengajar bahasa, budaya dan kehidupan sehari-hari maupun bagaimana mengatur biaya hidup di Indonesia.

Mahasiswa asal Thailand yang sedang menuntut ilmu di Indonesia tidak hanya mengejar pengetahuan yang bersifat akademik, namun juga mereka mencari pengalaman baru di negara asing seperti di Indonesia ini untuk dibawa pulang ke Thailand. Salah satu cara mereka untuk mencari pengalaman adalah dengan mengeksplor wisata di Indonesia.

Mahasiswa asal Thailand yang tertarik untuk mengeksplor wisata di Indonesia memiliki perkumpulan khusus. Dimana dalam perkumpulan ini mereka mengadakan *fun trip* seperti jalan-jalan, makan bersama, mengadakan *sport games* dan lain-lain sebagainya. Aktivitas yang sering diadakan yaitu mendaki gunung dan wisata alam lainnya, pada umumnya tempat yang dikunjungi merupakan tempat wisata yang ada di Pulau Jawa.

Banyaknya mahasiswa Thailand yang berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia, pada akhirnya membuat mereka merepresentasikan tempat wisata yang mereka kunjungi. Representasi yang disebut adalah mereka merepresentasikan aktivitas wisata mereka, mereka mendokumentasikan kegiatan mulai dari persiapan mereka sebelum berangkat sampai akhir aktivitas dalam

berwisata. Tak lupa mereka juga merekam video dan mengambil foto dokumentasi ketika berwisata. Hasil dari karya tersebut yang merepresentasikan tempat wisata di Indonesia mereka *upload* melalui akun *Facebook* mereka, hal ini kemudian dapat menjadi informasi bagi siswa yang berada di Thailand untuk berkuliah di Indonesia terutama dalam hal ini di Yogyakarta.

Mahasiswa Thailand mengupload foto dan video menggunakan *facebook*. Hal ini bukan tanpa alasan, pasalnya *facebook* adalah aplikasi media sosial yang banyak digunakan di Thailand dan sangat masif. Namun, tidak hanya di Thailand saja. Pada tanggal 22 Maret 2014 di Situs *Zocial Rank*, sebuah situs rating media sosial, telah mengumpulkan sejumlah statistik menarik untuk infografis. Pertumbuhan pengguna *Facebook* di Thailand dan ASEAN Sertakan wawasan tentang apa yang orang Thailand lakukan di *Facebook*. Menurut laporan *zocial rank* pada tahun 2014, tingkat pertumbuhan anggota *Facebook* di seluruh dunia telah tumbuh sebesar 3% dengan total 1.191 juta pengguna *Facebook* di seluruh dunia. Thailand adalah negara penggunanya terbesar yaitu 26 juta adalah yang terbesar yang ketiga di ASEAN diikuti oleh Filipina dengan 36 juta, yang terbesar kedua dan Indonesia adalah negara paling banyak penggunanya *Facebook* di ASEAN dengan pengguna *Facebook* 64 juta lebih¹.

Sampai saat ini, mahasiswa asal Thailand yang berada di Yogyakarta berjumlah kurang lebih 150 mahasiswa, mereka datang dengan latar belakang yang berbeda. Peneliti akan memfokuskan kepada mahasiswa yang berada di organisasi SANTAI/TSAMY (*Thai Students Association Of Muhammadiyah Yogyakarta*). Organisasi SANTAI/TSAMY ini adalah Kumpulan mahasiswa Thailand yang dapat beasiswa dari Muhammadiyah melalui “SBPAC” (*Southern Border Provinces Administration Centre*). SANTAI/TSAMY dipilih karena mereka adalah organisasi yang memiliki anggota paling banyak dibanding organisasi lain yang sejenis, disamping itu, mereka juga sering mengadakan kumpul bersama demi untuk menjalin kedekatan sesama anggotanya.

Anggota dari organisasi SANTAI/TSAMY meliputi mahasiswa Muhammadiyah yang ada di Yogyakarta, mereka secara garis besar merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dan mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta (UAD).

¹ Zocial Rank, “<https://www.it24hrs.com/2014/infographic-thai-facebook-user-2014>”, (diakses pada tanggal 10 Maret 2018).

Alasan peneliti memilih mereka adalah karena organisasi mereka yang aktif dalam berkumpul dan berwisata, waktu yang mereka gunakan biasanya saat ada waktu luang di sela-sela perkuliahan, pada umumnya dilakukan saat libur. Alasan lain adalah organisasi SANTAI/TSAMY ini, dapat melakukan perjalanan wisata lebih dari lima kali dalam satu tahun. Foto-foto yang direpresentasikan oleh mereka lebih dari 50 postingan di akun *facebook*, belum termasuk juga dengan video dokumentasi yang telah ditampilkan. Peneliti mengambil team penelitian ini adalah karena peneliti ingin mengetahui bagaimana representasi tempat wisata yang mereka lakukan di akun *facebook*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan diatas, maka rumusan masalah dibawah ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana mahasiswa Thailand merepresentasi ruang/destinasi wisata di Indonesia melalui akun *facebook*?
2. Bagaimana mahasiswa Thailand mengkategorisasikan pengalaman wisata di Indonesia melalui akun *facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Thailand merepresentasikan ruang/destinasi tempat wisata di Indonesia yang mereka telah kunjungi melalui *facebook* mereka sendiri dan juga untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Thailand mengkategorisasikan pengalaman wisata di Indonesia melalui sosial media yaitu di akun *facebook*.

D. Kerangka Konsep dan Operasional

1. Kategori Representasi Ruang/Destinasi

Kategori ini dikelompokkan oleh Robert S. Dille². Kategori dalam suatu pesan dibedakan berdasarkan gambar yang terdapat dalam gambar dan teks dalam sebuah pesan. Terdapat empat kelompok kategori resepsi ruang yaitu: pemandangan, budaya, rekreasi, dan servis.

- a. Pemandangan : Kategori ini menggambarkan mengenai sebuah pemandangan seperti pemandangan alam, desa, kota, ladang, padang rumput, pantai dan pegunungan.
- b. Budaya : kategori ini menunjukkan mengenai sejarah dan kesenian, hiburan, kehidupan masyarakat sekitar dan aktivitas pariwisata yang

² Robert Dille, S. "Tourist Brochures and Tourist Images." *The Canadian geographer / Le Geographe Canadien* 20, No. 1. (1986). Hal. 59-65.

berhubungan dengan perekonomian (seperti aktivitas pertanian, produk industri, olah raga air atau renang dan sebagainya)

- c. **Rekreasi** : kategori ini merujuk pada sebuah tempat destinasi wisata yang memberikan suasana menarik untuk berlibur sesuai dengan keinginan dari wisatawan itu sendiri seperti berduka. Biasanya kategori ini merujuk pada tempat-tempat yang sengaja disediakan oleh masyarakat lokal.
- d. **Servis/Layanan** : kategori ini merujuk kepada menarik wisatawan berdasarkan layanan yang memiliki kualitas, keunikan, daya tarik tertentu.

2. **Kategori Pengalaman Wisata**

Wisata menurut UU No.10 Tahun 2009, Pasal 1 berkata wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara³.

Ruang dalam mediasi pariwisata tidak hanya direpresentasikan berdasarkan bagaimana bentuk ruang, tetapi juga bagaimana aktivitas seseorang dalam ruang (pengalaman atas ruang). Tipologi pengalaman wisatawan diungkapkan oleh Erik Cohen⁴. Tipologi ini diusulkan oleh Cohen berdasarkan pada perbedaan makna “lingkungan” bagi wisatawan.

Cohen mengatakan terdapat lima model pengalaman wisata:

- a. **Model Rekreasional**: Dimana wisatawan yang melakukan model rekreasional biasanya adalah tipe manusia modern. Mereka mencari pengalaman dalam bentuk hiburan alam hingga bentuk hiburan lainnya seperti menonton teater, bioskop dan lainnya. Para wisatawan melakukan pengalaman dengan tujuan untuk mengembalikan kekuatan mental dan fisiknya. Model ini menekankan pada tujuan awal wisatawan itu sendiri bahwa mereka melakukan sebuah perjalanan berdasarkan tujuannya.

³ Undang-Undang No.10 Tahun 2009, Pasal 1

⁴ Erik Cohen, *A Phenomenology of Tourist Experience*. *Sociology*, (1979). SAGE Social Science Collections, hal. 179-199.

- b. Model Diversional: Model ini hampir mirip dengan model rekreasional, namun model ini tidak menekankan pada hiburan yang lebih berarti atau sama sekali tidak memiliki arti. Mereka hanya berasumsi bahwa melakukan perjalanan dengan tujuan untuk melepaskan penat dari kehidupannya sehari-hari dan mendapatkan pengalaman yang sangat berkesan dan tidak terlupakan.
- c. Model Eksperiental: Model ini mengatakan bahwa wisatawan melakukan perjalanan wisata karena mereka telah kehilangan jati dirinya sehingga mereka melakukan sebuah perjalanan dengan tujuan untuk mencari keaslian kehidupan masyarakat dan kehidupan tradisional masyarakat yang lain.
- d. Model Eksperimental: Model ini berasumsi bahwa wisatawan pergi kesuatu tempat untuk terlibat dan berbagi budaya dengan warga lokal secara lebih dekat, namun tidak berkomitmen secara permanen untuk ikut serta dengan mereka.
- e. Model Eksistensial : Berbeda dengan model eksperimental, model ini kebalikan dari model eksperimental, dimana wisatawan secara sukarela dan bersedia untuk tinggal dan menjadi bagian dari sebuah budaya tertentu. Menurut Cohen model ini lebih menekankan pada turis yang mencari sebuah keabadian seperti spiritual dan budaya⁵.

Dalam tipologi pengalaman turis menurut Cohen, model rekreasional dan model diversional termasuk dalam tipe *search for pleasure*, sedangkan model eksperiental, model eksperimental dan model eksistensial termasuk dalam tipe *modern pilgrimage*.

3. Kategori Subjek dan Objek dalam Foto

Objek bisa dikatakan sebagai adegan dalam skala besar. Misalkan memotret sebuah desa yang kemudian di dalamnya terdapat gunung-gunung, sawah, rumah, dan petani. Maka objek dalam foto bisa dikatakan objek “pedesaan”. Sedangkan subjeknya adalah skala kecil yaitu apa yang terdapat di dalam objek seperti gunung, sawah, dll. Jadi objek bisa juga seperti objek pantai, wisata, hutan, pegunungan, dll. Menurut para ahli fotografi istilah *Point Of Interest*

⁵ Erik Cohen, *A Phenomenology of Tourist Experience. Sociology*, (1979). SAGE Social Science Collections, hal.190.

(*POI*) adalah subjek utama yang paling “menarik perhatian” atau paling “menonjol” bagi orang lain ketika melihat foto, maka disepakati oleh para ahli bahwa itu adalah subjek utama⁶.

4. Jenis Konten

Jenis konten adalah teknik penelitian untuk membuat kesimpulan yang valid dan dapat diulangi dari data berkaitan dengan konteksnya, dan merupa salah satu metode analisis yang paling langsung bersentuhan dengan teks. Disini peneliti melihat dan memilih jenis-jenis yang berdasar dari postingan mereka di akun *Facebook*. Jenis konten tersebut dalam penelitian ini adalah Foto, Video, Foto dan Narasi, Video dan Narasi, Foto dan Video, Foto Video dan Narasi.

5. Caption

Caption adalah penjelasan singkat atau deskripsi yang menyertai atau foto. Di dunia hiburan caption diartikan sebagai serangkaian kata yang ditumpangkan di bagian bawah televisi atau film seperti bingkai. Caption juga didefinisikan sebagai sepotong teks pendek di bawah gambar dalam sebuah buku, majalah atau koran yang menggambarkan dan menjelaskan apa yang dikatakan orang di dalamnya. Caption dalam terjemahan ke dalam bahasa Indonesia memiliki arti sebagai keterangan atau penjelasan tentang sebuah gambar, baik itu berupa foto maupun objek yang lain⁷.

6. Jumlah Tempat Wisata

Jumlah tempat wisata ini berdasarkan dari status pemilik akun di akun *Facebook* dalam sekali *upload*, jumlah tempat wisata yang ada dalam status bukan hanya satu tempat wisata biasanya mereka mendokumentasikan tempat-tempat wisata yang mereka kunjungi dan mengupload sekaligus dalam status mereka.

7. Nama Tempat Wisata

Nama-nama tempat wisata berdasarkan dalam foto, video dan status pemilik akun, kadang bisa mengetahui bahwa dimana tempat wisata yang di uploadkan.

8. Jumlah Komentar

Jumlah komentar ini yang menarik bagi yang ikuti *Facebook* mereka, semakin banyak komentar otomatis status di *facebook* semakin *update*, jadi

⁶ Perbedaan Objek dan Subjek dalam Fotografi. (<https://kelasfotografi.com/pemula/perbedaan-objek-dan-subjek-dalam-fotografi/>) diakses pada tanggal 17 Mei 2019.

⁷ Pengertian menurut para ahli. (<http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-caption-dan-contohnya>) diakses pada tanggal 16 Oktober 2018.

semakin banyak yang melihat membawa kepada suatu informasi tentang tempat wisata.

9. Genre Fotografi

Fotografi adalah bahasa gambar, bahasa yang unik dapat dipahami oleh siapapun. Seperti bahasa pada umumnya, fotografi juga memiliki cara yang sama dalam penyampaian yang dapat berupa ide ataupun pengetahuan, hanya saja objek yang dipakai adalah sebuah foto. Disinilah peran fotografer menjadi penting. Bagaimana menuangkan ide ke dalam sebuah foto dan membuatnya dapat berbicara. Oleh sebab itu, kualitas suatu foto dapat dinilai dari isinya⁸.

Dalam bidang fotografi, seorang fotografer yang memiliki cukup pengetahuan dan cukup mengenal aliran atau genre dalam fotografi, pasti akan lebih mudah untuk memahami ketertarikannya dalam bidang fotografi.

Hal ini akan mempermudah fotografer untuk lebih memahami arah dan peluang yang terbuka untuknya dalam mengembangkan karir, hobi atau kemampuannya di bidang fotografi ini.

Banyak pendapat yang berusaha memberikan aspek dalam mempermudah pengategorian fotografi, antara lain pemilahan berdasarkan objek fotonya, misalnya : Manusia bisa foto studio, foto model, foto perkawinan, foto anak dan balita dan lain-lain. Flora dan Fauna bisa foto makro, bisa foto alam, foto bawah laut, foto hewan. Pemandangan bisa foto alam, bisa foto *aerial*. Bangunan bisa foto arsitektural, foto interior. Benda bisa foto makanan, foto *still life* dan lain-lain⁹.

E. Metode Penelitian

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma positivisme yaitu paradigma yang memandang proses komunikasi ditentukan oleh pengirim (*source-oriented*)¹⁰ menurut beberapa pendapat yaitu komunikasi merupakan sebuah proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan upaya

⁸ Andreas Feininger(1906-1999), *A Photographer's Life*. Ostfildern: Hatje Cantz : 2010, hlm. 7

⁹ Agnes Paulina Gunawan “Genre fotografi yang diminati oleh fotografer di Indonesia” Jurnal Visual Communication Design, School of Design, BINUS University, Oktober 2014, hlm. 1238

¹⁰ Dedy N. Hidayat. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*, Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.

pengirim pesan untuk mengubah pengetahuan penerima yang pasif¹¹. Peneliti menggunakan paradigma positivisme karena peneliti akan menganalisis status di akun *facebook* dan berpandangan bahwa status media sosial tersebut merupakan positivis sosial atas sebuah fenomena.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, dipadu dengan analisis kualitatif. Data berupa status di *facebook* akan dianalisis secara kuantitatif, dilanjutkan dengan interpretasi kualitatif. Pendekatan tersebut dirasakan cocok karena peneliti sendiri menganalisis teks-teks di media sosial untuk mendapatkan seberapa banyak data mereka berwisata di Indonesia dan bagaimana pernyataan tentang wisata di Indonesia oleh mahasiswa Thailand.

2. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini berfokus kepada mahasiswa Thailand di Yogyakarta yang berada dalam organisasi SANTAI dan juga mengikuti semua aktivitas yang diadakan oleh organisasi. Peneliti akan teliti secara mendokumentasikan dan menganalisis teks dalam postingan di akun *facebook* mereka tentang bagaimana cara mereka merepresentasikan tempat wisata di Indonesia. Peneliti melakukan penelitian ini selama 1 tahun, postingan atau representasi yang di dokumentasikan mulai dari bulan September 2017 hingga bulan September 2018.

3. Teknik Memilih Subjek dan Batasannya

Respoden yang terpilih adalah mahasiswa thailand yang berkuliah di Yogyakarta yaitu mahasiswa yang ada dilam organisasi SANTAI dan juga menggunakan akun *facebook*.

Penelitian ini memilih nara sumber yang mempunyai *facebook* pribadi untuk menjadi objek penelitian, Nama-nama yang akan disebut mereka adalah mahasiswa dan mahasiswi berasal dari Thailand. Adapun nara sumber yang bersedia menjadi nara sumber yaitu Khalid Waebuesa, Afnan Hasani, Abdulhakeem Hayichema, Najihah Kasiem, Murnee Musigsin.

Khalid Waebuesa adalah salah satu mahasiswa yang mempunyai *facebook* pribadi dan juga sering memberikan informasi yang baru, Khalid merupakan mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2016.

¹¹ Ardianto, Elvinaro dan Q-Anees, Bambang. 2009 *Filsafat Ilmu Komunikasi*” Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Afnan Hasanee adalah mahasiswi Fakultas Agama Islam Jurusan Bahasa dan Sastra Arab Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2014.

Abdulhakeem Hayichema adalah mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Angkatan 2016.

Najihah Kasiem adalah mahasiswi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Ahmad Dahlan Angkatan 2016.

Murnee Musiksin adalah mahasiswi berasal dari Pattani Thailand, Murnee merupakan mahasiswi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta Angkatan 2017.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik yang bertujuan untuk menganalisis proses berlangsungnya suatu fenomena sosial dan menganalisa makna yang ada dibalik informasi, data, dan proses suatu fenomena. Penelitian ini memadukan analisis data kualitatif dan kuantitatif.

Analisis data kualitatif berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik data berwujud pernyataan atau kata-kata. Data ini biasanya didapat dari wawancara dan bersifat subjektif, sebab data tersebut di tafsirkan lain oleh orang yang berbeda. Data ini menunjukkan kualitas atau mutu dari suatu yang ada, berupa keadaan, proses, kejadian dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan. Penentuan kualitas data itu menuntut kemampuan menilai tentang bagaimana mutu adanya sesuatu itu¹².

Tidak hanya itu, penelitian ini diperkuat dengan data statistik yang berpaku pada metode penelitian kuantitatif. Data kuantitatif berbentuk angka atau bilangan. Jenis data ini dapat dilakukan perhitungan-perhitungan atau operasi matematika. Data kuantitatif bisa berubah-ubah sehingga disebut *variabel*, karena nilainya atau besarnya bisa berubah-ubah. Dengan kata lain data kuantitatif merupakan tanda-tanda kebenaran yang dapat ditangkap oleh pancaindra, karena bersumber dari fakta yang bersifat nyata¹³.

Analisis data kuantitatif yang akan digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk

¹² Iskandar Indranata, *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*, UI Jakarta, 2008 hal.143-144

¹³ Iskandar Indranata, *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*, UI Jakarta, 2008 hal.149

menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpul dari penelitiannya supaya bisa memberi kesimpulan yang nyata dan benar kepada umumnya. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau menerangkan saliang hubungan, menguji hipotesis atau melakukan penarikan kesimpulan.

Dari penjelasan diatas peneliti akan menggunakan cara analisis data statistik deskriptif. Peneliti mulai dengan cara mengobservasikan teks tentang wisata alam di Indonesia yang telah direpresentasikan oleh mahasiswa Thailand di media sosial yaitu di akun *Facebook*. Peneliti telah mengobservasikan teks yang tersebut yang ada di akun mereka mengikuti nama-nama sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Teks Setiap Nara Sumber

No	Nama	Jumlah Teks
1	Khalid Waebuesa	Lebih dari 50
2	Afnan Hasanee	Lebih dari 50
3	Abdulhakeem Hayeechema	Kurang lebih 30
4	Najihah Kaseim	Kurang lebih 15
5	Murnee Musiksin	Kurang lebih 20

Dalam tabel yang diatas menunjukkan bahwa postingan mereka dalam satu tahun yang lalu setiap orang lebih dari 10 postingan, berarti disini bisa menjelaskan bahwa mereka sering berwisata dan mengupload gambar mereka di akun *Facebook* untuk menggambarkan tempat-tempat wisata yang mereka kunjungi.

Peneliti melakukan penelitian ini dengan cara menganalisis teks di akun *facebook* yang berdasarkan tanggal status dan foto yang di *upload*. Peneliti memilih 5 orang nara sumber dari organisasi SANTAI untuk melakukan analisis teks. Tahap pertama peneliti *screenshot* gambar yang berada dalam status mengikuti periode waktu penelitian. Selanjutnya tahap yang ke dua yaitu menganalisis teks. Di tahap ini peneliti menganalisis teks berdasarkan beberapa kategori yang telah ditentukan, yaitu jenis konten, jumlah tempat wisata dalam status, nama tempat wisata dalam status, jumlah komentar, kategori tempat wisata, kategori pengalaman wisata, subjek dan objek dalam status, dan juga genre fotografi.