



Pengaruh Nilai Berita dan Tingkat Literasi Konten Akun Instagram @Bogoreatery terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner di Kota Bogor

Rangga Putra Pamungkas*, Emilianshah Banowo

Universitas Gunadarma, Indonesia

Email: ranggaputrapamungkas400@gmail.com*, emil@staff.gunadarma.ac.id

Keywords:

News value; Literacy level;
Fulfillment of information needs;
Culinary tourism; Instagram
@Bogoreatery.

Abstract

The purpose of this study is to determine how much influence the news value and content literacy level of the Instagram account @Bogoreatery has on fulfilling the need for culinary tourism information in Bogor City. This research method uses a quantitative method by conducting a survey distributing questionnaires to respondents. The technical analysis of data in this study uses multiple linear regression analysis. Respondents in this study are followers of the Instagram account @Bogoreatery and have accessed content on Instagram @Bogoreatery with a total sample of 400 respondents. The theory used in this study is the uses and gratification theory related to the audience being able to choose and use media to fulfill their information needs, by actively following the Instagram account @Bogoreatery on content related to culinary tourism. The results of the study show that there is an influence of news value, the level of content literacy of the Instagram account @Bogoreatery on fulfilling the need for culinary tourism information in Bogor City which has a very strong correlation. The better the news value and literacy level of the Instagram account @Bogoreatery, the stronger the influence on fulfilling the need for information in culinary tourism in Bogor City.

Kata Kunci:

Nilai berita; Tingkat literasi;
Pemenuhan kebutuhan informasi;
Wisata kuliner; Instagram
@Bogoreatery.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Nilai Berita Dan Tingkat Literasi Konten Akun Instagram @Bogoreatery Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata Kuliner Di Kota Bogor. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei membagikan kuesioner kepada responden. Teknis analisis data pada penelitian ini, menggunakan analisis regresi linier berganda. Responden dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @Bogoreatery dan pernah mengakses konten pada Instagram @Bogoreatery dengan keseluruhan jumlah sampel 400 responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori uses and gratification yang berhubungan dengan khalayak sudah mampu untuk memilih dan menggunakan media untuk pemenuhan kebutuhan informasi mereka, dengan aktif menjadi pengikut pada akun Instagram @Bogoreatery pada konten yang berhubungan dengan wisata kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh nilai berita, tingkat literasi konten akun instagram @Bogoreatery terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor yang dimana memiliki korelasi yang sangat kuat. Semakin baik nilai berita dan tingkat literasi akun Instagram @Bogoreatery maka dapat dengan kuat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi dalam wisata kuliner di kota Bogor.

PENDAHULUAN

Adanya perkembangan baru dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi sangat mempengaruhi dampak yang signifikan dalam semua aspek yang ada pada kehidupan masyarakat saat ini. Salah satunya sebagai bidang promosi dalam pemenuhan kebutuhan informasi khalayak. Perkembangan teknologi bidang komunikasi ini menjadikan media sosial sebagai tempat yang sangat efektif dalam pencarian sebuah informasi (Sahban, 2024). Media sosial menurut Azhar (2020) merupakan bentuk dari sebuah inovasi berdasarkan hasil perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi yang dijadikan sebagai suatu wadah dalam suatu proses pertukaran informasi dengan menggabungkan tiga unsur utama yaitu teks, suara dan video berupa pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah konten untuk disebar luaskan.

Instagram ialah bagian dari satu media sosial yang populer yang banyak digunakan untuk menyebarkan informasi dalam sebuah konten dengan banyaknya fitur yang tersedia (Sikumbang, dkk, 2024). Instagram menurut Kusumadinata (2023) adalah suatu wadah yang merupakan bagian dari hasil inovasi media digital yang tidak hanya digunakan sebagai media untuk interaksi saja, melainkan saat ini banyak digunakan untuk mencari informasi, salah satunya adalah informasi mengenai destinasi wisata kuliner (Subarkah, Luthfie & Kusumadinata, 2024).

Adanya media Instagram memberikan ruang bagi pengguna media sosial Instagram untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dalam penyebaran informasi di Instagram, tidak semua isi konten berisi positif, hal ini dapat dilihat juga, masih banyaknya isi konten negatif yang disebarluaskan melalui media Instagram. Pada era ini banyaknya mereka pengguna Instagram bersikap impulsif dengan menerima langsung informasi yang diberikan tanpa memeriksa kebenaran dari nilai berita yang diberikan pada akun Instagram tersebut (Susanti, 2025).

Keberadaan Instagram memberikan ruang pada keberadaan literasi digital, hal ini ditandai dengan literasi digital tidak hanya berhubungan pada kemampuan dalam pemberian dan penerimaan informasi melainkan sebagai wadah untuk mengakses, menganalisis, menggali sebuah informasi melalui nilai berita yang diinformasikan (Jamri & Salehudin, 2025). Penyebaran informasi melalui konten pada media sosial memberikan tantangan akan bahayanya penyampaian berita yang disampaikan tidak sesuai dengan fakta yang dengan menyampingkan unsur nilai berita yang sesuai (Haliq, Hafid, Asriadi & Nojeng, 2025).

Nilai berita menurut Kurniawan (2019) adalah bagian dari sebuah acuan dalam jurnalistik dalam memutuskan fakta yang pantas untuk dijadikan sebuah berita yang ditentukan oleh seberapa jauh sebuah syarat tertentu dapat dipahami dan menjadi ukuran penting dalam sebuah informasi yang ingin ditayangkan (Masitoh, Nusantara & Wulandari, 2022). Nilai berita menurut Kurniawan (2019) dapat diukur melalui sepuluh elemen yang ada, diantaranya keterbukaan, jarak, akibat, konflik, keluarbiasaan, seks, kemanusiaan, cuatan, kegelisahan dan kemajuan. Adanya kemudahan dalam penyebaran konten informasi yang diberikan, menyebabkan lemahnya nilai berita yang ada. Pengguna Instagram saat ini hanya mementingkan mengenai informasi agar bisa tersampaikan dengan baik, tanpa memperhatikan nilai berita untuk menghasilkan berita yang berdasarkan fakta (Winarto, Aminah & Valdiani, 2023).

Tingkat literasi menurut Martin & Grudziecki (2014) adalah bentuk kesadaran, sikap dan kemampuan seseorang dalam menggunakan sebuah alat digital sebagai wadah dalam berkomunikasi dan pemenuhan kebutuhan informasi. Literasi digital adalah suatu konsep yang

menjelaskan mengenai ketertarikan, sikap dan kemampuan seseorang dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Pentingnya pemahaman mengenai tingkat literasi media mempengaruhi seseorang dalam menerima informasi yang sesuai dengan fakta yang ada. Tingkat literasi media mempengaruhi bentuk pola pikir dan perilaku seseorang untuk bertindak setelah menerima informasi yang didapatkan (Nope & Natonis, 2025). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh kementerian komunikasi dan informatika tahun 2024, dijelaskan bahwa indeks literasi digital tahun 2024 mengalami kenaikan mencapai skor 3,54 dalam skala 1-5.

Alasan peneliti mengambil Akun Instagram @Bogoreatery sebagai objek penelitian dalam penelitian ini. Diketahui akun instagram @Bogoreatery memiliki karakteristik tersendiri dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan wisata kuliner. Konten instagram yang ditayangkan pada akun @Bogoreatery diketahui banyak memberikan konten yang di paparkan melalui sebuah video pendek yang disampaikan dengan suara (*voice over*). Diketahui akun instagram @Bogoreatery juga memiliki jumlah konten dan jumlah postingan yang cukup banyak jika dibandingkan dengan akun instagram lain, dengan karakteristik yang sama.

Pemenuhan kebutuhan informasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Pemenuhan kebutuhan informasi menurut Perdana, dkk (2012) adalah sebuah proses pada diri manusia untuk mengandalkan informasi melalui sebuah media dengan tujuan untuk menambah, meningkatkan dan menganalisis sebuah pengetahuan yang didapatkan dengan tujuan memperoleh sebuah kepuasan dari informasi yang didapatkan (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Pemenuhan kebutuhan informasi seseorang dapat diukur oleh beberapa indikator yang ada menurut Guha & Syaffril (2012) adalah *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Exhaust Need Approach* dan *Catching-up Need Approach* (Fajriansyah, 2023).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis pada teori Uses and Gratification. Asumsi dasar teori ini menurut Anthony & Limperor (2013) berpendapat bahwa teori ini didasarkan pada penggunaan media yang didasarkan pada kebutuhan seseorang, dan dalam teori ini media memiliki fitur unik dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Kesimpulan dalam teori ini menjelaskan bahwa penggunaan media dipengaruhi oleh preferensi yang berasal dari faktor-faktor psikososial dari pada faktor media itu sendiri. teori uses and gratification ini juga memberikan pemahaman mengenai bagaimana seseorang dalam memilih media dalam memenuhi pemenuhan kebutuhan mereka yang diterapkan dalam penggunaan media sosial (Nabilla, Setiaman & Sunarya, 2024).

Penelitian terdahulu pertama dengan judul penelitian Pengaruh konten Instagram @Folkative terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z yang diselesaikan oleh Zahra Khairunnissa Herlambang & Sri Dewi Setiawati tahun 2025. Akun Instagram @Folkative adalah sebuah akun yang berisikan mengenai konten informasi update yang ada di Indonesia yang dikhususkan pada untuk Kaum muda dan Millennial. Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat pengaruh konten Instagram @Folkative terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z dengan tingkat pengaruh sedang atau moderat. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification dengan objek penelitian yaitu akun Instagram @Folkative. Hal ini memiliki kesamaan pada objek penelitian yaitu menggunakan objek penelitian media sosial Instagram yang identik dalam pemberian informasi mengenai sebuah informasi melalui konten yang diupload pada akun tersebut.

Penelitian terdahulu kedua dengan judul penelitian Pengaruh penggunaan akun Instagram @Ussfeeds terhadap Pemenuhan Kebutuhan informasi followers di kalangan Mahasiswa

Fakultas Ilmu Sosial jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Sumatera Utara yang diselesaikan oleh Nurfan Erizal, Syukur Kholil & Nabila Yasmin tahun 2024. Akun Instagram @Ussfeeds adalah salah satu dari akun Instagram top 6 dalam kategori media digital favorit generasi Z yang memberikan konten mengenai informasi update yang sedang terjadi. Hasil dari penelitian ini dijelaskan bahwa terdapat penggunaan akun Instagram @Ussfeeds terhadap Pemenuhan Kebutuhan informasi followers di kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Sumatera Utara dengan tingkat pengaruh tinggi. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification dengan objek penelitian yaitu akun Instagram @Ussfeeds. Hal ini memiliki kesamaan pada objek penelitian yaitu menggunakan objek penelitian media sosial Instagram yang identik dalam pemberian informasi mengenai sebuah informasi melalui konten yang diupload pada akun tersebut.

Perbedaan dalam penelitian ini dengan sebelumnya, yaitu terlihat pada variabel bebas yang diteliti. Peneliti menciptakan pembaharuan dalam penelitian ini yaitu dengan mengganti variabel bebas menjadi nilai berita dan Tingkat literasi pada media sosial Instagram dengan akun yang berbeda pada analisis teori yang sama yaitu penerapan pada teori Uses and Gratification terhadap pemenuhan kebutuhan informasi khususnya pada followers akun Instagram.

Alasan peneliti mengangkat permasalahan ini yaitu berdasarkan data Kominfo tahun 2025 yang didapatkan diketahui bahwa Jawa Barat menjadi salah satu provinsi dengan tingkat literasi terbaik nomer 7 di Indonesia yaitu dengan skor 3,54. Bogor menjadi salah satu wilayah di Jawa Barat dengan potensi besar tujuan wisata kuliner di Jawa Barat hal ini dikarenakan banyaknya jenis makanan yang tersedia di Kota Bogor yang menjadikan wisata paling banyak di kunjungi di Jawa Barat nomer dua. Dan saat ini media sosial menjadi salah satu wadah yang paling banyak digunakan nomer dua sebanyak 65% sebagai sarana dalam pemenuhan kebutuhan informasi di kota Bogor yang dimana salah satunya adalah wisata kuliner berdasarkan sumber dari website Bogor tahun 2025.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh konten media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner. Secara spesifik, penelitian ini mengkaji apakah nilai berita pada konten akun Instagram @Bogoreatery berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor, serta apakah tingkat literasi konten pada akun tersebut juga memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah nilai berita dan tingkat literasi konten secara simultan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai berita dan tingkat literasi konten pada akun Instagram @Bogoreatery terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor. Secara lebih rinci, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai berita secara parsial, pengaruh tingkat literasi konten secara parsial, serta pengaruh keduanya secara simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara akademis dan praktis. Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan media sosial, nilai berita, dan literasi konten dalam proses komunikasi digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan dalam penerapan teori Uses and Gratification serta sebagai pembanding untuk

penelitian selanjutnya. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengenai pengaruh nilai berita dan tingkat literasi konten media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dalam memanfaatkan media sosial secara lebih efektif dan informatif.

METODE PENELITIAN

Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu pendekatan sistematis berbasis data numerik untuk menguji hubungan antar variabel (Creswell, 2013; Gnawali, 2022 dalam Waruwu et al., 2025; Sugiyono, 2019 dalam Aliffa & Wardani, 2025). Metode ini menekankan variabel, teknik pengumpulan data, alat ukur, serta analisis data dalam bentuk statistik (Susanto et al., 2024).

Paradigma yang digunakan adalah positivisme, yaitu pendekatan berbasis data empiris dan analisis statistik (Winarsunu, 2017 dalam Wijaya, 2025). Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik berganda, dengan dua variabel independen (nilai berita/X1 dan literasi konten/X2) serta satu variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi/Y) (Sugiyono, 2019; Fuji, 2022).

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran utama dalam penelitian kuantitatif untuk memperoleh data yang objektif, valid, dan reliabel (Sugiyono, 2018 dalam Fajriansyah, 2024; Supriati, 2012 dalam Nathalia, 2024). Objek juga menjelaskan kondisi dan situasi masalah yang diteliti (Dartiningsih, 2016). Dalam penelitian ini, objeknya adalah nilai berita dan tingkat literasi konten Instagram @Bogoreatery terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor.

Subjek penelitian adalah sumber informasi utama yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah (Moleong, 2010 dalam Fajriansyah, 2024; Sugiyono, 2008 dalam Djati, 2024). Subjek dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @Bogoreatery sebanyak 419 ribu (April 2025) sebagai representasi populasi.

Sumber Data

Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder (Sugiyono, 2018). Data primer diperoleh langsung melalui survei kuesioner kepada responden (Sulung & Muspawi, 2024), sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal, website, dan publikasi terkait (misalnya Hootsuite, website Bogor). Data sekunder memiliki keunggulan dalam efisiensi waktu dan biaya.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi dan kuesioner (Sugiyono, 2019). Observasi digunakan untuk mengamati fenomena melalui sumber seperti Instagram @Bogoreatery dan data digital lainnya (Sugiyono, 2018).

Kuesioner menjadi metode utama karena efisien dalam penelitian kuantitatif (Bastian, 2024), dengan menggunakan Google Form sebagai media pengumpulan data yang memudahkan responden (Gultom, 2023 dalam Fajriansyah, 2024).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek/subjek penelitian dengan karakteristik tertentu

(Sugiyono, 2019; Arikunto, 2021). Dalam penelitian ini, populasi adalah 419 ribu followers Instagram @Bogoreatery (Fajriansyah, 2024).

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik tertentu (Sugiyono, 2019). Teknik yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ratih & Novianti, 2019; Sugiyono, 2018), seperti penggunaan Instagram dan periode penelitian April 2025.

Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen dengan melihat korelasi Pearson (Sugiyono, 2014 dalam Zahra & Rina, 2018). Data dinyatakan valid jika r hitung $> r$ tabel.

Uji reliabilitas mengukur konsistensi alat ukur menggunakan Cronbach Alpha $> 0,60$ (Putri, 2019; Hudatulloh, 2020). Instrumen yang reliabel menunjukkan hasil yang stabil dan dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan validitas model regresi (Ghozali, 2016; Iba & Wardhana, 2025).

1. **Uji Normalitas:** menggunakan Kolmogorov-Smirnov; data normal jika $\text{sig} > 0,05$ (Ghozali, 2009; Pramono et al., 2021).
2. **Uji Linieritas:** melihat hubungan linear antar variabel (Sugiyono, 2015; Achmad, 2023).
3. **Uji Multikolinieritas:** tidak terjadi jika $\text{tolerance} > 0,05$ dan $\text{VIF} < 10$ (Maesyarrah, 2020).
4. **Uji Heteroskedastisitas:** diuji melalui scatterplot dan uji Glejser (Bhuono, 2005; Ramadhani et al., 2021).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel (Tribasuki, 2016 dalam Yusuf et al., 2024). Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh nilai berita (X_1) dan literasi konten (X_2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y) (Siregar, 2013).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari:

1. **Koefisien Determinasi (R^2):** mengukur kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen (Soedyafa, 2020; Nabilah, 2024). Nilai semakin mendekati 1 menunjukkan pengaruh semakin kuat.
2. **Uji T:** menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap dependen (Priyatno, 2011; Sugiyono, 2018).
3. **Uji F:** menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap dependen (Ghozali, 2016; Afriansyah & Hermelinda, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada variabel X_1 terdapat 6 pernyataan yang tidak valid dari total 30 pernyataan, sehingga tersisa 24 pernyataan yang dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung $> r$ tabel (0,361). Sementara itu, seluruh pernyataan pada variabel X_2 dan variabel Y dinyatakan valid karena memenuhi kriteria r hitung $> r$ tabel (0,361). Dengan

demikian, instrumen penelitian yang digunakan pada variabel X2 dan Y sepenuhnya valid, sedangkan pada variabel X1 telah dilakukan eliminasi terhadap item yang tidak valid.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa ketiga variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha pada variabel X1 sebesar 0,872, variabel X2 sebesar 0,875, dan variabel Y sebesar 0,930, dimana seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Selanjutnya, berdasarkan uji normalitas diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,098 yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Pada uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi yang dihasilkan pada variabel X1 sebesar 0,675 dan X2 sebesar 0,449, dimana kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian.

Pada uji linieritas, nilai signifikansi Deviation from Linearity untuk variabel X1 sebesar 0,659 dan X2 sebesar 0,130, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linier. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel X1 dan X2 sebesar 0,398 ($>0,1$) serta nilai VIF sebesar 2,513 (<10), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model penelitian.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,680, yang berarti bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi variabel Y sebesar 68%, sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Pada uji regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 15,453 + 0,547X_1 + 0,529X_2 + e$, yang menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 15,453 bernilai positif dan masing-masing variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk variabel X1 dan X2, dengan nilai t hitung masing-masing sebesar 10,962 dan 8,482 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Selain itu, pada uji hipotesis simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 422,662 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05 serta lebih besar dari F tabel sebesar 2,627. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh Nilai berita dan Tingkat literasi konten akun Instagram @Bogoreatery terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor, diperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

Berdasarkan uji validitas, seluruh item pertanyaan pada kuesioner pada variabel X1 nilai berita dengan jumlah pernyataan sebanyak 30 pernyataan. Diketahui sebanyak 6 pernyataan yang tidak valid, yaitu dibuktikan dengan nilai r hitung $< r$ tabel yang ditentukan yaitu 0,361. Pada variabel X1 jumlah pernyataan valid sebanyak 24 pernyataan. variabel X2 tingkat literasi diketahui jumlah pernyataan sebanyak 18 dan dinyatakan valid semua. Pada variabel Y pemenuhan kebutuhan informasi diketahui jumlah pernyataan sebanyak 27 dan dinyatakan valid semua. Uji reliabilitas juga menunjukkan hasil yang baik dengan nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel di atas 0,6, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Pada tahap selanjutnya, penulis melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Pada uji normalitas, metode yang digunakan dalam pengujian ini yaitu metode Kolmogorov Smirnov dengan hasil signifikansi sebesar 0,098. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dapat berdistribusi dengan normal. Selanjutnya uji multikolinearitas, pada uji ini nilai tolerance pada variabel X1 dan X2 sebesar 0,398 dan nilai VIF pada variabel X1 dan X2 sebesar 2,513, nilai dalam uji multikolinearitas ini memenuhi ketentuan uji multikolinearitas ini, karena nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam uji multikolinearitas bebas dari multikolinearitas.

Berikutnya pada uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi dari variabel nilai berita (X1) yaitu sebesar $0,675 > 0,05$ dan nilai signifikansi dari variabel Tingkat Literasi (X2) yaitu sebesar $0,449 > 0,05$, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan variabel X2 tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Selanjutnya, pada uji linearitas, diperoleh hasil Sig. Deviation from Linearity untuk X1 sebesar $0,069 > 0,05$ dan nilai Sig. Deviation from Linearity untuk X2 sebesar $0,130 > 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel nilai berita (X1) dan Tingkat literasi (X2) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi (Y).

Selanjutnya, setelah melakukan uji asumsi klasik, peneliti melanjutkan dengan uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh dari masing-masing variabel independen, yaitu nilai berita (X1) dan Tingkat literasi (X2) terhadap variabel dependen, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Hasil dari uji regresi linear berganda yaitu : $Y = 15,453 + 0,547 X1 + 0,529 X2 + e$. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa, nilai berita (X1) dan tingkat literasi (X2) berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dalam berwisata kuliner (Y). Semakin baik nilai berita dan Tingkat literasi yang ada pada akun Instagram @Bogoreatery, maka semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi yang muncul dalam berwisata kuliner di Bogor.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji hipotesis yaitu meliputi uji T (parsial) dan uji F (simultan). Selanjutnya, peneliti melakukan uji hipotesis yaitu meliputi uji T (parsial) dan uji F (simultan). Pertama yaitu uji T (parsial) dilakukan untuk mengetahui apakah dari masing-masing variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji T menunjukkan bahwa nilai uji t-hitung untuk variabel Nilai berita (X1) adalah 10,962 dan nilai uji t-hitung untuk variabel Tingkat literasi (X2) adalah 8,482. Kedua nilai t-hitung pada dua variabel yaitu nilai t hitungnya lebih besar daripada nilai t-tabel, yaitu lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara nilai berita dan Tingkat literasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dalam berwisata kuliner di kota Bogor. Selanjutnya, uji F (simultan) bertujuan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F-hitung yaitu sebesar 422,662, nilai ini lebih besar daripada nilai F-tabel yaitu senilai 2,628. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai berita (X1) dan Tingkat literasi (X2) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor. (Y).

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan uji linearitas, dapat disimpulkan bahwa baik nilai berita maupun Tingkat literasi sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor. Secara parsial, masing-masing

variabel memberikan pengaruh, dan secara simultan keduanya juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi. Uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara nilai berita dan Tingkat literasi dengan pemenuhan kebutuhan informasi bersifat linear, berdasarkan hasil nilai berita memiliki pengaruh yang lebih kuat jika dibandingkan dengan variabel tingkat literasi, dengan kata lain dijelaskan bahwa kesegeraan, kedekatan, konsekuensi nilai berita, dan hubungan antara peristiwa dengan sebuah informasi yang di sebarakan lebih dominan dalam mendorong pemenuhan kebutuhan informasi jika dibandingkan dengan kemampuan skill, pemahaman krisis dan kemampuan sosialisasi mengenai wisata kuliner di kota Bogor.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai berita dan Tingkat literasi sama- sama berpengaruh terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi dalam wisata kuliner di kota Bogor. Jika dilihat secara terpisah, keduanya memberikan pengaruh yang cukup besar, dan saat diuji bersama, hasilnya juga tetap menunjukkan adanya pengaruh yang kuat. Uji linearitas memperlihatkan bahwa hubungan antarvariabel berjalan searah dan konsisten; artinya, semakin baik nilai berita dan Tingkat literasi pada konten yang diberikan melalui akun Instagram @Bogoreatery, maka semakin besar kemungkinan mereka terpenuhi informasinya dalam wisata kuliner di Bogor. Pengaruh Nilai berita lebih besar dibandingkan Tingkat literasi, sehingga konten yang ada pada akun Instagram @Bogoreatery bersifat informatif dan menjadi faktor utama dalam pemenuhan kebutuhan informasi dalam wisata kuliner di Bogor.

Nilai berita menurut Ulfitriani, dkk (2024) menjelaskan mengenai peran nilai berita yang dianggap sebagai suatu unsur yang efektif dalam penyajian sebuah berita di Instagram. Pada sebuah jurnal yang berjudul “Efektivitas media informasi dalam pembangunan wisata kuliner di kota Kupang” terdapat penemuan bahwa “Konten Instagram dengan nilai berita yang baik meningkatkan pengetahuan mengenai wisata kuliner di Kupang yang menyebabkan Peningkatan pada Minat Wisata pada objek kuliner (Bagaihing, Conterius, Engge, 2025). Dalam konteks penelitian ini, nilai berita merujuk pada sebuah informasi yang disampaikan pada akun Instagram @Bogoreatery. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin baik nilai berita yang disampaikan, maka akan semakin besar juga pemenuhan kebutuhan informasi followers mengenai wisata kuliner yang ada di kota Bogor.

Tingkat literasi menurut Kern (2000) dalam sebuah karya yang berjudul “ *The Literacy and Numeracy*” menjelaskan bahwa “Kemampuan pada tingkat literasi yang baik pada sebuah objek yang melibatkan sebuah kolaborasi antar penyedia informasi (media) baik telah dibaca atau di dengar memberikan pengaruh yang baik dalam pertimbangan berbagai informasi yang diterima guna terpenuhinya kebutuhan informasi yang sesuai” (Riansyah & Ismail, 2024). Hal ini menjelaskan tingkat literasi yang baik seseorang dalam menggunakan media. Dalam konteks penelitian ini merujuk pada kemampuan skill, pemahaman krisis dan kemampuan dalam bersosialisasi terhadap konten yang diberikan pada akun instagram @Bogoreatery. Hasil penelitian membuktikan bahwa semakin baik kemampuan skill seseorang baik dalam pemikiran krisis ataupun bersosialisasi maka akan semakin meningkatkan pemahaman seseorang terhadap informasi yang dibutuhkan mengenai wisata kuliner di kota Bogor.

Adapun pemenuhan kebutuhan informasi dijelaskan sebagai Pemenuhan kebutuhan informasi dijelaskan sebagai suatu proses kebutuhan dalam diri khalayak dalam pemenuhan beragam kebutuhan seperti memperluas, menambahkan, meningkatkan dan menganalisis

sebuah informasi yang didapatkan melalui berbagai sumber yang ada, dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi sehari-hari. Pada penelitian ini khalayak menjadi followers pada akun Instagram @Bogoreatery dengan tujuan agar pemenuhan kebutuhan informasi mengenai motivasi diri dapat terpenuhi.

Hasil penelitian ini, dapat dijelaskan melalui penerapan teori Uses and Gratification. Teori uses and Gratification menjelaskan mengenai Fenomena lahirnya teori uses and gratification dilihat dari audience yang mendapat Hasrat baik secara faktor psikologis dan sosial untuk memilih mengenai apa yang mereka inginkan berdasarkan terpaan media yang diberikan. Fenomena dalam terciptanya teori ini dilihat berdasarkan bagaimana saat ini khalayak bersifat aktif dalam memilih media yang digunakan. Berikut adalah implementasi permasalahan penelitian terhadap teori Uses and gratification berdasarkan lima asumsi dasar teori ini, adalah sebagai berikut:

1. Khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media yang berorientasi kepada tujuan masing-masing. Pada penelitian ini followers akun Instagram @Bogoreatery dianggap sebagai khalayak yang aktif dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di bogor dengan menjadi pengikut akun Instagram @Bogoreatery.
2. Terciptanya suatu inisiatif dalam menghubungkan suatu pemuasan kebutuhan informasi khalayak. Pada penelitian ini terciptanya keinginan secara sendiri pada khalayak untuk menjadi followers akun Instagram @Bogoreatery sebagai Upaya dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor.
3. Media masa memiliki peran penting dan harus bersaing dengan media- media lainnya. Pada penelitian ini media Instagram @Bogoreatery memiliki ciri khas yang unik sebagai Upaya dalam bersaing dengan akun lainnya, dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi mengenai wisata kuliner yang ada di Bogor.
4. Seseorang mempunyai kesadaran besar dalam menggunakan media. Pada penelitian ini khalayak dianggap memiliki kesadaran penuh sebagai followers dalam Upaya pemenuhan kebutuhan informasi mengenai wisata kuliner yang ada di Bogor.
5. Teori uses and gratification menganalisis mengenai hubungan antar menggunakan media. Pada penelitian ini timbulnya sebuah Analisa mengenai pengaruh antar nilai berita dan Tingkat literasi akun instagram @Bogoreatery terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner yang ada di Bogor.

Berdasarkan hasil kaitan teori uses and gratification dengan permasalahan yang dapat dibahas, dapat disimpulkan bahwa analisis dalam teori uses and gratification dengan permasalahan ini mengenai hubungan antar penggunaan media followers akun Instagram @Bogoreatery terhadap isi konten yang disampaikan meliputi nilai berita dan tingkat literasi mengenai wisata kuliner yang ada di Bogor. Hal ini diperkuat dengan keterkaitan pada asumsi teori yang ada dimana, followers akun Instagram @Bogoreatery dianggap aktif dalam menggunakan media yang berasal dari keinginan sendiri dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor. Media juga memiliki peran penting dalam penyebaran informasi sehingga dibutuhkan karakteristik yang berbeda dengan media lain, sebagai suatu bentuk daya tarik khalayak dalam menyaksikan sebuah konten yang diberikan, seperti halnya konten akun Instagram @Bogoreatery yang memiliki keunikan tersendiri terutama dalam pemaparan nilai berita dan isi konten mengenai pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Bogor.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama yang berjudul Pengaruh Nilai Beirta dan Kredibilitas Media Akun Instagram @Kompascom terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi followers yang ditulis oleh Siti Masitoh, Edy Nursanta & Christiana Wulandari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang kuat dan positif antar Nilai Beirta dan Kredibilitas Media Akun Instagram @Kompascom terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi followers, dengan demikian semakin baik nilai brita dan kredibilitas sumber akun Instagram @Kompas.com maka akan semakin kuat juga pemenuhan kebutuhan informasi followers. Sementara itu penelitian ini yang berjudul Pengaruh Nilai berita dan Tingkat literasi konten akun Instagram @Bogoreatery terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor memiliki hubungan yang kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner yang ada di kota Bogor.

Penelitian terdahulu yang kedua yang berjudul Pengaruh Terpaan dan Nilai Berita Hoax Politik Akun Instagram @Tempo.cekfakta terhadap Sikap Followers akun @Tempo.cekfakta yang ditulis oleh Citra Puspa Maulidina & Amri Dunan. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang cukup dan positif antar terpaan dan nilai Berita Hoax Politik Akun Instagram @Tempo.cekfakta terhadap Sikap Followers akun @Tempo.cekfakta dengan demikian semakin baik terpaan dan informasi mengenai nilai berita @Tempo.cekfakta maka akan semakin cukup juga mempengaruhi sikap follower terutama dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Sementara itu penelitian ini yang berjudul Pengaruh Nilai berita dan Tingkat literasi konten akun Instagram @Bogoreatery terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di kota Bogor memiliki hubungan yang kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner yang ada di kota Bogor.

Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai berita dan Tingkat literasi konten Instagram @Bogoreatery memiliki hubungan positif terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner yang ada di kota Bogor. Dengan demikian, setiap peningkatan pada kualitas nilai berita dan Tingkat literasi akan diikuti dengan peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak dalam informasi yang diterima mengenai wisata kuliner di kota Bogor, seperti kemampuan skill, pemikiran analisi, dan peningkatan dalam bersosialisi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori uses and gratification yang memiliki asumsi dasar mengenai bagaimana media baru dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini dikaitkan dengan penelitian ini Dimana akun Instagram @Bogoreatery dapat memenuhi pemenuhan kebutuhan informasi followersnya melalui nilai berita dan Tingkat literasi yang kuat. Faktor seperti kemampuan skill, pemahaman krisis dan kemampuan dalam bersosialisasi berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dalam informasi mengenai wisata kuliner yang ada di kota Bogor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa nilai berita dan tingkat literasi konten pada akun Instagram @Bogoreatery secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata kuliner di Kota Bogor,

di mana kedua indikator tersebut saling melengkapi dalam menciptakan konten yang informatif bagi khalayak. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek referensi, kedalaman variabel, serta kompleksitas instrumen kuesioner, sehingga disarankan penelitian selanjutnya lebih spesifik dalam pengembangan variabel, memperkaya sumber referensi, dan menggunakan bahasa kuesioner yang lebih sederhana agar mudah dipahami responden. Secara praktis, masih ditemukan bahwa sebagian audiens belum sepenuhnya terbantu oleh konten yang disajikan, yang kemungkinan disebabkan oleh kurangnya kelengkapan informasi dan daya tarik konten, sehingga disarankan agar akun @Bogoreatery meningkatkan kualitas informasi serta kreativitas penyajian konten, seperti penggunaan visual yang lebih menarik dan pemilihan background yang sesuai, guna meningkatkan minat audiens dan efektivitas penyampaian informasi wisata kuliner di Bogor.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti kredibilitas sumber atau keterlibatan audiens, menggunakan pendekatan metode campuran, serta merancang kuesioner dengan bahasa yang lebih sederhana agar mudah dipahami responden. Secara praktis, pengelola akun Instagram @Bogoreatery diharapkan dapat meningkatkan kualitas nilai berita pada setiap konten, terutama dengan menonjolkan unsur kedekatan dan aktualitas, serta lebih kreatif dalam menyajikan visual dan variasi format konten seperti infografis atau siaran langsung agar lebih menarik dan informatif. Akun @Bogoreatery juga disarankan untuk turut mendorong literasi digital pengikutnya dengan menyisipkan ajakan memverifikasi informasi dan menyediakan ruang diskusi. Sementara itu, para pengikut dan masyarakat luas diharapkan terus meningkatkan kemampuan literasi media agar mampu memilah, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dari media sosial secara bijak, tidak sekadar menerimanya secara pasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Aryani Septiana & Ratih Hasanah. 2023. *Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Exploreangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di pulau bangka*, Management Studies and Entrepreneurship Journal. Vol. 4, No. 1.
- Azhar.2020. *Pengaruh Terpaan Pesan Video di Channel Eriko Lim Terhadap Perilaku Imitasi Remaja*. Skripsi pada program strata satu fakultas ilmu komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang, Jawa Timur.
- Bastian.2023. *Pengaruh terpaan akun Instagram @Ussfeeds terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.
- Fajriansyah.2023. *Pengaruh Terpaan akun Instagram @Infobmkg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi perkiraan cuaca followers*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.
- Fathiyyah, Rina.2019. *Pengaruh kredibilitas youtuber terhadap sikap penonton pada channel youtube Atta Halilintar*. Jurnal Acta Diurna, Vol. 15, No. 2.
- Gultom.2023. *Pengaruh terpaan channel youtube Sisi terang terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi subscriber*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.
- Hasanah.2020. *Perkembangan Instrumen Miskonsepsi Berbasis Google Forms Pada Materi Usaha dan Energi Menggunakan Four Tier Test*. Skripsi pada program strata satu

- Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negri Raden Intan. Lampung.
- Hudatulloh.2020. *Pengaruh Design Visual Terhadap Minat Baca Pengunjung Website Webtoon*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.
- Kurniawan, Yulistyo. 2018. *Analisis penggunaan cerita rakyat Bengkulu dalam pembelajaran Retorika/Komunikasi Massa*, Vol. 1, No. 1.
- Kurniawan.2018. *Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, Vol. 12, No. 1.
- Maesyarah.2020. *Pengaruh Kreadibilitas Dan Berita CNN Indonesia Dalam Pemberitaan Virus Corona Terhadap Sikap Patuh Sosial Distancing Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.
- Nabila Adistri, Almira Adani & Irwansyah. 2025 *Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Tiktok: Studi Uses and Gratification di Era Digita*, Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. Vol. 8, No. 2.
- Siti Masitoh, Edy Nusantara & Christiana Wulandari. 2022. *Pengaruh nilai berita dan Kredibilitas akun Instagram @Kompas.com terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followersnya*, Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1, No. 4.