YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN : 2808-2346
e-ISSN : 2808-1854

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v4i3.2968

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SUMBAR_RANCAK TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI WISATA FOLLOWERS

The Influence of Instagram @sumbar_rancak on Followers' Information Needs for Tourism

Rifqoh Zahirani & Jeihan Nabila
Universitas Negeri Padang
rifqohzahirani@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
May 3, 2024	May 8, 2024	May 11, 2024	May 14, 2024

Abstract

This research was conducted to determine the influence of social media Instagram @sumbar_rancak on fulfilling followers' tourism information needs. This research consists of two variables, namely the social media variable (X) with indicators of context, communication, collaboration and connection and the information needs variable (Y) with indicators of current need approach, everyday need approach, exhaustic need approach and catching-up need approach. . This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to 100 respondents via online media. The population in this study were all Instagram followers @sumbar_rancak. The data analysis techniques used are normality test, correlation test, linearity test, t test, and coefficient of determination test. The aim of this research is to determine the influence of Instagram social media on fulfilling followers' tourism information needs. Based on the results of the coefficient of determination test, it is known that the social media variable (X) has an influence on information needs (Y) of 65.7% while the remaining 34.3% is influenced by other factors not examined in this research. The influence of social media Instagram @sumbar_rancak on followers' tourism information needs is very strong. This can be seen from the results of the correlation test, which is 0.812. Meanwhile, based on the t test, it shows that social media has a positive and significant effect on information needs. This is based on the calculation that tcount 13.795 > ttable 1.984. Then, the research results showed that the social media Instagram @sumbar_rancak was categorized as good so that it gave satisfaction to followers. Meanwhile, followers' information needs for

Jurnal Yasin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

the @sumbar_rancak Instagram account are also categorized as good because they can fulfill followers' information needs well.

***Keywords** : Social Media, Instagram, Information Needs, Tourism. Followers*

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata followers. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel media sosial (X) dengan indikator konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi serta variabel kebutuhan informasi (Y) dengan indikator current need approach, everyday need approach, exhaustic need approach, dan catching-up need approach. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden melalui media online. Populasi dalam penelitian ini adalah semua followers Instagram @sumbar_rancak. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji korelasi, uji linearitas, uji t, dan uji koefisien determinasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata followers. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa variabel media sosial (X) memberikan pengaruh terhadap kebutuhan informasi (Y) sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengaruh media sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap kebutuhan informasi wisata followers adalah sangat kuat. Hal ini dilihat dari hasil uji korelasi yakni sebesar 0,812. Sedangkan berdasarkan uji t, menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kebutuhan informasi. Hal ini berdasarkan perhitungan bahwa thitung 13,795 > ttabel 1,984. Kemudian, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @sumbar_rancak dikategorikan baik sehingga memberi kepuasan kepada followers. Sedangkan kebutuhan informasi followers terhadap akun Instagram @sumbar_rancak juga dikategorikan baik karena dapat memenuhi kebutuhan informasi followers dengan baik.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi, Pariwisata. Followers

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah membawa lahirnya internet, mengintroduksi era baru dalam media yang dikenal sebagai *new media*, sebagai hasil dari inovasi teknologi. *New media* diartikan sebagai kemampuan media yang didukung oleh perangkat digital, sehingga informasi menjadi lebih beragam dan lebih mudah diakses oleh siapa pun. Kehadiran *new media*, dengan segala kenyamanan yang dimilikinya, telah memenangkan popularitas di kalangan masyarakat, dan dampaknya terlihat dalam munculnya media sosial. Media sosial adalah bentuk media internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk komunitas virtual (Nasrullah, 2017). Fungsi dan peran media sosial

sangat beragam, tidak hanya sebagai alat untuk mencari informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi.

Perkembangan media sosial saat ini dapat dianggap sangat pesat, terbukti dengan munculnya berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, Skype, Line, dan berbagai media lainnya. Salah satu media sosial yang sedang populer di Indonesia saat ini adalah Instagram. Wallbeck & Johansson pada tahun 2014 sebagaimana disebutkan dalam Sholikha & Sunarti (2019) menjelaskan bahwa Instagram menghubungkan orang dengan dunia melalui gambar dengan cara yang menyenangkan dan unik, memungkinkan berbagi kehidupan dengan teman melalui serangkaian gambar yang dapat dihiasi dengan filter untuk meningkatkan keindahan gambar dan mengubahnya menjadi kenangan.

Instagram merupakan platform media sosial yang dilengkapi dengan fitur berbagi video, foto, penggunaan efek digital, dan kemampuan untuk membagikan konten ke jejaring sosial lainnya. Seperti halnya platform media sosial lain, Instagram juga dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan sosial dengan jangkauan yang luas. Keunggulan tambahan dari Instagram yaitu tampilan yang menarik dan sederhana. Penyampaian informasi dan pesan dalam bentuk gambar memiliki dampak yang lebih besar terhadap pengguna sebagai pembaca dibandingkan dengan informasi yang disajikan dalam bentuk tulisan (Qonati, 2021). Oleh karena itu, Instagram dapat menjadi salah satu pilihan media untuk menyampaikan informasi.

Saat ini, Instagram tidak hanya menjadi alat bagi pengguna individual di media sosial, tetapi juga banyak digunakan oleh akun komunitas dan perusahaan. Seperti digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi seputar tempat wisata oleh komunitas maupun perusahaan. Instagram menjadi kekuatan yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada pengguna media karena sifatnya yang menyeluruh, memungkinkan akses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat gadget dan internet. Selain itu, strategi promosi melalui media sosial dianggap sebagai pendekatan praktis dan relatif baru dalam merangsang minat wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Trihayuningtiyas, dkk., 2018).

Dengan berbagai potensi pariwisata di Sumatera Barat, sehingga informasi menjadi faktor yang penting untuk memenuhi kebutuhan informasi tentang pariwisata. Kebutuhan informasi muncul ketika individu menyadari kekurangan dalam suatu situasi tertentu dan memiliki keinginan untuk mengatasi kekurangan tersebut (Belkin dalam Ramadhani, 2020).

Oleh karena itu, informasi harus tersedia untuk semua orang dengan berbagai kebutuhan, termasuk informasi mengenai objek wisata di Sumatera Barat.

Untuk memperkenalkan pariwisata yang ada di Sumatera Barat, muncul berbagai akun Instagram khusus yang bertujuan menyebarkan informasi mengenai tempat-tempat wisata di wilayah Sumatera Barat untuk menarik perhatian wisatawan. Salah satunya seperti akun Instagram @sumbar_rancak. Akun ini memiliki eksistensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan akun serupa lainnya, berperan sebagai sumber informasi tentang pariwisata di Sumatera Barat. Pada tanggal 3 November 2023, akun @sumbar_rancak tercatat memiliki jumlah pengikut sebanyak 499 ribu. Akun ini secara konsisten membagikan berbagai destinasi wisata di Sumatera Barat. Selain mempublikasikan konten sendiri, akun ini juga melakukan *repost* dari unggahan pengikutnya, yang sering disebut sebagai *citizen journalism*, untuk memberikan informasi lebih lanjut mengenai potensi wisata yang dimiliki oleh Sumatera Barat.

Dengan banyaknya jumlah *followers* akun Instagram @sumbar_rancak, sangat penting bagi akun tersebut untuk menyajikan informasi secara komprehensif agar kebutuhan informasi pengikutnya terpenuhi. Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan beberapa pengikut akun Instagram @sumbar_rancak, ditemukan bahwa pengikut belum merasa puas dengan informasi yang disajikan. Terdapat aspek yang menjadi penyebab ketidakpuasan pengikut, seperti informasi yang tidak lengkap.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif. Tujuan menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari media sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh *followers* Instagram @sumbar_rancak yakni sebanyak 499.000 *followers*. Sampel diambil sebanyak 100 menggunakan rumus Slovin dengan presisi 10%. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisikan sekumpulan pernyataan yang sudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner. Uji persyaratan analisis penelitian ini meliputi uji normalitas, uji korelasi, uji linearitas, uji t, dan uji koefisien determinasi. Setelah data terkumpul maka dilakukan penganalisan data dengan cara pemeriksaan data, tabulasi data, analisis deskripsi, dan penarikan kesimpulan.

HASIL

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* yang mengukur nilai residual dari data yang diperoleh melalui aplikasi SPSS. Berikut hasil dari uji normalitas menggunakan SPSS:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		9.43573427
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.065
	Negative		-.042
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.368
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.355
		Upper Bound	.380

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Diketahui pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 artinya *Sig* lebih besar dari 0,05 yang menandakan bahwa distribusi model regresi normal dan layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas media sosial dan variabel terikat kebutuhan informasi.

Hasil Uji Korelasi

Analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *product moment* digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antara satu variabel dengan variabel lain secara linear. Hasil dari analisis korelasi *product moment* sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Media Sosial	Kebutuhan Informasi
Media Sosial	Pearson Correlation	1	.812**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	100	100
Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	100	100

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

Hasil dari uji korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS diatas, di peroleh nilai koefisien korelasi atau rhitung sebesar 0,812. Artinya antara variabel media sosial (X) terhadap variabel kebutuhan informasi (Y) memiliki hubungan yang positif dengan korelasi sebesar 0,812. Berdasarkan nilai rhitung yaitu 0,812 yang diperoleh maka kriteria kekuatan antara variabel media sosial dan kebutuhan informasi mempunyai hubungan yang "sangat kuat". Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara media sosial dengan kebutuhan informasi pada *followers* Instagram @sumbar_rancak.

Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengetahui bentuk hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Berikut hasil uji linearitas menggunakan SPSS:

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kebutuhan Informasi * Media Sosial	Between Groups	(Combined)	21604.176	36	600.116	8.737	<,001
		Linearity	17117.115	1	17117.115	249.208	<,001
		Deviation from Linearity	4487.061	35	128.202	1.866	.015
	Within Groups		4327.214	63	68.686		
	Total		25931.390	99			

Pada tabel hasil uji linearitas menunjukkan *Sig. Deviation from Linearity* 0,015. Karena nilai *Sig. Deviation from Linearity* adalah 0,015 lebih dari 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan

bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel media sosial dan variabel kebutuhan informasi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji pengaruh suatu variabel bebas (media sosial) terhadap variabel terikat (kebutuhan informasi). Penelitian ini menggunakan uji T dengan menggunakan bantuan SPSS dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-11.677	6.189		-1.887	.062
	Media Sosial	1.173	.085	.812	13.795	<,001

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Pada tabel uji t menunjukkan *sig.* 0,001. Karena nilai *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X (media sosial) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Sementara nilai thitung 13,795 > ttabel 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima sementara H0 ditolak.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui besaran pengaruh variabel bebas (media sosial) dan variabel terikat (kebutuhan informasi).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model *Summary*[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812[a]	.660	.657	9.484	1.726

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel model *summary* didapat R = 0,812. Kemudian R *Square* = 0,660, *Adjust* R *Square* 0,657. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam

penelitian ini mempengaruhi variabel dependen sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian.

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Penggunaan Media Sosial (X)

1. Tanggapan responden mengenai indikator *context* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Berdasarkan analisis data, indikator *context* berada pada kategori baik dengan persentase 72% berada pada rentangan 61-80%.

2. Tanggapan responden mengenai indikator *communication* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Berdasarkan analisis data, indikator *communication* berada pada kategori baik dengan persentase 69% berada pada rentangan 61-80%.

3. Tanggapan responden mengenai indikator *collaboration* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Berdasarkan analisis data, indikator *collaboration* berada pada kategori sangat baik dengan persentase 83% berada pada rentangan 81-100%.

4. Tanggapan responden mengenai indikator *connection* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Berdasarkan analisis data, indikator *connection* berada pada kategori baik dengan persentase 62% berada pada rentangan 61-80%.

Berdasarkan analisis data, indikator koneksi pada variabel media sosial (X) memiliki kategori baik. Meskipun dikategorikan baik, namun skor ini merupakan skor terendah dibandingkan dengan indikator lainnya pada variabel media sosial (X). Oleh karena itu, akun Instagram @sumbar_rancak sebaiknya lebih memperhatikan indikator ini. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan koneksi akun @sumbar_rancak di media sosial Instagram serta koneksi dengan pengguna agar selalu dapat memberikan kontribusi yang positif dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata *followers*.

Analisis Deskriptif Kebutuhan Informasi (Y)

1. Tanggapan responden mengenai indikator *current need approach*. Berdasarkan analisis data, indikator *current need approach* berada pada kategori baik dengan persentase 67% berada pada rentangan 61-80%.

2. Tanggapan responden mengenai indikator *everyday need approach*. Berdasarkan analisis data, indikator *everyday need approach* berada pada kategori baik dengan persentase 74% berada pada rentangan 61-80%.

3. Tanggapan responden mengenai indikator *exhaustic need approach* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata *followers*. Berdasarkan analisis data, indikator *exhaustic need approach* berada pada kategori cukup baik dengan persentase 59% berada pada rentangan 41-60%.

4. Tanggapan responden mengenai indikator *catching-up need approach*. Berdasarkan analisis data, indikator *catching-up need approach* berada pada kategori baik dengan persentase 69% berada pada rentangan 61-80%.

Berdasarkan analisis data, indikator *exhaustic need approach* (pendekatan kebutuhan informasi mendalam) pada variabel kebutuhan informasi (Y) mendapatkan skor terendah dibandingkan dengan indikator pada variabel kebutuhan informasi (Y) lainnya. Meskipun mendapatkan nilai kategori cukup baik, namun akun Instagram @sumbar_rancak sebaiknya lebih memperhatikan indikator ini. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan kelengkapan informasi yang disampaikan kepada pengguna untuk memenuhi kebutuhan informasi wisata *followers*, seperti memberikan informasi yang komprehensif mengenai fasilitas yang tersedia di objek wisata tersebut, estimasi biaya yang diperlukan, penjelasan lokasi wisata yang detail, waktu terbaik mengunjungi objek wisata tersebut, dan ulasan aktual dari pengunjung sebelumnya.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata *Followers*

Hasil penelitian menjelaskan bahwa adanya pengaruh dari penggunaan media sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap kebutuhan informasi wisata *followers*. Dari hasil pengolahan data, berdasarkan uji koefisien determinasi variabel media sosial (X) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kebutuhan informasi (Y). Variabel media sosial (X) memberikan pengaruh terhadap kebutuhan informasi (Y) sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. pengaruh media sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap kebutuhan informasi wisata *followers* adalah sangat kuat. Hal ini dilihat dari hasil uji korelasi sebesar 0,812. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang signifikan antara media sosial (X) dengan kebutuhan informasi (Y) pada *followers* Instagram @sumbar_rancak. berdasarkan uji hipotesis

menunjukkan *sig.* 0,001. Karena nilai *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X (media sosial) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Sementara nilai thitung 13,795 > ttabel 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima sementara H0 ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh Media Sosial Instagram @sumbar_rancak terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata *Followers*" dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut. *Pertama*, variabel media sosial (X) memiliki skor rata-rata 3,58 yang berada pada skala interval 3,40 - 4,19 sehingga dapat disimpulkan pengaruh media sosial Instagram @sumbar_rancak dikategorikan baik yakni 72% yang berada pada rentangan 61-80%. Dengan demikian, akun Instagram @sumbar_rancak berhasil menyebarkan informasi melalui media sosial dengan baik dan efektif. *Kedua,* variabel kebutuhan informasi (Y) memiliki skor rata-rata 3,35 yang berada pada skala interval 2,60 - 3,39 sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi wisata *followers* @sumbar_rancak dikategorikan baik yakni 67% yang berada pada rentangan 61-80%. Dengan demikian, akun Instagram @sumbar_rancak baik dalam memenuhi kebutuhan informasi wisata *followers*. *Kelima,* berdasarkan uji hipotesis menunjukkan *sig.* 0,001. Karena nilai *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X (media sosial) terhadap variabel Y (kebutuhan informasi). Sementara nilai thitung 13,795 > ttabel 1,984 yang berarti hipotesis alternatif (Ha) diterima sementara H0 ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

Agianto, R., Setiawan, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi (e-Journal), 7*(2).

Atmoko, Dwi Bambang. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

Guha. (1978). *Documentation and Information*. Calcutta: The World Press Private Limited.

McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail.* Jakarta: Salemba Humanika.

Munthe, E. G., & Sitorus, H. (2022). Strategi Komunikasi Pariwisata Makam Tua Raja Sidabutar Sebagai Citra Ambarita. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *6*(2).

Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Qonaati, A. F. (2021). Pemenuhan Kebutuhan Informasi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Tingkat Kepuasan Pengikut Akun @ISJ11JATENG Arini Fahma Qonaati. *Commercium*, *04*.

Ramadhani Dian Mustika, H. Djafar, Yuliani Rachma Putri. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Teklom. *E-proceeding of Management, 7*(1).

Sholikha, E. A., & Sunarti. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanrais). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *70*(1).

Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*. John Wiley & Sons, hal 263.

Syuderajat, Fajar, dan Kenanga Puspitasari. (2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication Pt Gmf Aeroasia. Fakultas Ilmu 85 Komunikasi Universitas Padjadjaran. *Jurnal Komuniti*, *9*(2).

Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2018). Media sosial sebagai sarana informasi dan promosi pariwisata bagi generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, *4*(1).