

## OPINI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP VIRALNYA VIDEO LESEHAN MALIOBORO DAN PENGARUHNYA TERHADAP PARIWISATA

*(Opinion of Twitter Social Media Users on The Viral of Lesehan Malioboro Videos  
and Their Effect on Tourism)*

FONDINA GUSRIZA

*Program Studi Pariwisata, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur, Surabaya, Indonesia 60294*

*\*Email: [fondina.g.par@upnjatim.ac.id](mailto:fondina.g.par@upnjatim.ac.id)*

**Diterima 15 Desember 2021 / Disetujui 27 Februari 2022**

### ABSTRACT

*The viral video of the complaint about the price of eating at the lesehan Malioboro made this topic viral on Twitter and included in the top 10 trending topics discussed in Indonesia. This is interesting to study regarding the response of the netizens of the Lesehan Malioboro and the effect on tourism. This study uses a descriptive qualitative method with netnographic interpretation. Researchers limit the search for tweets or tweets with the keyword "lesehan Malioboro" from May 25, 2021 to June 25, 2021. The spread of news related to the lesehan Malioboro made this news more widely discussed and received various responses, both positive and negative responses. The DIY city government of the Malioboro Lesehan Merchants Association apologized for this and followed up by closing the lesehan. Twitter social media users confirmed that eating at the lesehan Malioboro was expensive and suggested that they should avoid eating at the lesehan Malioboro. The association made an agreement regarding the price of the food sold at the lesehan Malioboro. With the standard price that has been agreed upon, tourists do not need to worry about eating at the lesehan Malioboro. Tourists who visit Malioboro do not need to hesitate or be afraid to eat at the lesehan Malioboro.*

*Keywords: opinion; social media twitter; lesehan Malioboro; tourism*

### ABSTRAK

*Viralnya video keluhan harga makan di lesehan Malioboro membuat topik ini viral di Twitter dan masuk 10 trend topik yang diperbincangkan di Indonesia. Hal ini menarik untuk diteliti terkait respon warganet lesehan Malioboro dan pengaruhnya terhadap pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan interpretasi netnografi. Peneliti membatasi pencarian tweet atau cuitan dengan keyword "lesehan Malioboro" dari tanggal 25 Mei 2021 sampai tanggal 25 Juni 2021. Menyebarnya berita terkait lesehan Malioboro membuat berita ini semakin ramai diperbincangkan dan mendapatkan berbagai respon baik itu respon positif maupun respon negative. Pemerintah kota DIY Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro meminta maaf terkait hal ini dan menindaklanjuti dengan menutup lesehan tersebut. Pengguna media sosial Twitter membenarkan bahwasanya makan di lesehan Malioboro mahal dan menyarankan untuk menghindari makan di lesehan Malioboro. Paguyuban membuat kesepakatan terkait harga makanan yang di jual di lesehan Malioboro. Dengan standar harga yang sudah disepakati, maka wisatawan tidak perlu khawatir untuk makan di lesehan Malioboro. Wisatawan yang berkunjung ke Malioboro tidak perlu ragu atau takut untuk makan di lesehan Malioboro.*

*Kata kunci: opini; media sosial twitter; lesehan Malioboro; pariwisata.*

### PENDAHULUAN

Malioboro merupakan nama salah satu jalan yang berada di pusat Kota Yogyakarta. Jalan ini membentang sepanjang 2,5 km dari titik utara di Tugu Yogyakarta hingga titik selatan di Kantor Pos Yogyakarta atau Kawasan Titik Nol KM. Jalan ini merupakan poros Garis Imajiner Kraton Yogyakarta yang menghubungkan Pantai Parangtritis, Keraton Yogyakarta dan Gunung Merapi.

Malioboro adalah ikon wisata Yogyakarta. Kawasan ini merupakan magnet dan tujuan utama wisatawan saat berlibur ke Yogyakarta. Kawasan ini tidak pernah sepi pengunjung. Jumlah kunjungan per hari mencapai 2.000 hingga 3.000 orang pada hari kerja. Jumlah ini akan jauh meningkat hingga 4.000–5.000 wisatawan per hari pada akhir pekan dan libur panjang (Merdeka.com, 2021; Edi, 2021). Jumlah rata-rata kunjungan ini adalah jumlah rata-rata kunjungan sebelum pandemi.

Kawasan ini berdekatan dengan beberapa destinasi wisata seperti Tugu Yogyakarta, Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, Taman Sari, Pasar Beringharjo, Benteng Vredenburg dan Monumen Serangan Oemoem 1 Maret dan kawasan wisata lainnya. Wisatawan bisa menikmati jalan Malioboro dengan berjalan kaki, menggunakan becak tradisional, hingga delman.

Sepanjang jalan Malioboro dipenuhi pusat perbelanjaan yang menawarkan, oleh-oleh khas Yogyakarta, aneka kuliner, serta pasar tradisional. Menawarkan aneka cinderamata dan kuliner dari pagi hingga malam hari. Cinderamata yang ditawarkan berupa baju kaos dengan berbagai tulisan, mulai dari I Love Jogja, Malioboro dan lainnya; pakaian batik dari daster hingga baju formal; kerajinan tangan; blangkon; serta barang lain yang menjadi ciri khas Yogyakarta. Di Sepanjang jalan Malioboro, wisatawan juga bisa mencicipi kuliner khas Yogyakarta, mulai dari kopi arang atau juga dikenal dengan kopi jos, angkringan, wedang ronde dan warung lesehan yang menawarkan makanan mulai dari gudeg, pecel ayam, pecel lele dan aneka makanan lainnya.

Pada hari Rabu tanggal 26 Mei 2021 salah seorang wisatawan perempuan menceritakan keluhan saat makan di Lesehan Malioboro melalui video yang diunggah melalui aplikasi media sosial tik tok. Keluhan tersebut viral di sejumlah media sosial, diantaranya Twitter, Tik Tok, Instagram serta media sosial lainnya. Akun @centul.22 melalui media sosial Instagram mengunggah video tersebut dan telah ditonton sebanyak 7.714 orang dengan komentar sebanyak 213 komentar dari warganet (Travel.Tempo.co, 2021; Wicaksono, 2021).

Perempuan dalam video tersebut mengeluhkan harga makanan di warung lesehan Malioboro. Harga yang dibayar terlalu mahal dan tidak wajar untuk satu porsi pecel lele. Harga satu porsi pecel lele goreng Rp. 20.000 dan satu porsi nasi putih Rp. 7.000. Saat pesanan datang, yang tersaji hanya lele goreng dan nasi putih tanpa lalapan. Kemudian Ia memesan lalapan dan mengeluhkan harga satu porsi lalapan Rp. 10.000. "Pecel lele Rp20.000. Nasi putih Rp7.000. Ternyata saat pesanan datang tidak ada lalapan. Ternyata saat pesan lalapannya itu tambah Rp10.000. Kenapa kapitalis banget," keluh perempuan dalam video itu (Regional.kompas.com, 2021; Pangaribowo, 2021).

Twitter adalah salah satu media sosial yang sering digunakan di Indonesia. Indonesia adalah negara kelima terbesar dalam penggunaan platform media sosial Twitter. Media sosial ini populer berdasarkan historis serta sosiologis yang bermanfaat terhadap aktivitas dan interaksi sosial (Hughes et al., 2012). Selama pandemi trend penggunaan Twitter kembali diminati dan menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia (Napitupulu et al., 2020). Banyak orang Indonesia menggunakan twitter dan mengunggah cuitan lebih sering dibandingkan sebelum pandemi. Kenaikan volume tweet meningkat sangat signifikan dan rata-rata pengguna harian melonjak 34% pada pertengahan tahun 2020 (Inet.detik.com, 2020; Putri, 2020).

Peningkatan penggunaan Twitter selama pademi makin aktif untuk sarana diskusi, tempat curhat, berbagi informasi, dan aktif berpendapat terhadap topik-topik yang sedang hangat diperbincangkan. Warganet juga mendapatkan informasi, pengetahuan, pembaharuan informasi, media menyebarkan pendapat, saran, kritik dan bahkan sindiran (Alkatiri et al., 2020). Twitter menjadi platform mikroblog yang ikut memfasilitasi peningkatan interaksi melalui sebaran informasi (Fischer & Reuber, 2011).

Viralnya video keluhan harga makan di lesehan Malioboro membuat banyak cuitan terkait lesehan Malioboro. Berbagai argumentasi dilontarkan warganet. Berbagai cuitan pro dan kontra bertebaran, membuat topik ini viral di Twitter dan masuk 10 trend topik yang diperbincangkan di Indonesia.

Media sosial memiliki peranan sebagai penyebaran informasi kepada masyarakat luas. Selain itu, media sosial juga berpengaruh dalam pembentukan opini terhadap sebuah topik yang sedang hangat diperbincangkan. Masyarakat akan lebih merasa nyaman untuk memahami dan mengekspresikan kekhawatiran serta pertanyaan umum terhadap isu-isu atau situasi yang terbentuk dari kolektivitas opini yang bermunculan melalui jejaring media sosial (Shorey et al., 2020).

Kecepatan dan ketepatan waktu dalam proses penyebaran opini melalui media sosial, memberikan keefektifan dalam pembentukan opini publik. Dengan mengacu pada perasaan kolektif suatu komunitas terhadap sebuah masalah atau isu tertentu yang dihadapi, maka penyebaran serta reaksi yang luas terhadap sebuah informasi dapat menyebabkan rangkaian tindakan dan respon yang tidak tepat, bahkan dapat menimbulkan sebuah tekanan yang terbentuk akibat opini publik terhadap pemerintahan, serta kehidupan bersosial (Syarifuddin, 2020).

Topik lesehan Malioboro yang ramai diperbincangkan di media sosial twitter hingga masuk dalam 10 trending topik Indonesia menarik untuk diteliti. Bagaimana respon warganet terhadap vidio viral mengenai harga makanan pecel lele di lesehan Malioboro? Apakah topik ini berpengaruh terhadap industri pariwisata di Malioboro?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan interpretasi netnografi. Netnografi juga dikenal sebagai salah satu bentuk penelitian etnografi yang mengkaji pemahaman seputar kehidupan sosial di dunia maya, termasuk media sosial. Menggunakan informasi yang tersedia secara publik yang didasarkan pada pengamatan tekstual. Netnografi merupakan metode yang digunakan dalam mempelajari ruang *cybernetics* atau yang dikenal dengan dunia maya, yang baru-baru ini menjadi suatu metode khusus yang dirancang dalam mempelajari budaya komunitas daring (Ahuja & Shakeel, 2017).

Subjek penelitian adalah semua pengguna media sosial Twitter. Pengumpulan data melalui media sosial Twitter dengan kata kunci Lesehan Malioboro. Data tersebut dikumpulkan menggunakan perangkat lunak Ncapture yang merupakan sebuah alat tambahan (*add-on*) yang disematkan pada mesin pencarian Google Chrome. Data yang diambil adalah cuitan langsung atau "tweet" dari tanggal 25 Mei 2021 sampai tanggal 25 Juni 2021.

Penelitian ini mengkategorisasikan tweet/cuitan dari media sosial Twitter berdasarkan dari kecenderungan tweet. Berdasarkan kategori tersebut akan terbentuk opini dari pengguna media sosial Twitter terhadap viralnya video lesehan Malioboro dan pengaruhnya terhadap pariwisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Postingan di sosial media selalu menimbulkan respon dari pengguna media sosial lainnya. Respon tersebut terdiri dari respon positif dan negative. Respon merupakan perilaku sosial yang merupakan respon spontan ketika berinteraksi. Setiap postingan di media sosial Twitter akan mendapatkan respon yang beragam apalagi tweet atau cuitan tersebut masuk dalam kategori viral. Sebuah tweet yang masuk kategori viral merupakan suatu topik yang sedang ramai diperbincangkan oleh banyak pengguna sosial media Twitter. Tweet atau cuitan adalah sebuah pesan pendek yang memiliki batasan berdasarkan karakter yaitu sejumlah 140 karakter yang disediakan oleh Twitter sebagai media berkomunikasi secara online.

Ramainya perbincangan terkait lesehan Malioboro yang viral pada 26 Mei 2021, terkait keluhan saat makan di Lesehan Malioboro yang mahal atau dikenal dengan “nuthuk” mendapat banyak respon dari pengguna sosial media Twitter. Peneliti membatasi pencarian tweet atau cuitan dengan *keyword* “lesehan Malioboro” sebagai perwakilan dari ini. Periode postingan yang diambil untuk penelitian ini adalah cuitan langsung atau “tweet” dari tanggal 25 Mei 2021 sampai tanggal 25 Juni 2021. Berdasarkan hasil berikut respon pengguna media sosial Twitter dalam merespons viralnya video lesehan Malioboro.



Gambar 1 Postingan Kumparan terkait keluhan makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Berita terkait lesehan Malioboro yang viral mulai ramai diberitakan oleh akun-akun media nasional salah satunya akan media Kumparan. Menyebarnya berita terkait lesehan Malioboro yang juga diposting oleh akun-akun media nasional membuat berita ini semakin ramai diperbincangkan dan mendapatkan berbagai respon baik itu respon positif maupun respon negative.



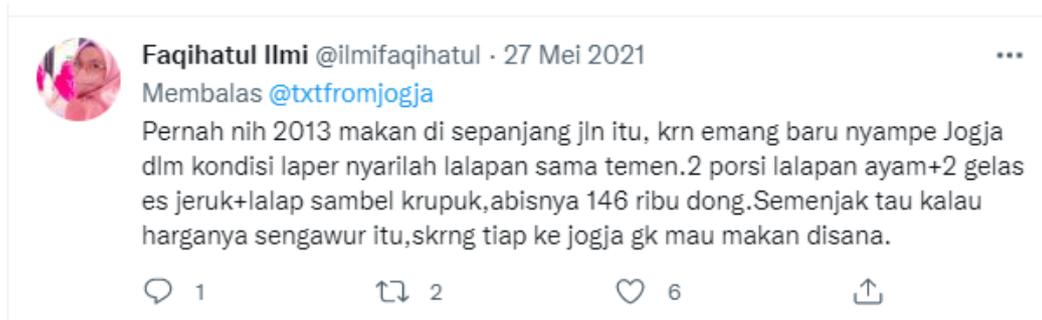
Gambar 2 Postingan Harian Jogja terkait ancam tutup lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Pemerintah Kota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga memberikan respon terkait viralnya video lesehan Malioboro. Pemerintah kota mengancam akan menutup lesehan yang Kawasan Malioboro yang “nuthuk” harga atau memberikan harga yang diatas harga wajar kepada wisatawan. Tentu hal ini sebagai antisipasi bagi pemerintah agar tidak terjadi lagi kejadian seperti ini. Hal ini pun secara tidak langsung memberikan kesan negatif terkait kawasan Malioboro yang menjadi icon wisata Yogyakarta.

Pengguna media sosial Twitter memiliki respon yang beragam terkait hal ini. Kebanyakan respon dari pengguna media sosial Twitter adalah respon yang membenarkan bahwasanya makan di lesehan Malioboro sering mendapatkan harga yang kurang wajar atau mahal.

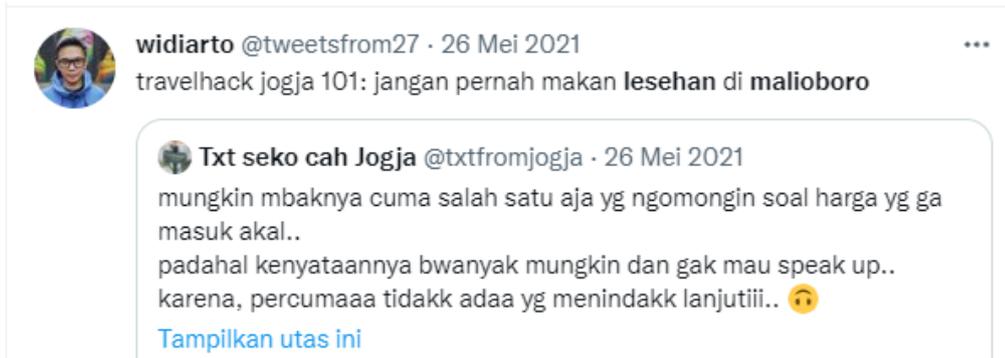


Gambar 3. Postingan Netizen terkait keluhan makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter



Gambar 4. Postingan Netizen terkait keluhan makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Beberapa keluhan dari pengguna media sosial Twitter terkait mahalnya harga makan di lesehan Malioboro. Harga tersebut sudah masuk kategori harga yang mahal untuk satu kali makan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini pun membuat para pengguna lain memberikan respon untuk menghindari makan di lesehan Malioboro.

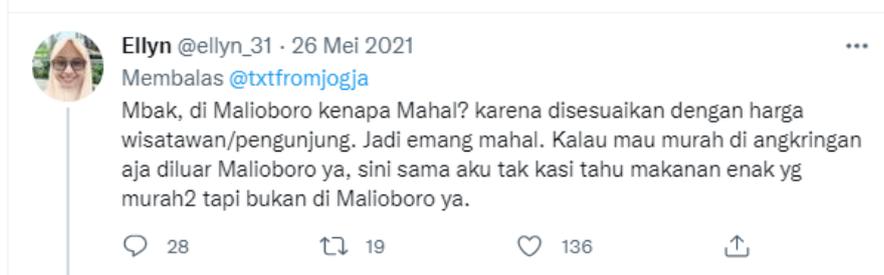


Gambar 5. Tanggapan Netizen makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter



Gambar 6. Postingan Netizen terkait makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Berdasarkan postingan dari pengguna media sosial Twitter yang menyarankan untuk menghindari makan di lesehan Malioboro, beberapa postingan pengguna sosial Twitter lain tidak mempermasalahkan jika harga makanan di destinasi wisata lebih mahal. Karena sesuai dengan lokasi wisata yang menyesuaikan wisatawan atau pengunjung.



Gambar 7. Postingan Netizen terkait keluhan makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter



Gambar 8. Postingan Netizen terkait makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Terlepas dari viralnya lesehan Malioboro, sangat wajar jika makan di destinasi wisata harga makanan sedikit lebih mahal dari harga makanan yang bukan di lokasi wisata. Hal itu terjadi karena biaya sewa yang cukup tinggi di daerah-daerah wisata dan di lokasi strategis. Terlepas dari hal ini, perbedaan harga makanan di lokasi wisata dan bukan lokasi wisata seharusnya tidak jauh berbeda. Jika perbedaannya terlalu signifikan akan berdampak pada ketidaknyamanan wisatawan dalam berwisata.

Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro meminta maaf terkait viralnya video lesehan Malioboro.



Gambar 9. Postingan Netizen terkait permohonan maaf pedagang lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Permintaan maaf ini juga diikuti dengan klasifikasi dari Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro terkait harga pecel lele maupun harga makanan di lesehan Malioboro.



Gambar 10. Postingan Netizen terkait klarifikasi lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

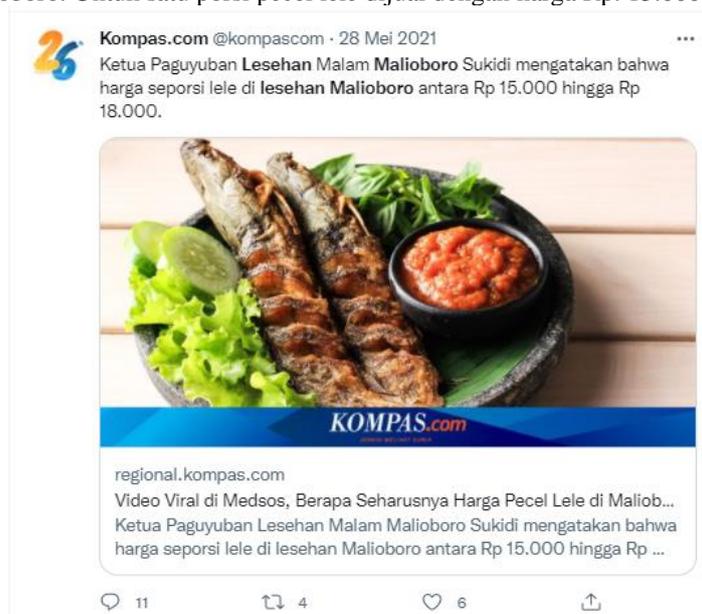
Selain itu, Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro juga menindaklanjuti pedagang yang “nuthuk” harga yang membuat lesehan Malioboro ramai diperbincangkan.





Gambar 11. Postingan Radio Elshinta terkait penutupan lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro mengantisipasi hal yang demikian terjadi lagi dan tentunya memberikan sanksi dengan menutup warung yang “nuthuk” atau menjual dengan harga yang mahal. Hal ini sekaligus mengantisipasi agar tidak ada pedagang lain yang membuat hal yang sama. Agar semua wisatawan yang berkunjung ke Malioboro tidak perlu ragu atau takut untuk makan di lesehan Malioboro. Paguyuban membuat kesepakatan terkait harga makanan yang di jual di lesehan Malioboro. Untuk satu porsi pecel lele dijual dengan harga Rp. 15.000 hingga Rp. 18.000.



Gambar 12. Postingan Kompas.com harga makan di lesehan Malioboro  
Sumber: Twitter

Dengan standar harga yang sudah disepakati, maka wisatawan tidak perlu khawatir untuk makan di lesehan Malioboro dan tidak terjadi lagi hal-hal yang tidak diinginkan seperti viralnya video keluhan terkait harga yang mahal untuk satu porsi harga pecel lele di lesehan Malioboro

## SIMPULAN

Viralnya video keluhan harga makan di lesehan Malioboro membuat banyak cuitan terkait lesehan Malioboro. Berbagai argumentasi dilontarkan warganet. Berbagai cuitan pro dan kontra bertebaran, membuat topik ini viral di Twitter dan masuk 10 trend topik yang diperbincangkan di Indonesia. Postingan di sosial media selalu menimbulkan respon dari pengguna media sosial lainnya. Respon tersebut terdiri dari respon positif dan negative. Menyebarnya berita

terkait lesehan Malioboro yang juga diposting oleh akun-akun media nasional seperti kumparan, detik.com, dan Kompas membuat berita ini semakin ramai diperbincangkan. Pemerintah Kota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) juga memberikan respon terkait viralnya video lesehan Malioboro. Pemerintah kota mengancam akan menutup lesehan yang Kawasan Malioboro yang “nuthuk” harga atau memberikan harga yang diatas harga wajar kepada wisatawan. Respon dari pengguna media sosial Twitter adalah respon yang membenarkan bahwasanya makan di lesehan Malioboro sering mendapatkan harga yang kurang wajar atau mahal. Berdasarkan postingan dari pengguna media sosial Twitter yang menyarankan untuk menghindari makan di lesehan Malioboro.

Wisatawan tidak mempermasalahkan jika harga makanan di destinasi wisata memiliki harga yang berbeda dari lokasi makanan yang bukan di destinasi wisata. Jika perbedaannya terlalu signifikan akan berdampak pada ketidaknyamanan wisatawan dalam berwisata. Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro meminta maaf terkait viralnya video lesehan Malioboro. Selain itu, Paguyuban Pedagang Lesehan Malioboro juga menindaklanjuti pedagang yang “nuthuk” harga yang membuat lesehan Malioboro ramai diperbincangkan. Hal ini sekaligus mengantisipasi agar tidak ada pedagang lain yang membuat hal yang sama. Agar semua wisatawan yang berkunjung ke Malioboro tidak perlu ragu atau takut untuk makan di lesehan Malioboro. Paguyuban membuat kesepakatan terkait harga makanan yang di jual di lesehan Malioboro. Dengan standar harga yang sudah disepakati, maka wisatawan tidak perlu khawatir untuk makan di lesehan Malioboro dan tidak terjadi lagi hal-hal yang tidak diinginkan seperti viralnya video keluhan terkait harga yang mahal untuk satu porsi harga pecel lele di lesehan Malioboro.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahuja, V., & Shakeel, M. 2017. Twitter Presence of Jet Airways-Deriving Customer Insights Using Netnography and Wordclouds. *Procedia Computer Science*, 122, 17–24. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.336>
- Alkatiri, A. B. M., Nadiyah, & Nasution, A. N. S. 2020. Opini Publik Terhadap Penerapan New Normal Di Media Sosial Twitter. *CoverAge*, 11(1)
- Fischer, E., & Reuber, A. R. 2011. Social interaction via new social media:(How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior?. *Journal of business venturing*, 26(1), 1-18.
- Hughes, A. L., & Palen, L. 2012. The evolving role of the public information officer: An examination of social media in emergency management. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, 9(1). Retrieved from <http://www.degruyter.com/view/j/jhsem.2012.9.issue-1/1547-7355.1976/1547-7355.1976.xml>.
- Napitupulu, A., Embi, M. A., & Briando, B. 2020. Public Sentiment Analysis on the Existence of Foreign Worker During the Covid 19 Pandemic.
- Shorey, S., Ang, E., Yamina, A., & Tam, C. 2020. Perceptions of public on the COVID-19 outbreak in Singapore: a qualitative content analysis. *Journal of Public Health (Oxford, England)*, 42(4), 665–671.
- Syarifuddin, K. T. 2020. Sarkasme pada masyarakat Indonesia selama pandemi covid-19 dalam media sosial twitter. *Prosiding Seminar Bahasa Dan Sastra Indonesia (SENASBASA)*, 4, 66–79.
- <https://www.merdeka.com/peristiwa/kunjungan-wisatawan-ke-Malioboro-menurun-drastis-selama-libur-lebaran.html>
- <https://travel.tempo.co/read/1466438/video-viral-nuthuk-pecel-lele-tak-redupkan-pamor-wisata-Malioboro-yogyakarta/full&view=ok>
- <https://regional.kompas.com/read/2021/05/26/192042978/viral-video-wisatawan-bayar-mahal-untuk-seporsi-pecel-lele-di-Malioboro-ini>
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5132641/pengguna-twitter-indonesia-makin-rajin-cuap-cuap-di-tengah-pandemi>.