

# EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @VISIT\_SINGAPORE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WISATA FOLLOWERS

**Susy Susanty, Sholihul Abidin**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera  
Batam

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Universitas Putera Batam Email:

[pb151110048@upbatam.ac.id](mailto:pb151110048@upbatam.ac.id)

## **ABSTRACT**

*Social media is used to disseminate a variety of information that supports meeting the public's information needs. The simple use of Instagram allows users to reach their needs or purpose of surfing. Instagram account @Visit\_Singapore is one of those accounts that uses Instagram social media to provide information. Instagram account @Visit\_Singapore spreads information about Singapore tourism. In this study, the researchers took the population of followers on the @Visit\_Singapore Instagram account. A non-probability technique was used to select 348 individuals as the sample. The purpose of this study is to know the effectiveness of the @Visit\_Singapore Instagram account in meeting the follower tourist information needs. This type of study is a quantitative study and one that determines some of the hypotheses to be tested. The survey method is a method of distributing link questionnaires to followers of @Visit\_Singapore Instagram account through direct message function. Test results with t meaning less than 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) mean that the variable effect of the Instagram account @Visit\_Singapore is effective in meeting the follower tourist information needs.*

**Keywords:** *Effectiveness, Information Needs, Instagram*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan akan komunikasi dan informasi didorong oleh pesatnya perkembangan internet saat ini. Internet memegang peranan penting dalam kebutuhan informasi dan komunikasi. Kebanyakan orang terhubung ke internet untuk menggunakan media sosial. Jejaring sosial digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi untuk membantu memenuhi kebutuhan informasi publik. Media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten (Evans, 2008:33). Ini adalah pergeseran dari sistem siaran ke beberapa model yang berkisar pada percakapan antara peneliti, orang, dan kolega. Media sosial menggunakan "ide audiens" untuk menghubungkan informasi Bersama.

Saat ini banyak media sosial yang terus bermunculan, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dll. Menurut wearesocial.com, Instagram merupakan salah satu dari 10 aplikasi media sosial terpopuler. Cara mudah menggunakan aplikasi Instagram adalah memudahkan pengguna dalam memenuhi kebutuhannya dengan menjadikan Instagram sebagai media informasi. Instagram memudahkan pengguna untuk berbagi informasi dengan pengguna lain. Misalnya, jika pengguna ingin mencari informasi tentang perjalanan yang menarik di kota tertentu, pengguna dapat mengikuti akun khusus yang menyediakan informasi wisata tentang kota tersebut. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk menyebarkan informasi wisata adalah akun Instagram @Visit\_Singapore.

Akun Instagram @Visit\_Singapore adalah akun resmi dewan pariwisata Singapura. Akun Instagram @Visit\_Singapore membagikan konten yang menginspirasi dan tips perjalanan atau wisata yang berwawasan, serta menghadirkan topik-topik terhangat di Singapura sehingga menyulut ketertarikan terhadap negara Singapura. Tujuan akun Instagram @Visit\_Singapore adalah untuk mengembangkan sektor pariwisata

Singapura, serta pemasaran dan promosi Singapura sebagai tujuan pariwisata.

Instagram adalah media yang mudah diakses oleh siapa saja dan penyebarannya sangat cepat. Karena kemudahannya, media sosial khususnya Instagram menjadi salah satu pilihan utama para pengguna internet untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Karena di media sosial Instagram, tergantung dari akun mana seseorang mengikuti (follow), Anda akan menerima informasi yang ingin Anda konsumsi. Oleh karena itu, media sosial Instagram dinilai sebagai imedia yang efektif bagi pengguna untuk mencari dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

## KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi yang efektif dicirikan oleh setidaknya lima hal: membangun pemahaman bersama, mengembangkan rasa senang, mengubah sikap, membangun hubungan sosial yang baik, dan membangkitkan perilaku seperti yang diharapkan (Tubbs dan Moss, 1996:23-28).

Pertama, penyampaian efektif bila ada pemahaman bahwa pembawa pesan dapat menerima pesan dengan hati-hati sebagaimana dimaksud. Untuk berkomunikasi secara efektif, komunikator harus menafsirkan dengan jelas isi pesan, menjelaskan konsep penting yang mungkin tidak dipahami orang, dan menghindari istilah tertentu yang mungkin dipahami komunikator secara berbeda.

Kedua, komunikasi dikatakan efektif bila menyangkut menumbuhkan rasa senang di antara komunikator. Jenis komunikasi ini, juga dikenal sebagai phatic communication (komunikasi yang solid), membuat hubungan Anda dengan orang lain menjadi hangat, akrab, dan menyenangkan.

Ketiga, komunikasi yang efektif dapat mempengaruhi sikap. Ketika seseorang menyampaikan pesan, dia ingin orang lain mengerti dan setuju dengan apa yang dia sampaikan. Orang berusaha mempengaruhi

sikap orang lain untuk memenuhi harapan mereka.

Keempat, komunikasi yang efektif ditandai dengan terbentuknya hubungan sosial yang baik. Ini adalah kelanjutan lebih lanjut dari komunikasi fatis. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Semua manusia ingin bergabung dan terhubung dengan orang lain. Kegagalan komunikasi dapat terjadi karena orang tidak memahami isi pesan. Namun, kegagalan ini juga bisa disebabkan oleh hubungan sosial yang buruk.

Kelima, komunikasi efektif adalah komunikasi yang menimbulkan tindakan. Perilaku merupakan hasil kumulatif dari keseluruhan proses komunikatif (Rachmat, 1989). Untuk melakukan tindakan yang diinginkan, komunikator pertama-tama harus berhasil mencapai pemahaman, merasakan kesenangan, membina hubungan sosial yang baik, dan membentuk serta mengubah sikap komunikator.

Inti teori *Uses and Gratifications* yaitu audiens pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan pada motif-motif tertentu. Media dianggap memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpuaskan maka kebutuhan audiens akan terpenuhi. Penelitian menggunakan *uses and gratification* berfokus pada penggunaan konten media untuk memuaskan atau memuaskan kebutuhan. Menurut Yusuf (2008), ia menyimpulkan tiga asumsi teoritis yang mendasari penggunaan dan model gatisasi. Dalam komunikasi massa, khalayak atau khalayak bersifat aktif dan terarah. 2. Khalayak atau khalayak bertanggung jawab memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, audiens Anda mengetahui kebutuhan mereka dan bagaimana memenuhinya. 3. Media massa sendiri bersaing dengan media massa lain untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

Berdasarkan asumsi-asumsi tersebut di atas, model use and satisfaction tampaknya berfokus pada masalah keinginan individu akan

informasi yang disediakan oleh berbagai media seperti yang dijelaskan dalam paradigma pendekatan model use and satisfaction, pemilihan media, penggunaan media, efektivitas.

Kebutuhan audiens terdiri dari kebutuhan kognitif, emosional, personal integrative, social integrative, dan tension-releasing/imajinatif.

Keefektifan akun Instagram @Visit\_Singapore sebagai faktor yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi perjalanan followers merupakan variabel bebas. Pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan para pengikut menjadi variabel terikat.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

### Hipotesis

Dari uraian di atas di temukan bahwa Efektivitas Akun Instagram @Visit\_Singapore terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* terlihat. Tahapan di atas mengandung pengertian bahwa komunikasi itu disebut efektif apabila pemahaman penerima sama dengan pemahaman pengirim atas pesan yang disampaikan. Publik pada dasarnya

menggunakan media massa berdasarkan pada motif-motif tertentu. Media dianggap memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.

HO : Akun Instagram @Visit\_Singapore Tidak efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata followers.

HI : Akun Instagram @Visit\_Singapore efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata followers

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode angket dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data. Karena penelitian-penelitian tersebut diwakili oleh angka-angka, maka jenis-jenis penelitian tersebut digambarkan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan di Singapura. Menurut Singapore Tourism Board (STB), Indonesia merupakan tujuan wisata kedua yang paling banyak dikunjungi di Singapura dengan 3,1 juta wisatawan Indonesia pada tahun 2019.

Penelitian ini melakukan survey yang disebarluaskan melalui media sosial oleh penulis dari followers akun Instagram @Visit\_Singapore dengan memasukkan followers akun Instagram @Visit\_Singapore sebagai kriteria responden dan memperkenalkan mereka untuk mengisi kuesioner.

### 3.3.1 Populasi

Sugiyono (2015:61) menyimpulkan bahwa definisi populasi adalah “domain generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek

dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Di Instagram @Visit\_Singapore, Anda dapat melihat bahwa ia memiliki 471.000 pengikut di akun Instagram-nya. (data per 10 Juni 2021).

### 3.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menentukan sampel kuesioner. Artinya, hanya mencapai sebagian dari populasi dan digunakan untuk menentukan karakteristik dan karakteristik populasi yang diinginkan. Sampel yang diambil sebanyak 348 responden dari populasi follower @Visit\_Singapore menggunakan teknik analisis data yang digunakan: analisis deskriptif, uji normalitas, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis (t).

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara menggunakan kuesioner (kuesioner) yang berisi pernyataan tentang efektifitas akun Instagram @Visit\_Singapore dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata para followers yang diberikan oleh responden untuk menjawab Variabel dependen dan variabel independent. Di sini, responden adalah 348 pengikut di akun Instagram @Visit\_Singapore.

## 3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian regresi yang mempelajari ketergantungan satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Anda dapat memprediksi nilai variabel dependen. Dalam model regresi, variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam regresi sederhana, hubungan antar variabel bersifat linier, dimana perubahan variabel X secara teratur menyebabkan perubahan variabel Y.

## Uji validitas dan realibilitas

### 3.5.1 Uji validitasnya

Ghozali (2001:42) Validasi adalah alat untuk mengukur keefektifan suatu kuesioner, dimana terlebih dahulu dilakukan uji validasi perangkat untuk mengetahui keefektifan atau tingkat keefektifan suatu perangkat. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika isinya dapat mengungkapkan apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.

Keputusannya adalah bahwa setiap indikator valid jika nilai  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan  $r$  tabel. Untuk menentukan nilai  $r$  hitung, program SPSS didukung dengan nilai korelasi item total yang disesuaikan.

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner valid
- Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka kuesioner tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{r(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[r(\sum X^2) - (\sum X)^2][r(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:  $r_{xy}$  = koefisien korelasi butir

N = jumlah subyek

X = score per item

Y = total score

Nilai  $r$  didiskusikan dengan  $r_{tabel}$  (kritis). Jika  $r_{hitung}$  pada rumus di atas lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka entri tersebut valid dan sebaliknya.

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ghozali (2001:47) adalah alat ukur yang mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penyusunnya. Cara Menghitung Tingkat Keyakinan Data Menggunakan Rumus Alpha Cronbach Reliabilitas adalah tingkat keunggulan suatu alat ukur (kuesioner). Kuesioner Reliabel adalah kuesioner tentang bagaimana beberapa uji

coba dalam kelompok yang sama menghasilkan data dan ukuran yang identik menggunakan rumus Alpha Cronbach dalam uji reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer sistem SPSS.

Saat menguji reliabilitas, digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Dimana:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir pernyataan

$V_t^2$  = total variannya

Kriteria alat penelitian dikatakan reliabel: memakai tehnik ini, bilamana koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,5.

## 3.7 Uji Asumsi Klasik

### 3.7.1 Uji normalitas data

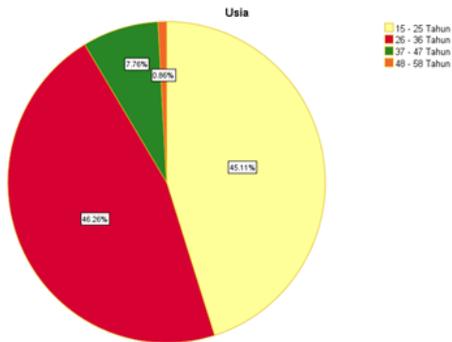
Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengevaluasi sebaran data untuk sekelompok data atau sekelompok variabel, apakah sebaran data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk memverifikasi apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau berasal dari populasi normal. Cara klasik untuk menguji normalitas data tidak terlalu rumit. Dari pengalaman empiris beberapa ahli statistik, dapat diasumsikan bahwa jika jumlah data lebih besar dari angka ( $n > 30$ ) maka mengikuti distribusi normal. Ini biasanya disebut sebagai sampel besar.

## HASIL DAN BAHASAN

Hasil gambaran masing-masing variabel dapat dilihat menggunakan analisis deskriptif. Pada penelitian ini, pengedaran kuisisioner di lakukan kepada *followers* akun Instagram @Visit\_Singapore sejumlah 348 responden. Dari hasil tebaran kuisisioner

maka di dapatkan profile dari responden dibawah ini:

### Data responden menurut usianya

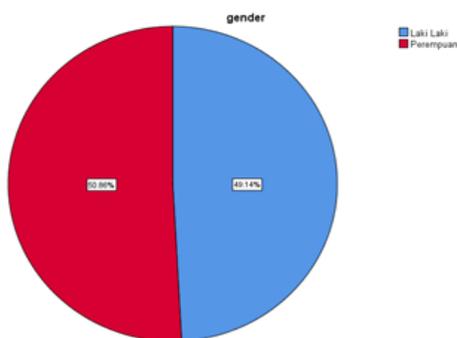


Gambar 4.1 Data Umur Responden

Sumber : Data primer Olahan Peneliti 2021  
Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25

Dari hasil analisis data berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa responden paling banyak berusia sekitar 26-36 tahun sebanyak 46,26% responden. Terdapat responden dengan usia sekitar 15-25 tahun sebanyak 45,11% responden. Terdapat responden dengan usia sekitar 37-47 tahun sebanyak 7,76% responden. Terdapat responden dengan usia 48-58 tahun sebanyak 0,58% responden.

### Data responden menurut gender



Gambar 4.2 Data gender Responden

Sumber : Data primer Olahan Peneliti 2021  
Pengolahan data menggunakan SPSS versi 25

Dari hasil analisis data diketahui bahwa total responden berjenis kelamin wanita sebanyak 50,86% responden, dan responden berjenis kelamin pria sebanyak 49,14% responden.

No	Variabel	Validitas		Total pernyataan
		Tidak valid	Valid	
1	Variabel X		30	30
2	Variabel Y		16	16
Total			46	46

### Uji Kualitas Data

Dari tabel survei di atas, terdapat total 46 pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini, dan dapat dilihat bahwa dari 46 pernyataan yang dibagikan kepada 348 responden, 30 pernyataan valid untuk variabel x dan 16 pernyataan untuk variabel y. Dalam penelitian ini validasi dilakukan dengan menguji semua indikator variabel x dan y. Jumlah variabel x adalah 5 indeks dan jumlah variabel y adalah 5 indeks..

### Uji Korelasi

Hasil tabel uji regresi dijabarkan bahwa besarnya nilai korelasi (R) atau hubungan antara Efektivitas akun instagram @Visit\_Singapore terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* sejumlah 0.923 yang didapatkan dari tabel korelasi, menurut pedoman derajat hubungan level tersebut membuktikan Efektivitas akun instagram

@Visit\_Singapore terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* masuk kedalam level 0.81 hingga 1.00 yang tergolong sempurna atau terdapat efektivitas sempurna.

**Dependent Variable: pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers***

Hasil tabel uji T dapat dijabarkan bahwa nilai konstanta (a) sejumlah 0.919 sedangkan nilai koefisien regresi efektivitas akun Instagram @Visit\_Singapore sejumlah 0.526 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis seperti berikut:

$$Y=a+bX_1$$

$$Y=0.919+0.526X_1$$

Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan:

- a) Konstanya sejumlah 0.919 berarti bahwa konsisten variabel pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* adalah sejumlah 0.919
- b) Koefisien dari regresi X.1 sejumlah 0.526 menyatakan bahwa padasetiap penambahan 1% nilai efektivitas akun Instagram @Visit\_Singapore, maka pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* dapat dipenuhi sejumlah 0.526

### 1.1.1 Uji Kualitas Data

#### 1. Uji validitas

Setelah dilakukan penelitian dengan penyebaran kuisioner terhadap 328 responden, dari 30 butir pernyataan variabel x dan 16 butir variabel pernyataan variabel y dapat diketahui bahwa butir pernyataan valid untuk variabel x yaitu 30 pernyataan, dan untuk butir pernyataan valid untuk variabel y yaitu 16 pernyataan.

- a. Variabel efektivitas akun Instagram @Visit\_Singapore yaitu sejumlah 30 pernyataan valid
- b. Variabel kebutuhan informasi wisata *followers* yaitu sejumlah 16 pernyataan valid.

#### 2. Uji Realibilitas

Setelah melakukan uji validitas, berikutnya dilakukan uji realibilitas yang bertujuan untuk mengetahui kesahihan atau keakuratan tes dalam menghitung perihal apayang sama pada waktu dan kesempatan yang berbedajuga . Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan data hasil uji vaiditas, yaitu dengan mengambil item pertanyaan yang valid, kemudian didapat hasil seperti berikut. Untuk variabel x diketahui rata-rata *cronbach alpha* sejumlah 0.994 dengan butir pernyataan sejumlah 30 butir. Untuk variabel y di ketahui rata-rata nilai *cronbach alpha* sejumlah 0.991 dengan butir pernyataan sejumlah 16 butir. Lalu didapat kesimpulan yaitu masingmasing variabel sudah realiablel, dikarenakan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,104 dengan jumlah sampel sejumlah 348 responden.

### 1.1.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian mengikuti distribusi normal. Alat ukur yang digunakan untuk melakukan uji normalitas adalah dengan melihat output yang dihasilkan dari uji analisis grafik menggunakan aplikasi software SPSS versi 25. Dari uji normalitas yang dilakukan maka di ketahui bahwa seluruh data analisis berdistribusi normal. Hal ini dapat diketahui dari output masing-masing data yang di uji dan di tampilkan dalam bentuk tabel Kolmogorov smirnov yang merupakan syarat untuk bias dilakukannya uji regresi.

### 1.1.3 Uji Regresi

@Visit\_Singapore Hasil uji regresi akun Instagram yang memenuhi kebutuhan informasi wisata followersnya, menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,919 dengan tingkat korelasi sempurna atau efektif. Kemudian kita dapat menemukan koefisien regresi sebesar 0,919. Hal ini membuktikan bahwa akun Instagram @Visit\_Singapore sangat cocok atau sangat berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata para pengikutnya. Juga, uji T menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 0,919 dan nilai koefisien regresi X adalah 0,526, sehingga kita dapat membuat persamaan berikut:

$$Y=a+bX_1$$

$$Y=0.919 +0.526X_1$$

## KESIMPULAN

Dari hasil studi yang dilakukan, maka ditemukan bahwa sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 348 responden yang diberikan kuisioner penelitian. 1) untuk responden dengan kategori umur paling banyak yaitu umur 26-36 tahun sejumlah 46.26% responden.

2) Dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki Untuk responden berjenis kelamin

laki-laki sebanyak 49,14% responden, dan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 50,86% responden.

### 5.1.2 Uji Data Statistik

#### a. uji Regresi

Uji regresi efektifitas akun Instagram @Visit\_Singapore dalam memenuhi kebutuhan informasi perjalanan followers, terlihat bahwa nilai korelasinya adalah 0,9 yang tergolong berkorelasi sempurna, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. <0,005 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @Visit\_Singapore sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers* signifikan.

Analisis membuktikan bahwa akun Instagram @Visit\_Singapore efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata followers. Instagram merupakan media sosial yang dapat diakses oleh siapa saja dengan mudah dan penyebarannya sangat cepat. Beragamnya kesenangan menjadikan Instagram salah satu pilihan yang sangat baik untuk media sosial, khususnya Instagram, untuk akses internet untuk mencari informasi yang Anda butuhkan. Hal ini dikarenakan di media sosial Instagram sangat mudah untuk mendapatkan informasi yang ingin dikonsumsi seseorang tergantung dari akun mana yang mereka ikuti (follow). Oleh karena itu, media sosial Instagram dinilai sebagai media yang efektif bagi pengguna untuk mencari dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

## Daftar Pustaka

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Syaiful Rohim. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Statistika Untuk Penelitian, Alfabeta, Bandung 2015

<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/3712>

<https://www.readcube.com/articles/10.24198/prh.v3i1.12033>

<https://core.ac.uk/download/pdf/299904275.pdf>

<http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683/8570>

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/view/4428>