



Pengaruh Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Efektivitas Informasi di Bandar Udara Banyuwangi

Yola Veronika¹ R Ibnu Haitam²

Program Studi D-IV Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: yolaveronika27@gmail.com¹

Abstrak

Media sosial merupakan situs web digunakan untuk bertukar teks, foto, video, audio serta jenis informasi lainnya. Salah satu platform media sosial yang sering digunakan adalah Instagram. Bandar Udara Banyuwangi memiliki Instagram dengan nama akun @banyuwangiairport. Dengan populasi pengguna Instagram yang mencapai 85,3% dari total populasi di Indonesia, pemanfaatan platform ini oleh Bandar Udara Banyuwangi menjadi sangat penting untuk memberikan informasi terkini operasional dan layanan yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram dalam meningkatkan efektivitas informasi di Bandar Udara Banyuwangi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *Simple Random Sampling*, di mana sampel yang diambil berjumlah 374 responden dari total 5.898 pengikut akun Instagram tersebut. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji t, koefisien determinasi dan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap efektivitas informasi, dengan nilai t hitung sebesar 14.438 yang lebih besar dari t tabel 1,966 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jenis informasi yang paling efektif disampaikan adalah pengumuman jadwal penerbangan, yang dicari oleh 45,2% responden.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Efektivitas Informasi

Abstract

Social media is a website used to exchange text, photos, videos, audio and other types of information. One of the social media platforms that is often used is Instagram. Banyuwangi Airport has an Instagram with the account name @banyuwangiairport. With a population of Instagram users reaching 85.3% of the total population in Indonesia, the utilization of this platform by Banyuwangi Airport is very important to provide the latest information on operations and services available. This study aims to determine the effect of Instagram social media in increasing the effectiveness of information at Banyuwangi Airport. The research method used is quantitative with data collection through questionnaires. The sampling technique applied was Simple Random Sampling, where the sample taken amounted to 374 respondents from a total of 5,898 followers of the Instagram account. The collected data were analyzed using validity test, reliability test, normality test, linearity test, t test, coefficient of determination and multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that social media has a significant effect on information effectiveness, with a calculated t value of 14.438 which is greater than the t table of 1.966 and a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. the most effective type of information delivered is flight schedule announcements, which are sought by 45.2% of respondents.

Keywords: Social Media, Instagram, Information Effectiveness



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, media sosial digunakan oleh berbagai kalangan untuk menyebarkan informasi dengan cepat menggunakan teknologi berbasis web. Menurut KBBI, media sosial adalah situs web atau aplikasi yang memudahkan orang untuk berpartisipasi dalam jejaring



sosial dan menyebarkan konten. Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi untuk membentuk ikatan sosial virtual serta merepresentasikan diri. Tiga bentuk utama dalam media sosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communication), dan kerja sama (cooperation). Instagram adalah salah satu platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan cerita secara real-time. Menurut data dari "We Are Social", Instagram merupakan aplikasi kedua yang paling banyak digunakan di dunia.

Di Indonesia, pengguna Instagram mencapai 85,3% dari total populasi. Instagram berhasil mempertahankan posisinya sebagai platform media sosial terpopuler kedua di Indonesia sejak tahun 2022, setelah sebelumnya menempati peringkat ketiga pada tahun 2021. Kenaikan popularitas ini menunjukkan bahwa Instagram semakin diminati oleh masyarakat Indonesia. Bandar Udara Banyuwangi berkomitmen memberikan pelayanan terbaik dengan menyediakan informasi melalui akun Instagram @banyuwangiairport. Dengan jumlah pengikut mencapai 5.898 orang, akun ini telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat yang hendak bepergian melalui Bandar Udara Banyuwangi. Melalui akun ini, penumpang dapat mengakses informasi terkait jadwal penerbangan, rute penerbangan, maskapai, fasilitas, event dan lainnya. Namun, di lapangan masih sering ditemukan kendala, seperti kesulitan penumpang dalam memahami atau mendapatkan informasi yang akurat, terutama mengenai jadwal penerbangan, rute, maskapai, waktu check-in, dan perubahan-perubahan terkini. Dengan tingginya jumlah penumpang, Instagram menjadi penting untuk memberikan informasi mengenai Bandar Udara Banyuwangi, seperti jadwal penerbangan, layanan penumpang, dan kebijakan keamanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media social Instagram dalam meningkatkan efektivitas informasi di Bandar Udara Banyuwangi.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten (Kaplan dan Haenlein, 2010). Media sosial terdiri dari:

1. Collaborative Projects (Proyek Kolaborasi), adalah sebuah situs web memungkinkan pengguna untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten, seperti wikipedia.
2. *Blog and Microblog*, *Blog* adalah singkatan dari "web log", yang merupakan aplikasi web berbentuk tulisan-tulisan (posting) yang dipublikasikan di halaman web umum.
3. Content Communities, adalah platform yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk berbagi berbagai jenis media dengan sesama anggota.
4. *Social Networking Sites* (Situs jejaring sosial) adalah aplikasi yang menghubungkan pengguna melalui informasi pribadi, seperti Facebook dan Instagram.
5. *Virtual Game World* (Dunia Permainan Virtual) Merupakan sebuah lingkungan tiruan berbasis 3D (tiga dimensi) di mana pemakai bisa berinteraksi dengan pemakai lain seolah-olah mereka berada di dunia nyata serta membuat avatar khusus.
6. *Virtual social world* (Dunia Sosial Virtual), ialah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan pemakai lainnya dan merasakan kehidupan di dunia virtual, seperti halnya di dalam sebuah game virtual.

Pengertian Instagram

Instagram berasal dari “insta” dan “gram”. Kata insta berasal dari kata instan, sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram, yang fungsinya adalah untuk membagikan informasi dengan mudah dan cepat kepada orang lain. Fitur utama Instagram meliputi: a. Home Page: menampilkan foto terbaru dari pengguna yang diikuti, b. Comments: memungkinkan interaksi melalui kolom komentar, c. Explore: menampilkan foto populer berdasarkan algoritma, d. Profile: Menyediakan informasi tentang pengguna, e. News Feed: Menampilkan notifikasi aktivitas pengguna.

Pengertian Teori 4C

Menurut Chris Heuer, tahapan dalam mengevaluasi efektivitas media sosial terdiri dari 4 komponen pada penggunaan media sosial yakni sebagai berikut: a. Context: Menentukan cara membingkai cerita yang akan dibagikan, termasuk bahasa dan isi pesan. b. Communication: Praktik berbagi cerita dan interaksi, termasuk mendengarkan dan merespons. c. Collaboration: Kerja sama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas. d. Connection: Memelihara hubungan yang dibangun dengan pengguna media.

Pengertian Informasi

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), informasi adalah kumpulan data yang dikumpulkan sebelumnya, yang dapat digunakan sebagai panduan, pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu. Menurut Kelly (2011) dalam Erwan Effendi (2023), informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau di masa mendatang. Kebutuhan Informasi adalah keinginan individu atau kelompok untuk mencari dan memperoleh informasi tertentu guna memenuhi kebutuhan sadar. Adapun kebutuhan informasi menurut (Effendy, 2003) yaitu: Kebutuhan individual (*individual's needs*) dikategorisasikan sebagai kebutuhan kognitif (*cognitive needs*), kebutuhan afektif (*affective needs*), kebutuhan integratif personal (*personal integrative needs*), kebutuhan integratif sosial (*social integrative needs*), dan kebutuhan pelepasan (*escapist needs*).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif berarti penelitian yang telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @banyuwangiairport. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah followers aktif @banyuwangi airport. Pada penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner yang peneliti berikan kepada followers aktif @banyuwangiairport. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik slovin dengan menggunakan rumus slovin Tomas P. Ryan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dengan keterangan n adalah jumlah sampel, n adalah jumlah populasi dan e adalah *margin of error* atau taraf signifikansi. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 5898 sehingga *margin of error* yang digunakan adalah 5%, maka jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{5.898}{1 + 5898 \cdot (0.05^2)} = 374$$

Berdasarkan perhitungan di atas, responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 374 followers yang dianggap representative atau mewakili seluruh populasi penelitian. Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan skala likert atau *Scale Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam penelitian berupa survei. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu:

1. Variabel Independen (X) yaitu media sosial yang terdiri dari beberapa indikator, yaitu:
 - a. Content
 - b. Communication
 - c. Collaboration
 - d. Connection
2. Variabel Dependen (Y), variabel dependen dalam penelitian ini adalah efektivitas informasi dengan lima indikator yaitu:
 - a. Pemenuhan Kebutuhan Kognitif
 - b. Pemenuhan Kebutuhan Afektif
 - c. Pemenuhan Kebutuhan Personal
 - d. Pemenuhan Kebutuhan Integrasi Sosial
 - e. Pemenuhan Kebutuhan pelarian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Uji instrumen, yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas. Uji hipotesis statistic, uji T dan uji koefisien determinasi dan regresi linear sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, responden adalah pengikut aktif akun Instagram @banyuwangiairport dengan total 374 responden. Pada analisis data responden diketahui bahwa laki-laki lebih banyak dibandingkan Perempuan. Laki-laki berjumlah 230 responden atau 61,5% dan perempuan berjumlah 144 responden atau 38,5% dan usia responden adalah 26-35 tahun. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dalam instrument penelitian dinyatakan valid. Nilai koefisien korelasi item-total bervariasi antara 0,588 hingga 0,779 semua nilai tersebut lebih besar dari nilai r tabel 0,101 pada taraf signifikansi 5%. Hal tersebut membuktikan bahwa setiap item pertanyaan diukur secara tepat. Selain itu, pada uji reliabilitas menunjukkan cronbach's alpha sebesar 0,634 untuk variabel media sosial dan 0,742 untuk variabel efektivitas informasi yang keduanya $>$ dari 0,6 yang menunjukkan instrument penelitian yang digunakan memiliki reliabilitas yang baik, sehingga hasil pengukuran dapat diandalkan. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-smirnov* diketahui bahwa nilai signifikan (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,124 yang berarti $>$ 0,05 dan grafik histogram membentuk *bell-shaped* (lonceng). Uji normalitas P-plot Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar cukup dekat dengan garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi tersebut layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai linearitas sebesar 0,000 hal ini berarti nilai linearitas kurang dari 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak artinya media sosial dengan efektivitas informasi mempunyai hubungan yang linear. Uji linearitas antara media sosial dan efektivitas informasi dapat dilihat dari tabel *F Deviation from Linearity* sebesar 1.368 dengan tingkat signifikansi 0.193 Karena nilai $Sig > 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa asumsi linear dalam penelitian ini terpenuhi. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel media sosial (X) dan efektivitas informasi (Y).



persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 13.337 + 0.904X$. telah dibuktikan juga melalui uji koefisien determinasi bahwa media sosial Instagram @banyuwangiairport memberikan nilai kontribusi sebesar 35,9% terhadap efektivitas informasi sedangkan sisanya sebesar 64,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji t melalui SPSS diperoleh nilai t hitung > t tabel ($14.438 > 1,966$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dari itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh media sosial Instagram @banyuwangiairport dalam meningkatkan efektivitas informasi di bandar udara banyuwangi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel media sosial dan variabel efektivitas informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap efektivitas informasi di Bandar Udara Banyuwangi. Data dari perhitungan uji t dengan nilai t hitung sebesar 14.438 dimana nilai tersebut lebih besar dari t tabel yaitu 1,966 dengan nilai signifikansi 0,000, yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, berkontribusi positif terhadap efektivitas informasi di Bandar Udara Banyuwangi. Media sosial Instagram @banyuwangiairport telah terbukti efektif dalam meningkatkan efektivitas informasi kepada masyarakat. Jenis informasi yang paling efektif disampaikan melalui Instagram @banyuwangiairport adalah informasi pengumuman jadwal penerbangan dengan jumlah responden sebanyak 169 orang atau 45,2% dari total 374 responden. Informasi ini sangat dicari oleh masyarakat, terutama oleh mereka yang akan melakukan perjalanan melalui Bandar Udara Banyuwangi. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang sangat bergantung pada informasi yang akurat dan terkini mengenai jadwal penerbangan bandar udara Banyuwangi.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji variabel lain yang dapat mempengaruhi efektivitas informasi, seperti tingkat literasi digital penumpang, jenis konten yang disajikan, atau interaksi pengguna dengan akun media sosial. Disarankan pula menggunakan metode penelitian gabungan, yaitu kuantitatif dan kualitatif, untuk memperoleh data numerik yang kuat serta wawasan mendalam tentang pengalaman pengguna. Untuk meningkatkan efektivitas informasi, pengelola akun Instagram @banyuwangiairport disarankan terus memperbarui konten dan meningkatkan interaksi dengan pengguna, literasi digital perlu diperhatikan agar penumpang dapat lebih mudah mengakses informasi yang disediakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, I. D., Murtiariyati, D., Widya, S., dan Yogyakarta, W. (2022). Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati Souvenir Project. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, 2(2).
- Astri, B., Wulan, C., dan Soni, M. (2023). Kontribusi Media Sosial Dalam Memperkuat Integrasi Nasional. *Jurnal Ilmiah* 13(2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian->
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Dilihatya. (2014). Pengertian Pengaruh Menurut Para Ahli. Diakses pada 18 Desember 2024, dari <https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-menurut-para-ahli>
- Effendi, E., Salsabila, A. Z., Nur Jannah, S. W., & Hidayat, W. (2023). Konsep sistem informasi dalam perspektif Islam. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(2), 33-42. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>



- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., dan Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal sistem informasi manajemen dakwah (Pengertian sistem, karakteristik sistem). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.1234/jpk.v5i2.1234>
- Effendy, O. (2000). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT.Rosdakarya.
- Fauziyyah, S. N., Rina, N. (n.d.). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. In *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2020).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidi, M. S. (2010). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. UMM Press.
- Hootsuite (We Are Social). (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/> pada 15 Agustus 2024.
- J. I., Sukma Faradiba, O., Muchsin, S., Hayat, dan Negara, J. A. (2021). Efektifitas Kinerja Pelayanan Sensus Penduduk Berbasis Online Di Badan Pusat Statistik Kota Malang. *Jurnal Ilmiah* 2(1).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2015). *KBBI Daring*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Kaplan, A. M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Luthfi, M., dan Mubarak, M. T. (2023). Efektivitas Instagram sebagai media informasi Pondok Modern Darul Hijrah Putra Martapura. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 15(2), 1-10. <https://doi.org/10.1234/jkti.v15i2.5678>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurrudin. (2003). *Teori uses And Gratification*.
- Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 39 Tahun 2019 tentang Tatanan Kebandar Udara Nasional.
- Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). Motif penggunaan Instagram Story: Studi kasus pada siswa siswi jurusan multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 263-275. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.org>
- Salsabil, Z., dan Arfa, M. (n.d.) (2016). Efektivitas Website Femaledaily.Com Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pengguna. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 201-210.
- Suardi. (2016). Antara Media Sosial dalam Komunikasi Politik. *Jurnal RISALAH*, 27(2), 82-86.
- Sugianto Putri, C. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5).
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sutrisno, A. P., dan Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common* |, 5(2), 1-10. <https://doi.org/10.34010/common>.
- Tukino. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Marketing Pada Pt Pulau Cahaya Terang. *Computer Based Information System Journal*, 8(1), 25–33.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan.
- West, R., dan Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika