

Pengaruh Konten Akun Instagram @exploretangerang terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Destinasi Wisata Kuliner

Rafi Haq¹, Aulian Khairani², Mad Yoman³

¹²³University of Islam Syekh-Yusuf Tangerang

rafihaq78@gmail.com¹; akhairani@unis.ac.id²; madyoman@unis.ac.id³

ABSTRACT

This research is entitled "The Influence of Using the Instagram Account @exploretangerang on Fulfilling the Information Needs of Tourist Destinations." The formulation of the problem that will be discussed in this research is whether there is an influence and how much influence the use of the Instagram account @exploretangerang has on fulfilling the information needs of tourist destinations. The aim is to find out how much influence the @exploretangerang Instagram account has on fulfilling the information needs of tourist destinations. The theory used is the uses and gratification theory. The method used is a quantitative method using a purposive sampling technique. The results of the research show that the use of social media has a positive and significant effect on information needs. Based on the results of the coefficient of determination test, it was found that media use (X) had an influence on fulfilling information needs (Y) while the remainder was influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: media use, Instagram, information needs, uses and gratification

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Konten Akun Instagram @exploretangerang terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Destinasi Wisata Kuliner". Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh dan seberapa besar penggunaan akun Instagram @exploretangerang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara akun Instagram @exploretangerang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata kuliner. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebutuhan informasi. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh bahwa penggunaan media (X) berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) sebesar sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: penggunaan media, Instagram, kebutuhan informasi, *uses and gratification*

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan media dalam teknologi internet yang sangat memungkinkan orang berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berbicara satu sama lain. Pengguna media sosial berbagi berita dan informasi untuk memenuhi kebutuhan sosial mereka.

Berkembangnya jejaring sosial kini tidak hanya digunakan untuk menampilkan identitas pengguna dan menjadi media informasi. Dan juga

berkembangnya teknologi informasi, berbagai jenis kegiatan berbasis teknologi informasi muncul, seperti *e-government*, *e-commerce*, dan *e-education*.

Sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia, Indonesia memiliki sekitar 104,8 juta pengguna Instagram pada Oktober 2023. Menurut laporan We Are Social mencatat ada 1,64 miliar pengguna Instagram di seluruh dunia. Pada tahun 2023, sekitar 167 juta orang, atau 40% dari populasi Indonesia, adalah pengguna media sosial aktif. Instagram memiliki 800 juta pengguna global, dengan 41 juta orang Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi peristiwa penting dalam hidup mereka dan berinteraksi dengan teman, keluarga, dan bahkan merek terkenal.

Kualitas konten yang ditawarkan oleh Instagram dari beberapa akun, aplikasi terpopuler, juga berkontribusi pada keberhasilannya. Terdapat beberapa akun Instagram yang menyediakan berbagai konten, seperti akun yang menawarkan instruksi *make up*, toko *online*, dan salah satu yang menarik adalah akun yang membahas tentang wisata kuliner. Dengan pertumbuhan kuliner yang cepat di Kota Tangerang, masyarakat kesulitan untuk menemukan tempat makan yang tepat. Dengan adanya akun Instagram, masyarakat dapat dengan mudah menemukan informasi tentang kuliner di Kota Tangerang.

Dengan adanya akun Instagram *@exploretangerang*, yang memiliki banyak pengikut, media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi tentang destinasi kuliner. Kuliner telah menjadi daya tarik yang cukup kuat bagi suatu kota atau daerah, bahkan dapat berfungsi sebagai identitas daerah tertentu, Menurut Karim, Chua, Salleh (2009) suatu tempat dapat dianggap sebagai destinasi wisata kuliner jika memenuhi empat kriteria: suasana makan (presentasi makanan, layanan makanan, staf pelayan, suasana tempat makan sekitar, dan variasi restoran); kenyamanan aksesibilitas (akses tempat, variasi tempat makan lokal, ketersediaan makanan lokal, vendor makanan); kualitas dan nilai makanan (kualitas makanan, variasi makanan, harga, pengetahuan, dan pengalaman). Tidak cukup informasi tentang kekayaan kuliner Kota Tangerang, meskipun kota ini memiliki banyak potensi, dan salah satu faktor yang menyebabkan kurangnya informasi bagi para wisatawan adalah kurangnya referensi tentang kuliner.

Di Kota Tangerang saat ini, akun Instagram yang selalu memperbarui kejadian terkini di Kota Tangerang adalah akun Instagram *@exploretangerang* telah berhasil memiliki pengikut sebanyak 51.400 orang, dan 4.405 postingan per tanggal 19 Agustus 2024, para pengikut akun Instagram *@exploretangerang* cukup aktif dalam menandai pada setiap postingan.

Akun Instagram *@exploretangerang* merupakan akun yang membagikan postingan tentang destinasi wisata, berita kuliner, tempat-tempat yang sedang ramai diperbincangkan, dan iklan UMKM. Setiap harinya akun *@exploretangerang* memberikan informasi destinasi wisata kuliner dengan memposting atau memposting ulang konten di Instagram dan di dalam postingan tersebut terdapat informasi yang cukup detail.

Akun *@exploretangerang* terus memberikan konten informasi yang bermanfaat kepada masyarakat melalui berbagai macam konten, bukan hanya satu

konsep konten yang dikemas sedemikian rupa sehingga masyarakat dapat melihat dan mengunjunginya.

Peneliti memilih berfokus terhadap informasi destinasi wisata kuliner sehingga akun *@exploretangerang* yang menjadi pilihan peneliti sebagai objek penelitian. Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut akun Instagram *@exploretangerang* dengan judul “Pengaruh Konten Akun Instagram *@exploretangerang* terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Destinasi Wisata Kuliner”.

TINJAUAN LITERATUR

Teori *Uses and Gratification*

Teori ini menekankan bahwa media adalah “produk” yang tersedia, dan audiens adalah “konsumen” dari adanya produk. teori penggunaan dan kepuasan cenderung melihat mengapa audiens memilih media tersebut. Karena disebabkan oleh banyaknya pilihan media pengiriman pesan, yang menghasilkan preferensi yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap orang. Oleh karena itu perspektif yang digunakan dalam teori ini berfokus pada alasan audiens memilih media tersebut dan pada waktu kapan media itu dipilih. (Karunia H et al., 2021) Peneliti menggunakan teori *uses and gratification* karena untuk menjelaskan mengapa dipilihnya penggunaan media baru, seperti internet dan aplikasi lainnya oleh khalayak umum. Teori ini telah digunakan untuk meneliti penggunaan media baru, termasuk penggunaan situs jejaring sosial *online*, internet, telepon genggam, media sosial, pesan instan, dan media hiburan.

New Media

New media dikenal sebagai “media baru” merupakan kumpulan teknologi baru yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi lebih luas kepada masyarakat. Media baru juga memungkinkan interaksi timbal balik karena komunikasi memiliki kesempatan untuk merespon informasi yang mereka peroleh sebagai bentuk pertukaran informasi. Hal ini menunjukkan bahwa media baru bersifat fleksibel karena bentuk dan isi informasinya dapat berubah-ubah. (Faidlatul Habibah & Irwansyah, 2021)

Media Sosial

Media sosial adalah jenis media *online* yang terdiri dari kelompok aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan interaksi sosial antara orang-orang. Aplikasi-aplikasi ini melakukan berbagai fungsi dengan tujuan memberikan manfaat bagi setiap orang yang menggunakannya. Media sosial digunakan untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan sosial atau jejaring.

Instagram

Instagram secara sederhana adalah situs jejaring sosial yang berfokus pada berbagi foto atau video dengan pengguna lainnya secara instan. Fitur untuk menyampaikan informasi tentang lokasi destinasi wisata kepada pengikut akun

Instagram *@exploretangerang*, gunakan fitur geotag. Pengguna Instagram, terutama wisatawan, mungkin lebih tertarik untuk menggunakan geotag karena kemudahan penggunaan mereka.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Saat ini manusia sangat membutuhkan informasi, jika tidak ada informasi maka akan menjadi masalah. Manusia bergantung pada informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya, seperti memperoleh pengetahuan baru dan meningkatkan keterampilan. (Sutrisno & Mayangsari, 2022)

Destinasi Wisata Kuliner

Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 1990, "wisata" didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan untuk sementara waktu ke destinasi wisata, dan orang yang melakukan perjalanan ke destinasi wisata disebut wisatawan. (Syaiful Ade Septemuryantoro, 2021). Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang telah berkembang menjadi fenomena baru dalam industri pariwisata dan memiliki banyak potensi untuk ditingkatkan.

Kota Tangerang memiliki potensi karena memiliki beberapa pariwisata alami karena memiliki bentang alam yang memadai, tidak hanya itu saja karena masih banyak wisata yang populer di Kota Tangerang misalnya wisata kuliner. Wisata yang ada di Kota Tangerang membawa banyak manfaat bagi warga sekitarnya, khususnya dari sektor pariwisata, budaya, dan juga tamannya. (Fahmi Khulaifi Rabbani, Ukon Furkon Sukanda, 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivism, paradigma dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif, dalam penelitian ini tujuannya untuk menunjukkan apakah kedua variabel tersebut memiliki hubungan atau pengaruh yang signifikan satu sama lain. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, peneliti mengumpulkan data dengan kuesioner untuk mengukur tingkat informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk memahami pengaruh konten akun Instagram *@exploretangerang* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata kuliner. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden. Proses sebaran kuesioner dimulai pada tanggal 11 Juni 2024. Pada penelitian ini data responden yang telah mengisi angket terkait pengaruh konten akun Instagram *@exploretangerang* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata kuliner diklasifikasikan memakai jenis kelamin responden diinterpretasikan memakai tabel sebagai berikut:

Tabel 1 Data Jenis

Keterangan	Kriteria	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	27	27%
	Perempuan	73	73%
	Jumlah	100	100%

Terdapat 27 pria dan 73 wanita dengan total 100 respondennya. Dari 100 responden yang ada dengan rentang rata-rata usia responden 21 sampai 25 tahun. Berikut merupakan perolehan pengujian analisa regresi sederhana memakai SPSS versi 25 yakni:

Uji Instrument Data

1. Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y

Tabel 2 Variabel X dan Y

Pernyataan Penggunaan Media (X)	Total	Keterangan
X1	0,722	Valid
X2	0,751	Valid
X3	0,680	Valid
X4	0,533	Valid
X5	0,768	Valid
X6	0,723	Valid
X7	0,627	Valid
X8	0,638	Valid
X9	0,735	Valid
X10	0,577	Valid
X11	0,836	Valid
X12	0,820	Valid
X13	0,759	Valid
X14	0,759	Valid

Tabel 3 Variabel Y

Pernyataan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	Total	Keterangan
Y1	0,843	Valid
Y2	0,843	Valid
Y3	0,697	Valid
Y4	0,800	Valid

Y5	0,863	Valid
Y6	0,781	Valid
Y7	0,789	Valid
Y8	0,796	Valid

Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Uji reliabilitas memiliki fungsi yaitu mengetahui tingkatan konsistensi dari sebuah angket yang dipakai oleh peneliti, sehingga angket tersebut bisa diandalkan untuk mengukur variabel penelitian meskipun dilakukan secara berkali-kali menggunakan angket dan kuesioner yang sama. Alat untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach's Alpha. (Al Hakim et al., 2021)

Tabel 4 Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	14

Tabel 5 Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59090811
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.073
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Nilai asymp sig. (2-tailed) pada variabel Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @*exploretangerang* (X) terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 0,107, yang menunjukkan nilai sig lebih besar dari 0,05.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.369	1.376		.268	.789
PenggunaanMedia	.036	.029	.125	1.248	.215

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan hasil temuan uji heteroskedastisitas melalui uji Glesjer, nilai sig dari variabel tersebut adalah 0,215 lebih dari 0,005.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.760	2.339		5.456	.000
	PenggunaanMedia	.309	.049	.539	6.338	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Berdasarkan tabel *output* hasil pengujian analisis uji regresi linier sederhana di atas, maka diperoleh model persamaan: $\gamma = \alpha + \beta X$ $\gamma = 12.760 + 0,309 X$

Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.760	2.339		5.456	.000
	PenggunaanMedia	.309	.049	.539	6.338	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Bahwa dalam penelitian ini t-hitung > t-tabel (6,338 > 1,984), maka nilai signifikansi 0,000 < 0,005, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata pada pengikut akun Instagram @exploretangerang.

2. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.539 ^a	.291	.284	2.604
a. Predictors: (Constant), PenggunaanMedia				

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,539 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebanyak 0,291 atau 29,1%. Hal ini dapat diartikan bahwa Variabel X terhadap Variabel Y sebesar 29,1% sedangkan sisanya 70,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Diskusi

Berdasarkan hasil tahap pengujian, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi variabel (X) dengan variabel (Y) sebesar 0,539. Hal tersebut memiliki arti bahwa penggunaan media sosial akun Instagram *@exploretangerang* (X) mempunyai hubungan yang tinggi dan kuat dengan pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata (Y).

Jika dikaitkan dengan *Uses and Gratification Theory*, hal ini dilandasi oleh asumsi utama dari pendekatan teori ini, bahwa khalayak berperan aktif dalam memilih atau menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya, dengan kata lain penggunaan media adalah partisipan aktif dalam proses komunikasi.

Kemudian eksistensi akun Instagram *@exploretangerang* ini adalah media yang dipilih pengikut untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai seseorang yang memiliki hobi kuliner, terlihat dari jumlah pengikut pada akun *@exploretangerang* yang mencapai 51.300 ribu pengikut (yang diakses 13 Agustus 2024 pukul 18:48).

KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kaitan yang signifikan antara pengaruh media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata. Ketika lebih banyak pengguna yang masuk dan menyerap informasi dari akun *@exploretangerang*, maka pemenuhan kebutuhan informasi akan meningkat.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Variabel (X) berpengaruh terhadap Variabel (Y) sebanyak 29,1%. Dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi destinasi wisata pada pengikut akun Instagram *@exploretangerang*.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 4 No 6 (2024) 3330-3338 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v4i6.4891

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350-363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92-104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Rabbani, Fahmi Khulaifi., Ukon Furkon Sukanda, L. S. S. (2024). 3 1,2,3. 10(April), 425-454.
- Septemuryantoro, Syaiful Ade. (2021). Potensi Desa Wisata sebagai Alternatif Destinasi Wisata New Normal. *Media Wisata*, 19(2), 186-197. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.2>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). 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>