

ABSTRAK

Perkembangan media sosial dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dapat memudahkan masyarakat Indonesia dalam berbagai sektor kehidupan. salah satunya yaitu sektor pariwisata. Salah satu kota yang banyak dikunjungi sejak dulu adalah kota Bandung. Namun kota Bandung masih mempunyai masalah dalam pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata di kota Bandung hingga saat ini belum terintegrasi antara berbagai pihak pemangku kepentingan (stakeholder) bidang pariwisata. Stakeholder dalam kepariwisataan yaitu semua unsur pelaku wisata. Akun Instagram @Jarambah_bandung termasuk dalam kategori stakeholder komunitas dan media, dimana @Jarambah_Bandung yang berada pada garda terdepan. Namun mereka bertanggung jawab pula dalam hal menjaga kelestarian lingkungan sekitar dan mereka juga sebagai media informasi antar pemangku kepentingan sehingga dapat meningkatkan reputasi destinasi di kota Bandung.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram @jarambah_bandung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 responden melalui media *online*. Populasi pada penelitian ini yaitu pengguna media sosial instagram yang sudah mengikuti akun @jarambah_bandung. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial (X) berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa pengaruh media sosial (X) memberikan pengaruh terhadap kebutuhan informasi (Y) sebesar 70,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini yaitu sebesar 29,5%. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, pada sub variabel *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebutuhan informasi wisata di kota Bandung

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan Setelah menganalisis penelitian ini, Dimensi context paling dominan dan memiliki kategori sangat baik dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisata di kota Bandung. Sebaiknya hal ini terus dipertahankan dan terus ditingkatkan oleh @jarambah_bandung. Karena followers sudah merasa pesan yang disampaikan pada akun instagram @jarambah_bandung jelas dan informatif maka mudah dipahami. Sementara dimensi communication memiliki skor terendah meskipun dalam kategori baik, maka sebaiknya @jarambah_bandung lebih memperhatikan pada dimensi ini. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan interaksi dengan para followers, seperti Respon admin saat menjawab pertanyaan followers pada akun Instagram @jarambah_bandung dijawab dengan cepat.

Kata kunci: Instagram, Media sosial, Kebutuhan Informasi.