

The Influence Of The Use Social Media Instagram @Explorebangka On The Fulfillment Of Tourism Information Needs

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka

Aryani Septiana^{1*}, Ratih Hasanah Sudradjat²

Universitas Telkom^{1,2}

aryaniseptiana1709@gmail.com¹ ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The use of social media, especially social media Instagram in the development of advanced technology today is very helpful and makes life easier in various fields, especially in the field of tourism. The use of social media is used as a forum for disseminating and sharing information to meet information needs. Bangka Island is an island surrounded by tourist attractions and beautiful beaches but there is not much information about these tourist destinations. This study was conducted to determine the effect of the use of social media Instagram @explorebangka on the fulfillment of tourist information needs on Bangka Island. Researchers used quantitative research methods by distributing questionnaires via Direct Message (DM) and Instagram Insta Story. The population of this study are followers of the Instagram account @explorebangka. Data analysis techniques in this study include descriptive analysis, normality test, heteroscedasticity test, simple regression test, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis test T. The results of the study based on the tests previously mentioned give the results that the variable X, namely the use of social media, has a positive significance for the Y variable, namely the need for information, the variable using social media has an influence of 85.9% on the fulfillment of tourist information needs on the island of Bangka while the remaining is equal to 14.1% is a factor that is not examined by researchers in this study.

Keywords: Instagram, Use of Social Media, Information Needs

ABSTRAK

Penggunaan media sosial khususnya media sosial instagram pada perkembangan teknologi yang sudah maju saat ini sangat membantu dan mempermudah kehidupan di berbagai bidang khususnya bidang pariwisata. Penggunaan media sosial tersebut digunakan sebagai wadah menyebarkan dan membagikan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Pulau Bangka merupakan pulau yang dikelilingi oleh tempat wisata dan pantai-pantai yang indah tetapi belum banyaknya informasi mengenai destinasi wisata tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui Direct Message (DM) dan Insta Story Instagram. Populasi dari penelitian ini adalah pengikut dari akun instagram @explorebangka. Teknik analisis data pada penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji regresi sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis T. Hasil penelitian berdasarkan pengujian yang telah disebutkan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel X yaitu penggunaan media sosial diperoleh hasil signifikansi positif terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi, variabel penggunaan media sosial memberikan pengaruh sebesar 85,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka sedangkan sisanya sebesar 14,1% merupakan factor yang tidak diteliti oleh peneliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Instagram, Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Wisata

1. Pendahuluan

Di period 4.0 sekarang ini, sosial media instagram bukan hanya menjadi media sebagai tempat memasarkan produk atau menjual produk dan jasa tetapi juga untuk menyebarkan

informasi. Salah satu informasi yang bisa disebarluaskan melalui media sosial Instagram adalah informasi mengenai destinasi wisata. Dengan di dukunginya fitur-fitur lengkap dari Instagram seperti fitur upload foto dan video, fitur IG Reels, fitur IG Story dan juga IGTV membuat media sosial ini semakin nyaman digunakan. Penyebaran informasi mengenai destinasi wisata juga dapat dikemas dengan lebih baik karena bisa menambahkan keterangan *caption* sebagai pelengkap informasinya. Menurut Pittman, informasi dan pesan yang dikemas dalam bentuk gambar akan memiliki pengaruh yang lebih berdampak kepada pengguna sebagai pembaca dibandingkan melalui informasi berbentuk tulisan (Pittman & Reich dalam Qonaati, 2021, 2021)

Dengan begitu, di Era digital sekarang ini masyarakat sudah mulai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk mencari dan membagikan informasi mengenai destinasi wisata. Informasi Wisata merupakan salah satu informasi yang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia. Informasi yang disebarluaskan bisa menjadi referensi bagi masyarakat di Indonesia maupun masyarakat setempat yang sedang mencari kebutuhan informasi mengenai destinasi wisata. Informasi yang disebarluaskan juga memuat tentang dimana lokasi tersebut berada dengan disertai video singkat mengenai tempat wisata yang di promosikan.

Akun Instagram @explorebangka merupakan akun yang memberikan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Pulau Bangka sejak tahun 2014. Jumlah pengikut dalam akun tersebut sebanyak 43,6rb pengikut dengan 589 postingan serta 20 orang yang diikuti. Jumlah pengikut dari akun tersebut dapat membantu menambah rasa percaya bagi masyarakat yang melihat akun tersebut maupun masyarakat yang menjadi pengikut dari akun Instagram tersebut. Ada 2 akun yang juga membagikan informasi mengenai destinasi wisata di Pulau Bangka yaitu akun Instagram @thesunofbangka dan juga akun Instagram @infobangka, akan tetapi kedua akun tersebut sudah di aktifkan dan beroperasi lagi sehingga kebutuhan informasi mengenai destinasi wisata di Pulau Bangka hanya dibagikan oleh akun Instagram @explorebangka.

2. Tinjauan Pustaka

Uses And Gratification Theory

Teori *uses and gratification* pertama kali dikemukakan pada tahun 1974 oleh Elihu Katz, Jay Blumer dan Michael Gurevitch dengan beralasan penggunaan dan pemenuhan kepuasan. Teori ini beranggapan bahwa khalayak mengetahui dan bertanggung jawab atas pilihan mereka terhadap media terkait dengan pemenuhan kebutuhan mereka. Selaras dengan hal tersebut, Menurut Nurudin dikutip dari (Helen & Rusdi, 2019), teori *uses and gratification* menjelaskan tentang kegunaan media sebagai pemenuhan kebutuhan. Media disini berfungsi sebagai indikator dari alat pemenuhan kebutuhan. Dengan begitu, menurut West dan Turner *uses and gratification* memiliki lima asumsi dasar untuk mengembangkan teorinya (dalam Priana et al., 2022), kelima asumsi dasar tersebut, sebagai berikut :

1. Khalayak aktif, dan pemakaian media terfokuskan ke tujuan.
2. Khalayak dengan sigap memberikan tindakan dengan makna yang sama untuk menghubungkan tercapainya kepuasan kebutuhan dengan media.
3. Media sebagai alat kebutuhan saling beradu dengan sumber kepuasan lain yang lain.
4. Khalayak mengerti mengenai penggunaan media sehingga dapat menyajikan penggunaan media yang tepat.
5. Pemberian nilai pada isi media hanya bisa dilakukan oleh khalayak.

Berdasarkan asumsi dasar pada pembahasan diatas, Effendy (dalam Khansa & Putri, 2021) juga mengatakan ada beberapa tujuan khalayak dalam memenuhi kebutuhan, sebagai berikut :

1. Kebutuhan kognitif, kebutuhan ini berguna untuk memenuhi kebutuhan akan rasa

keingintahuan dari khalayak bersumber dari wawasan atau informasi.

2. Kebutuhan afektif, kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang memiliki keterkaitan dengan kesenangan maupun emosional yang bersumber dari pengalaman khalayak.
3. Kebutuhan integrasi pribadi, kebutuhan ini berfungsi untuk memenuhi kebutuhan akan rasa percaya dan keadaan stabil untuk mendorong perasaan pribadi khalayak.
4. Kebutuhan integrasi sosial, kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang berkaitan dengan kehidupan sosial.
5. Kebutuhan pelarian, kebutuhan ini berguna bagi khalayak sebagai sarana mencari hiburan untuk membantu dalam mengurangi beban pikiran, perasaan stres ataupun perasaan yang mengganggu.

Penggunaan Media Sosial

Menurut Meike dan Young media sosial merupakan suatu alat penyampaian dalam komunikasi yang menggunakan media publik sebagai sarana untuk saling berbagi informasi antara individu dengan individu lainnya tanpa ada keharusan tertentu (Nasrullah dalam Rossza, 2020). Hal ini membuat media sosial menjadi marak digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, salah satu dari kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan pemenuhan informasi. Menurut Chris Heuer (Solis dalam Anugera & Putra, 2021:8), terdapat komponen yang disebut dengan 4C dalam penggunaan media sosial sebagai berikut :

1. *Context (how we frame our stories)* yaitu sebuah cara penyampaian dari informasi yang ingin diberikan si pembuat informasi kepada masyarakat umum.
2. *Communication (the practise of sharing our sharing story as well as listening, responding and growing)* yaitu hal mendasar dari suatu interaksi komunikasi ialah bagaimana kita bisa menyebarkan informasi atau pesan kepada publik dengan baik serta merespon dan mendengarkan informasi yang diberikan ke masyarakat umum.
3. *Collaboration (working together to make things better and more efficient and effective)* yaitu kerjasama yang dilakukan antara pengirim pesan kepada si penerima pesan dengan tujuan pesan yang disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.
4. *Connection (the relationships we forge and maintain)* yaitu adanya sebuah alur koneksi dalam bentuk interaksi yang terjalin ketika proses dalam menerima dan memberikan pesan.

Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang digunakan sebagai media untuk mengambil, mengunggah serta membagikan sebuah gambar atau video kepada publik (Atmoko dalam Rizky & Soedarsono, 2021). Menurut Atmoko (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021) Instagram merupakan media sosial yang berguna untuk menampilkan atau membagikan gambar, foto dan video dengan disertai caption.

1. Gambar, menurut Delun (Sutrisno & Mayangsari, 2021) gambar ialah suatu karya yang berasal dari pembuatan manual dengan cara dilukis atau dibuat melalui media digital dengan bentuk akhir menjadi sebuah foto
2. Foto, menurut Delun (Sutrisno & Mayangsari, 2021) foto adalah sebuah hasil dari jepretan kamera digital maupun kamera handphone dengan objek orang, benda, pemandangan atau apapun yang telah diabadikan menggunakan kamera.
3. Video, menurut Arsyad (Sutrisno & Mayangsari, 2021) video adalah sebuah bentuk rekaman yang terdiri dari sumber asli melalui perekaman ataupun melalui kumpulan foto.
4. Caption, menurut Hasanah (Sutrisno & Mayangsari, 2021) adalah sebuah kalimat yang berisi makna dari unggahan foto, gambar ataupun video yang diunggah pada media sosial instagram.

Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi diperlukan dan berguna bagi pengguna untuk menambah wawasan, mencari kesenangan, meringankan rasa cemas serta meningkatkan rasa ingin tahu (Benedict & Ariesta 2020). Menurut Syaffril (Djafar & Putri, 2020) terdapat beberapa pendekatan untuk mengetahui kebutuhan informasi sebagai berikut :

1. *Current need approach*, merupakan pendekatan dimana kebutuhan khalayak sebagai pengguna bersifat kebaruan. Artinya, khalayak menjadikan informasi untuk menambahserta memperluas wawasan.
2. *Everyday need approach*, merupakan pendekatan kebutuhan kepada khalayak sebagai pengguna bersifat cepat dan khusus. Artinya, khalayak membutuhkan sebuah informasi yang rutin, cepat dan sigap.
3. *Exhaustic need approach*, merupakan pendekatan kepada khalayak sebagai pengguna terhadap kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Artinya, khalayak bergantung kepada informasi yang dibutuhkan.
4. *Catching-up need approach*, merupakan pendekatan kepada khalayak sebagai pengguna mengenai perkembangan informasi terbaru sesuai dengan kebutuhan khalayak. Informasi bersifat ringkas tetapi efektif.

Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu rangkaian kegiatan atau aktivitas dalam sebuah perjalanan yang bisa dilakukan oleh individu maupun kelompok ke suatu tempat tujuan untuk mencari hiburan, kebahagiaan, serta sebagai tempat pelarian untuk menenangkan diri. Pariwisata didukung dengan adanya fasilitas layanan yang disediakan oleh pariwisata setempat yang dikelola masyarakat maupun pemerintah daerah (Muchlisin Riadi, 2019)

Menurut (Undang-Undang (UU) No. 10 Tahun 2009 Kepariwisataaan) menyebutkan bahwa pariwisata merupakan bermacam-macam kegiatan wisata yang dikelola oleh masyarakat ataupun pemerintah setempat dengan didukung oleh fasilitas yang memadai serta mendukung layanan kebutuhan bagi wisatawan (Agianto et al., 2020).

3. Metode Penelitian

Peneliti memilih menggunakan metode kuantitatif pada penelitian ini dikarenakan untuk menghitung pengaruh peneliti memerlukan sebuah validasi data dalam bentuk angka untuk mengetahui apakah semua pencapaian indikator sudah sesuai atau tidak dengan hipotesis . Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai sebuah metode penelitian yang menggunakan suatu instrumen yang digunakan untuk meneliti penelitian pada suatu populasi atau sampel (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode eksperimen dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang akan disebarakan melalui media sosial kepada responden. Responden pada peneliti ini ialah pengguna media social instagram selaku pengikut dari akun instagram @explorebangka. Pemilihan metode tersebut untuk membantu peneliti agar memperoleh sebuah data yang tervalidasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar penggunaan media social instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka. Berdasarkan perolehan jawaban dari responden akan peneliti dapatkan hasil apakah kebutuhan informasi dari pengikut akun instagram @explorebangka terpenuhi dan peneliti juga dapat mengetahui besaran pengaruh dari penggunaan media social instagram @explorebagka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mencari tau seberapa besar pengaruh penggunaan media social Instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka. Responden dari penelitian ini juga merupakan pengikut dari akun instagram, @explorebangka. Hasil yang diperoleh dari pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh antara penggunaan media social Instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka dengan penjelasan seperti berikut:

Uji Regresi Sederhana

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,606	,888		,683	,495
	Penggunaan Media Sosial	1,005	,020	,927	49,307	,000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

sumber: Spss olahan Peneliti, 2022

Sesuai tabel diatas, diketahui hasil regresi sederhana berupa

$$Y = 0,606 + 1,005X$$

Dari hasil pengolahan data dapat diperoleh hasil nilai konstanta a mengartikan bahwa ketika penggunaan media social (X) bernilai nol atau (0) atau kebutuhan informasi (Y) tidak dipengaruhi oleh penggunaan media social, maka rata-rata kebutuhan informasi akan tetap memiliki nilai sebesar 0,606 sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variable penggunaan media social (X) meningkat sebesar satu-satuan, maka kebutuhan informasi akan meningkat sebesar 1,005. Selain itu, melalui pemaparan yang dijelaskan peneliti diatas, terlihat bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif terhadap kebutuhan informasi, yang artinya semakin kuat penggunaan media social Instagram @explorebangka maka semakin meningkat kebutuhan informasi followers mengenai informasi wisata di pulau bangka

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations

		Penggunaan Media Sosial	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	1	,927**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	400	400
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

sumber: Spss olahan peneliti, 2022

Pada tabel 2 diatas, didapatkan hasil koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,927, hasil korelasi sebesar 0,927 berada pada interval 0,80 – 1,000 pada tingkat hubungan yang sangat kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara penggunaan media social dengan pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka pada platform Instagram @explorebangka. hubungan sangat kuat tersebut

diketahui peneliti melalui tabel korelasi yang bersumber pada buku metode penelitian kuantitatif (sugiyono, 2019:248). Tabel korelasi dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Interpretasi terhadap Nilai Koefisien korelasi

No	Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono 2019:248

Melalui tabel diatas dapat kita ketahui kategori penilain yang memaparkan mengenai seberapa kuat hubungan variabel X media sosial terhadap variabel Y kebutuhan informasi wisata. Penggunaan media social instgram @explorebangka terbukti mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,927 ^a	,859	,859	2,30234	2,094

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial

b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Sumber: spss olahan peneliti

Berdasarkan tabel 4 dan perhitungan yang peneliti lakukan diatas, menggambarkan bahwa penggunaan media social Instagram @explorebangka memberikan nilai kontribusi sebesar 85,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka. Sedangkan sisanya sebesar 14,1% ($100\% - 85,9\% = 14,1\%$) merupakan kontribusi pengaruh dari variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Deskriptif Variabel X (Penggunaan media social) dan Variabel Y (kebutuhan Informasi)

Dalam penelitian ini variabel penggunaan media sosial dan variabel kebutuhan informasi sama sama memiliki total pernyataan sebanyak 12 pernyataan dari satu variabel. Penggunaan media social dan kebutuhan informasi sama-sama berada di posisi sangat tinggi dengan jumlah skor penggunaan media social sebesar 17274 dan kebutuhan informasi dengan jumlah skor sebesar 17141, berdasarkan jumlah skor tersebut dapat diketahui nilai presentase sebesar 89,97% untuk variabel penggunaan media social dan 89,28% untuk variabel kebutuhan informasi.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Intagram @explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Di Pulau Bangka

Pada penelitian ini ditetapkan bahwa adanya pengaruh penggunaan media social instgram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya hasil pembahasan yang telah dipaparkan pada pembahasan diatas, diketahui juga melalui uji hipotesis T didapatkan nilai Thitung lebih besar dibandingkan dengan nilai Rtabel ($49307 > 1.6487$) sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapatnya pengaruh).

5. Penutup

Berdasarkan hasil serta pengolahan data yang telah dilakukan peneliti pada penelitian ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat adanya pengaruh penggunaan media social instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka dengan verifikasi pembuktian pada uji hipotesis melalui uji T melalui software IBM SPSS Statistic 27 dengan didapatkannya hasil nilai T hitung lebih besar dari pada nilai T tabel yaitu nilai Thitung 49.307 dan nilai T tabel 1.6487, maka menyatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti terdapat atau adanya pengaruh penggunaan media social Instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka. Penggunaan media social instagram @explorebangka teruji mempunyai tingkat penggunaan yang tinggi sebagai wadah untuk mencari dan ditemukannya informasi. Hal tersebut diketahui melalui garis kontinum hasil pengolahan data pada pernyataan kuesioner dari variabel penggunaan media social atau variabel X berada di posisi yang sangat tinggi dan berdasarkan hal tersebut akun instagram @explorebangka sudah berhasil dalam menyebar dan membagikan informasi melalui media social dengan kualitas yang sangat baik. Kebutuhan informasi wisata di pulau bangka oleh responden terbukti terpenuhi melalui informasi yang disebar oleh akun instagram @explorebangka. hal tersebut diketahui melalui garis kontinum hasil pengolahan data pada pernyataan kuesioner dari variabel kebutuhan informasi atau variabel Y yang berada di posisi yang sangat tinggi dan berdasarkan hal tersebut akun instagram @explorebangka telah berhasil memenuhi kebutuhan informasi yang di perlukan oleh responden. Variabel X (penggunaan media social) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y (kebutuhan Informasi). Pengaruh yang didapatkan dari hasil pengolahan data sebesar 85,9% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Pulau Bangka dan sisanya sebesar 14,1% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak peneliti teliti pada penelitian ini. Factor lainnya bisa berupa worth of mouth dan melalui iklan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti jelaskan diatas, maka saran-saran yang diajukan peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut: Setelah peneliti melakukan analisis deskriptif dalam penelitian ini, akun instagram @explorebangka perlu memperhatikan indikator penggunaan media social (X) dikarenakan adanya dua indikator yang memiliki nilai rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Indikator pertama dengan nilai rendah adalah indikator pernyataan “Saya merasa akun Instagram @explorebangka memberikan informasi wisata dengan rutin” hanya memiliki presentase sebesar 86,38% dan indikator pernyataan kedua dengan nilai terendah adalah indikator pernyataan “Saya merasa akun Instagram @explorebangka memberikan informasi wisata dengan konsisten” dengan presentase sebesar 87,25%. Dengan demikian mengartikan bahwa akun instagram @explorebangka belum cukup baik dalam mengatur waktu mempublikasi atau membagikan informasi wisata di pulau bangka kepada followers. Untuk variabel kebutuhan informasi (Y) indikator terendah adalah indikator dengan pernyataan “Saya memiliki ketergantungan terhadap informasi yang diberikan oleh akun Instagram @explorebangka” dengan nilai presentase sebesar 83,81% yang termasuk indikator dengan nilai terendah dibandingkan indikator lainnya. Sehingga dengan begitu adanya kemungkinan followers mengikuti akun lain yang memberikan informasi lebih terupdate dan menarik dibandingkan dengan mengikuti akun instagram @explorebangka.

Daftar Pustaka

- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal)*, 7(2), 130-139.
- Anugera, M. R., & Putra, D. K. S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @ Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat. *EProceedings of Management*, 8(3), 1-8. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14985>
- Benedict, E., & Ariestya, A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Sikap Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 167-184.
- Djafar, D. M. R. H., & Putri, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1768-1776. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/26577/25695>
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram@ Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355-362.
- Muchlisin Riadi. (2019, December 14). Pariwisata (Pengertian, Unsur, Bentuk dan Jenis Wisata). <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>
- Pemerintah Pusat. (2009). *Undang-Undang (UU) No. 10 Tahun 2009 Kepariwisata* . JDIH BPK RI. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38598/uu-no-10-tahun-2009>
- Priana, A., Sutjipto, V. W., & Romli, N. A. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram@ riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 85-97.
- Qonaati, A. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @ISJ11JATENG Arini Fahma Qonaati. *Commercium*, 04, 149-157.
- Rizky, M., & Soedarsono, D. K. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ explorebali Terhadap Keputusan Berkunjung Dari Wisatawan. *eProceedings of Management*, 8(2).
- Rossza, D. A. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Jom Fisip*, 7(1), 1-11.
- Shazrin daniyah khansa, K. Y., & Putri, S. (2021). Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @whiteboardjournal Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pembaca. *Jurnal InterAct*, 10(2), 24-34. <https://doi.org/10.25170/interact.v10i2.3149>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>