

## **Pengaruh Konten Instagram @Baweantourism terhadap Tingkat Wawasan Followers**

**Nuzulur Rahman<sup>1</sup>, Agus Ainul Yaqin M.S<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Jember, Indonesia

Submission: 18/7/2025

Revised: 25/9/2025

Accepted: 10/11/2025

### **Abstrak**

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk tentang destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten Instagram @baweantourism terhadap tingkat wawasan pengikutnya. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, data diperoleh melalui kuesioner kepada followers dan dianalisis dengan uji statistik. Teori komunikasi massa dan efek media digunakan sebagai landasan teoretis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten Instagram dan peningkatan wawasan pengguna, dibuktikan oleh nilai  $t$  hitung ( $19,070$ ) >  $t$  tabel ( $1,982$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial efektif digunakan sebagai strategi promosi dan edukasi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap destinasi wisata lokal seperti Bawean.

**Kata Kunci :** Konten; instgram; efek media

Email

coresponding author:

[nuzulrahman50@gmail.com](mailto:nuzulrahman50@gmail.com)

### **Abstract**

The rise of social media has transformed how people access information, including tourism insights. This study analyzes the influence of Instagram content on @baweantourism toward followers' knowledge levels. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through questionnaires and analyzed statistically. The study is grounded in mass communication and media effects theory. Findings reveal a positive and significant impact of Instagram content on user awareness, indicated by  $t$ -count ( $19.070$ ) >  $t$ -table ( $1.982$ ) and a significance level of  $0.000 < 0.05$ . The study concludes that social media serves as an effective tool for promotion and education in raising public knowledge about local destinations such as Bawean.

**Keywords:** Content; Instagram; media effects

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi dan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi, terutama melalui media sosial berbasis visual seperti Instagram. Platform ini memungkinkan pengguna memperoleh informasi secara cepat, menarik, dan interaktif. Generasi muda, terutama Gen Z, menunjukkan preferensi tinggi terhadap Instagram

sebagai sumber pencarian informasi dibandingkan media tradisional seperti televisi atau mesin pencari (Aisy, 2024). Data dari We Are Social menunjukkan bahwa pada tahun 2024, Instagram menempati posisi kedua sebagai platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia, dengan tingkat penetrasi sebesar 85,3% (Indira, 2024).

Fenomena ini turut dimanfaatkan oleh pelaku pariwisata seperti PT. Wonderful Bawean Tourism, yang mengelola akun Instagram @baweantourism sejak 2015. Akun ini bertujuan sebagai Tourism Information Center (TIC) bagi Pulau Bawean dan aktif menyebarkan konten informatif dan edukatif mengenai wisata, budaya, kuliner, serta kegiatan lokal. Strategi komunikasi berbasis visual melalui Instagram terbukti mampu menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk masyarakat lokal, diaspora Bawean, hingga turis mancanegara (Musyayyana, 2024).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten media sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku dan pemahaman audiens. Penelitian oleh Nisrina Fajari dan Diana Khuntari menemukan bahwa konten Instagram akun @wonosobozone berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya, dengan fokus pada aspek informasi yang relevan dan aktual (Nisrina Fajari & Diana Khuntari, 2023). Sholihul Abidin dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa konten akun Instagram @semuatentangbatam memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku followers-nya. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), yang menunjukkan bahwa kualitas konten secara langsung dapat membentuk minat dan tindakan pengguna (Abidin, 2023). Penelitian lain oleh Safriza Gunawan juga memperlihatkan pengaruh signifikan dari konten akun Instagram @acehtourismtravel terhadap minat followers untuk mengunjungi tempat wisata di Aceh. Temuan ini menekankan bahwa media sosial dapat mempengaruhi keputusan wisatawan melalui efek sosial informasional dan penyampaian pesan visual yang menarik (Gunawan, 2023). Selain penelitian terdahulu diatas, terdapat juga Penelitian terkait pulau Bawean sebelumnya yang dilakukan oleh Asfarina (2017) dan Satvikadewi & Hamim (2018) menyoroti pentingnya promosi dan integrasi strategi komunikasi pariwisata di Pulau Bawean, namun belum secara spesifik meneliti efek konten media sosial terhadap pengetahuan atau wawasan followers atau masyarakat.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis sejauh mana konten Instagram @baweantourism berpengaruh terhadap tingkat wawasan followers-nya. Berdasarkan kerangka teori komunikasi massa dan teori efek media, konten Instagram memiliki potensi membentuk persepsi, sikap, dan pengetahuan audiens melalui mekanisme eksposur yang berkelanjutan (Denis McQuail, 2011). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh konten akun Instagram @baweantourism

terhadap tingkat wawasan followers-nya mengenai Pulau Bawean.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh konten Instagram @baweantourism terhadap tingkat wawasan followers-nya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menggambarkan hubungan antara variabel secara objektif dan terukur menggunakan instrumen dan teknik analisis statistik (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bersifat eksplanatif, karena ingin menjelaskan adanya hubungan kausal antara konten Instagram (variabel bebas) dan tingkat wawasan followers (variabel terikat).

1. **Objek dan Subjek Penelitian** Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @baweantourism yang dikelola oleh PT. Wonderful Bawean Tourism, sebuah lembaga yang berfungsi sebagai Tourism Information Center (TIC) bagi Pulau Bawean. Subjek dalam penelitian ini adalah followers akun tersebut yang berjumlah 13.300 per 4 Desember 2024.
2. **Populasi dan Sampel** Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers @baweantourism. Karena jumlah populasi cukup besar dan tersebar secara geografis, maka peneliti menggunakan teknik stratified random sampling dengan stratifikasi berdasarkan usia (17–50 tahun) dan domisili (lokal dan non-lokal). Teknik stratified random sampling memberikan peluang yang merata bagi setiap unsur populasi untuk terpilih menjadi sampel, sekaligus memastikan keberagaman karakteristik (Sugiyono, 2016). Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 110 responden.
3. **Teknik Pengumpulan Data** Data primer diperoleh melalui:
  - a. Observasi non-partisipatif terhadap akun @baweantourism untuk mencatat jenis, frekuensi, dan karakteristik konten yang diunggah.
  - b. Kuesioner berbasis skala Likert (dari nilai 1 sampai 5) yang disusun berdasarkan indikator variabel bebas dan terikat, dan disebarluaskan melalui Google Form dan wawancara langsung. Skala Likert digunakan karena efektif untuk mengukur sikap, persepsi, dan respon responden terhadap suatu fenomena sosial (Riduwan, 2016).
  - c. Wawancara semi-terstruktur dengan Direktur PT. Wonderful Bawean Tourism untuk memperoleh informasi tambahan terkait strategi konten dan tujuan komunikasi organisasi.
4. **Definisi Operasional dan Instrumen Variabel** Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah konten Instagram @baweantourism, dengan indikator: kualitas visual, informasi-edukasi, daya tarik, interaktivitas, durasi, hashtag, dan caption. Variabel terikat (Y) adalah tingkat wawasan

followers, yang diukur melalui indikator: pengetahuan, persepsi, sikap, tanggapan, dan pemahaman.

5. Instrumen kuesioner terdiri dari 26 pernyataan (13 untuk variabel X dan 13 untuk variabel Y). Setiap item diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi Pearson Product Moment, dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria  $\alpha > 0,60$  untuk menyatakan instrumen reliabel (Sujarweni, 2022).
6. Teknik Analisis Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25.0. Langkah-langkah analisis meliputi:
  - a. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner;
  - b. Uji asumsi klasik yang meliputi: Uji normalitas data (Kolmogorov-Smirnov), Uji Heteroskedastisitas (Scatterplots & Glejser), Uji multikolinearitas
  - c. Analisis regresi untuk mengukur hubungan antara variabel X dan Y;
  - d. Uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh.

Hasil uji statistik menyatakan bahwa model regresi yang dibangun layak digunakan dan memiliki pengaruh yang signifikan ( $t_{hitung} 19,070 > t_{tabel} 1,982$ , signifikansi  $0,000 < 0,05$ ).

## HASIL PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh konten Instagram @baweantourism terhadap tingkat wawasan followers menggunakan analisis regresi linear sederhana. Data dianalisis dengan bantuan software IBM SPSS Statistics versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel independen (X) yaitu konten Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu tingkat wawasan followers.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients beta	t	sig
	B	Std. Error			
(constant)	1,924	2.645		.489	.626
Konten Instagram	.961	.050	.878	19.070	.000

Sumber: SPSS 25, Diolah

Interpretasi tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung} (19,070) > t_{tabel} (1,982)$ . Artinya, terdapat pengaruh signifikan dari konten Instagram

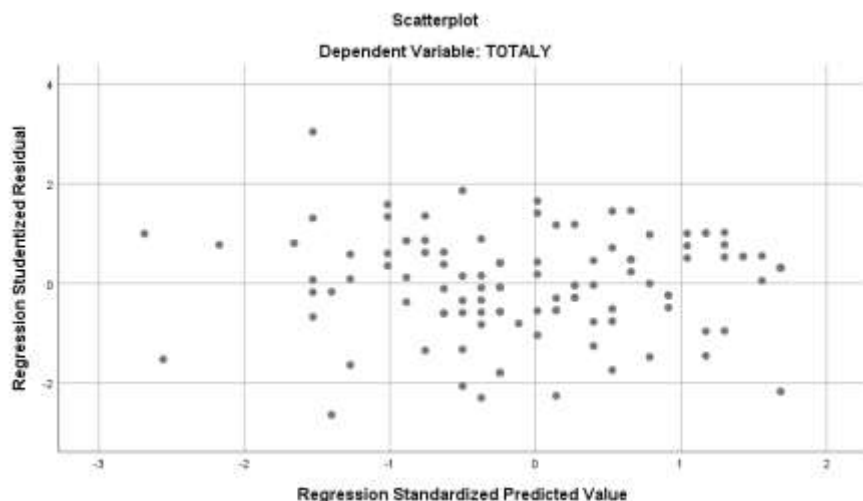
@baweantourism terhadap tingkat wawasan followers. Oleh karena itu, hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak dan hipotesis alternatif (H<sub>a</sub>) diterima, membuktikan adanya hubungan positif antara kedua variabel tersebut.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1.294 + 0.961X$$

Artinya, setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas konten Instagram akan meningkatkan tingkat wawasan followers sebesar 0.961 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten visual dan informatif pada akun @baweantourism sangat memengaruhi tingkat pemahaman dan pengetahuan audiens.

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas (Scatterplots)



Sumber: SPSS 25

Gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak di sekitar garis horizontal, tanpa pola tertentu, menandakan bahwa model regresi memenuhi asumsi linearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 2. Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.878	0.771	0.768

Sumber: SPSS 25 (Diolah)

Nilai R Square sebesar 0.771 menunjukkan bahwa sebesar 77,1% variabel wawasan followers dapat dijelaskan oleh variabel konten Instagram, sementara 22,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Faktor-faktor konten Instagram yang paling berpengaruh menurut responden adalah kualitas visual (foto/video) yang menarik (45,45%), disusul oleh penggunaan hashtag dan frekuensi unggahan.

Tabel 3. Faktor Indikator Y

No.	Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Konten yang diunggah oleh @baweantourism memiliki kualitas visual yang menarik	45.45%	40.00%	12.73%	0.91%	0.91%
2.	Hashtag yang digunakan oleh @baweantourism relevan dan membantu saya menemukan informasi lain terkait Bawean.	32.73%	39.09%	20.91%	5.45%	1.82%
3.	Frekuensi postingan @baweantourism sudah cukup bagi saya untuk mengikuti informasi pariwisata Bawean	35.85%	40.57%	20.75%	1.89%	0.94%

Sumber: SPSS 25 (Diolah)

Temuan ini sejalan dengan teori efek media oleh McQuail, yang menyatakan bahwa media, khususnya media visual dan interaktif, dapat mempengaruhi persepsi dan pengetahuan audiens (Denis McQuail, 2011). Strategi konten yang dilakukan oleh akun @baweantourism terbukti mampu menstimulasi peningkatan pengetahuan serta membentuk wawasan audiens mengenai destinasi lokal. Hal ini dibuktikan jawaban responden pada indikator pemahaman dan pengetahuan yang memiliki nilai tinggi pada sangat setuju dengan nilai 45,87%.

Tabel 4. Faktor Indikator Y

No.	Pernyataan	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya merasa lebih yakin untuk merekomendasikan pariwisata, makanan dan budaya Bawean	45.87%	34.86%	14.68%	3.67%	0.92%

Sumber: SPSS 25 (Diolah)

---

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten Instagram yang disajikan oleh akun @baweantourism memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan tingkat wawasan para pengikutnya. Konten-konten yang ditampilkan, seperti informasi wisata, budaya lokal, kuliner, serta berita terkini seputar Pulau Bawean, disusun secara visual menarik dan komunikatif sehingga mampu menarik perhatian sekaligus memberikan pemahaman baru bagi audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual dan interaktif, tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi pariwisata, tetapi juga sebagai medium edukasi yang efektif dalam membentuk pengetahuan dan persepsi masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi berbasis konten visual yang konsisten dan relevan sangat berperan dalam membangun kesadaran serta menambah wawasan publik mengenai potensi lokal, khususnya destinasi wisata yang belum banyak dikenal seperti Pulau Bawean.

## DAFTAR REFERENSI

- Abidin, S., & Artikel, I. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Perilaku Followers. *Jurnal PROFITA: Akuntansi Dan Manajemen*, 2(X), 22–32.
- Aisy. (2024). *Kenapa Gen Z Lebih Cenderung Mencari Informasi di Media Sosial Daripada di Google?* Gardajati.Com. <https://www.gardajati.com/2024/09/kenapa-gen-z-lebih-cenderung-mencari.html>
- Asfarina, L. (2017). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Pulau Bawean Kabupaten Gresik. *ANALISIS STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PULAU BAWEAN KABUPATEN GRESIK Lia*, 27–31.
- Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Gunawan, S. (2023). Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Core.Ac.Uk*, 50700113127, 5–8. <https://core.ac.uk/download/pdf/198225769.pdf>
- Indira, L. (2024). *10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2024*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>
- ‘Mengenal Objek Penelitian Beserta Jenis Dan Contohnya’, *Kumparan.Com*, 2023 <<https://kumparan.com/ragam-info/mengenal-objek-penelitian-beserta-jenis-dan-contohnya-213Llol6vNN>> [accessed 20 January 2025]
- Nisrina Fajari, & Diana Khuntari. (2023). Pengaruh Konten Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @Wonosobozone. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 42–55. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.475>
- Rachman Jonni, Ronaldho, and Puji Hariyanti, ‘Pengaruh Konten Instagram Terhadap Minat Beli

---

Konsumen Space Coffee Roastery Yogyakarta', *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1.2 (2021), pp. 119–34, doi:10.20885/cantrik.vol1.iss2.art5

Riduwan. (2016). *Pengantar Statistik Sosial*. ALFABETA.

Satvikadewi, A. A. . P., & Hamim. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MEMPROMOSIKAN DAN MENINGKATKAN POTENSI LOKAL WISATA PULAU BAWEAN A.A.I Prihandari Satvikadewi 1 Hamim 2. *Jurnal Representamen*, 79–91.

Santoso, Amanda Putri, Imam Baihaqi, and Satria F Persada, 'Pengaruh Konten Post Instagram Terhadap Online Engagement: Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita' (Sepuluh Nopember Institute of Technology, 2017)

Sholik, Muhammad Ihwanus, Fahrur Rosyid, Khusnul Mufa'idah, Tri Agustina, and Ulfiona Rizki Ashari, 'Merantau Sebagai Budaya (Eksplorasi Sistem Sosial Masyarakat Pulau Bawean)', *Cakrawala*, 10.2 (2016), pp. 143–53

Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (23rd ed.). ALFABETA.

Sujarweni, V. W. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*. PUSTAKABARUPRESS.