Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page 12234-12243

Analisis Kepuasan *Followers* terhadap Kualitas Informasi mengenai Wisata Budaya Berkelanjutan Pura Mangkunegaran pada Instagram @pracima.mn

Irene Syebatia Bumi[1], Nur Laili Mardhiyani [2], Deony Dewanggi Mulyono[3]
[1,2,3] Information and Culture Department, Diponegoro University, 50275, Indonesia
Corresponding Author: Irene Syebatia Bumi, email : irenesbumi@live.undip.ac.id

Published: September, 2025

ABSTRAK

Strategi komunikasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran akan keberlanjutan, termasuk dalam konteks pelestarian budaya melalui pariwisata. Penelitian ini mengkaji bagaimana Pracima Tuin memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi digital melalui akun Instagram @pracima.mn untuk mendukung promosi wisata kuliner dengan suasana ala kerajaan Jawa, khususnya budaya di Puro Mangkunegaran Solo. Dengan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA), penelitian ini mengevaluasi kualitas informasi dan kepuasan pengikut berdasarkan empat indikator utama: ketepatan waktu, relevansi, akurasi, dan kelengkapan informasi. Hasil menunjukan dua indikator prioritas perbaikan pada akun @pracima.mn yaitu Konsisten/relevan dan keakuratan informasi. Oleh karena itu @pracima.mn perlu meningkatkan masing-masing setiap indikator sesuai dengan kebutuhan pengikutnya. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi media sosial yang menekankan kualitas informasi sebagai bagian dari promosi berbasis budaya.

Kata Kunci: Kepuasan *Followers,* Strategi komunikasi digital, Instagram

ABSTRACT

Digital communication strategies play a crucial role in raising awareness of sustainability, including in the context of cultural preservation through tourism. This study examines how Pracima Tuin utilizes social media as a digital communication tool through its Instagram account @pracima.mn to promote culinary tourism with a Javanese royal atmosphere, specifically the culture of Puro Mangkunegaran Solo. Using an Importance Performance Analysis (IPA) approach, this study evaluates information quality and follower satisfaction based on four key indicators: timeliness, relevance, accuracy, and completeness. The results indicate two priority indicators for improvement on the @pracima.mn account: consistency/relevance and information accuracy. Therefore, @pracima.mn needs to improve each of these indicators according to the needs of its followers. This research contributes to the development of social media strategies that emphasize information quality as part of culture-based promotion.

Keywords: Follower Satisfaction, Digital Communication Strategy, Instagram

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya didefinisikan sebagai pergerakan orang ke tempat wisata budaya yang jauh dari tempat tinggal normal mereka, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dan pengalaman baru untuk memenuhi kebutuhan budaya mereka (Richards GW., 2011, pp. 21-39). Banyaknya aset, fasilitas, dan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan pariwisata budaya menunjukkan pentingnya pariwisata budaya dalam industri pariwisata. Pariwisata budaya menggabungkan produk wisata "klasik" seperti akomodasi, restoran, dan hiburan dengan produk warisan budaya seperti museum, pertunjukan, galeri,

dll. Keseimbangan antara mengkonsumsi dan menjaga produk budaya sangatlah penting. Hal ini diperlukan untuk mendapatkan pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan selain sebagai sarana edukasi budaya tetapi juga untuk keuntungan yang berkelanjutan bagi wisatawan budaya, pemerintah nasional, sektor swasta dan masyarakat lokal.

Pura Mangkunegaran mewakili warisan budaya Indonesia dalam pariwisata berkelanjutan. Di bawah kepemimpinan KGPAA Mangkunegaran X, ia memanfaatkan media sosial untuk penjangkauan branding dan pendidikan akan budaya salah satunya adalah wisata kuliner berbasih budaya yaotu Pracima Tuin. Penggunaan media sosial yang tinggi berkorelasi dengan peningkatan kesadaran dan adopsi praktik-praktik berkelanjutan, yang dibuktikan dengan kampanye pemasaran digital yang secara efektif mempromosikan wisata budaya berkelanjutan (Yadav SJ., 2024).

Pariwisata budaya yang berkelanjutan memanfaatkan media sosial sebagai alat yang ampuh untuk memberi edukasi kepada masyarakat dan mempromosikan warisan budaya sekaligus memastikan keberlanjutan lingkungan dan ekonomi (Jain V, Mitra A., 2024. Pp. 67-80). Konten berkualitas tinggi dapat meningkatkan kesadaran merek, yang berdampak positif pada minat pembelian (Nguyen TN, Nguyen THM., 2024.) dalam artian minat berkunjung ke tempat wisata. Transisi dari media tradisional ke media digital, khususnya melalui pemasaran influencer, meningkatkan keterlibatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Salah satu cara memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat sekaligus mempromosikan pariwisata berkelanjutan dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial, memungkinkan wisatawan dan masyarakat lokal untuk bertukar informasi, meningkatkan kesadaran akan praktik-praktik berkelanjutan, dan meningkatkan ekonomi lokal melalui keterlibatan partisipatif dan pembuatan konten yang inovatif (Mitra AGuzzo, T., D'Andrea, A., Ferri, F., & Grifoni, P., 2024.).

Penelitian sebelumnya berjudul Importance-Performance Analysis (IPA) Approach of Marine Park Tourism Destinations: A Case Study of Kapas Island Marine Park, Terengganu pada tahun 2024 (Adam SM, Mohammad Afandi SH, Mohamad WN, Shuib A, Awang RJ., 2024) menyoroti pentingnya memahami persepsi pengunjung melalui analisis terstruktur, yang dapat memandu strategi pengelolaan yang efektif untuk tujuan wisata taman laut seperti KIMP. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga memastikan keberlanjutan sumber daya laut.

Penelitian kedua dari Faizan Ashraf berjudul Social Media Analytics and Business Performance pada tahun 2024 (Ashraf F., 2024) menekankan bahwa analisis media sosial, termasuk analisis IPA, membantu bisnis mengevaluasi efektivitas konten, mengoptimalkan strategi keterlibatan, dan meningkatkan sentimen pelanggan. Analisis ini memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat, yang pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja bisnis dan upaya pemasaran yang ditargetkan.

Penelitian terdahulu ini memberikan gambaran bahwa IPA digunakan untuk mengevaluasi bagaimana persepsi dan kepuasan pengunjung tempat wisata dan pada penelitian kedua fokus efektivitas

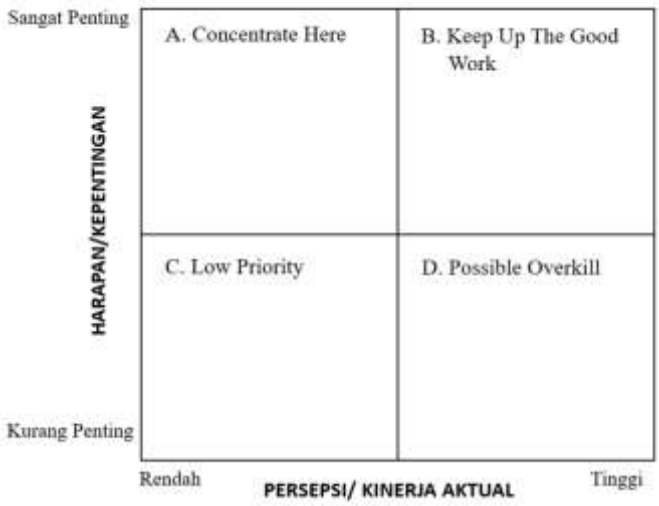
konten bagi pengguna media sosial di lingkup bisnis. Kebaruan dalam penelitian ini adalah penggabungan kedua topik dari penelitian terdahulu, yaitu tentang bagaimana kepuasan *followers* media sosial dalam mendapatkan informasi (kualitas informasi) yang berhubungan dengan destinasi wisata budaya yang berkelanjutan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang timbul akibat perbandingan kesannya terhadap hasil kinerja yang didapatkan atau dirasakannya dari suatu produk baik jasa maupun barang (perceived performance) dan harapan dari konsumen (expectation). Kepuasan yang baik dapat dikatakan sebagai sebuah penilaian dimana tingkat perbandingan hasil kinerja minimal sama atau melampaui harapan dari target konsumen pemasarannya (Mitra A.Budhi, I. gede kt. T. P., & Sumiari, N. K., 2017). Ditinjau dari pernyataan Zakaria (2019), ada beberapa metode yang biasa dipakai untuk mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai quadrant. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja analysis menurut Brant dan Latu Everett dalam Amaran dan Ponti Eka deputra (Tjiptono, Fandy., 2019). Importance Performance Analysis merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat atribut kinerja.Evaluasi tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diwakili oleh huruf X, dan evaluasi tingkat kepentingan diwakili oleh huruf Y.



Gambar 1. Bagan priorotas Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram di atas memiliki beberapa arti di setiap bagiannya seperti yang dijelaskan oleh Siyamto (Siyamto, Y., 2017), sebagai berikut:

1. Prioritas Utama (Concentrate Here)

Pada kuadran ini, terletak atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi dan sangat diharapkan oleh pelanggan namun performa lembaga perlu ditingkatkan lagi karena belum memuaskan.

2. Pertahankan Prestasi (Keep Up the Good Work)

Pada kuadran ini, terdapat atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan mampu menjadi atribut pendukung kepuasan sehingga lembaga diharapkan menjaga hasil kinerja yang telah dilakukan sebelumnya atau meningkatkannya apabila mungkin

3. Prioritas Rendah (Low Priority)

Pada kuadran ini, terletak atribut yang memiliki hasil kinerja yang rendah namun tidak dianggap terlalu penting karena mempunyai nilai ekspektasi yang rendah sehingga lembaga tidak harus memperhatikan lebih atribut ini

4. Berlebihan (Possibly Overkill)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) yaitu metode yang digunakan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan atau produk dengan mengidentifikasi area mana yang perlu diperbaiki. Pemilihan jenis penelitianini dikarenakan pada penelitian kuantitatif dapat digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini merupakan *followers* akun media sosial Instagram @pracima.mn, pengambilan responden dengan menggunakan metode slovin, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Berikut merupakan langkah analisis data menggunakan Importance Performance Analysis (IPA). Rumus yang digunakan dalam IPA adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = tingkat kesesuaian responden

Xi = skor rata-rata penilaian kinerja (akun media sosial) destinasi wisata

Yi = skor rata-rata penilaian harapan/ kepentingan responden

Selanjutnya memetakan posisi kepentingan dan harapan yang nantinya akan menjadi empat kuadran dalam diagram kartesius. Berikut cara menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^{k} X_1}{n}$$
$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^{k} Y_1}{n}$$

Keterangan:

*X*i = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

Yi = bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah responden

Setelah itu, menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus berikut :

$$\bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^{k} \bar{X}_1}{n}$$
$$\bar{\bar{Y}}_i = \frac{\sum_{i=1}^{k} \bar{Y}_1}{n}$$

$\bar{\bar{X}}1$ = nilai rata-rata kinerja atribut

$\bar{\bar{Y}}1$ = nilai rata-rata kepentingan atribut

n = jumlah atribut

selanjutnya adalah memetakan nilai tersebut ke dalam diagram kartesius yang terdiri dari 4 Kuadran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Populasi adalah keseluruhan komponen dalam penelitian yang mencakup subjek dan objek dengan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pengikut akun media sosial @pracima.mn yang berjumlah 86.000. Sampel merupakan bagian dari populasi yang bersifat representatif dan dipilih untuk penelitian, yang berfungsi sebagai sumber data guna mewakili karakteristik keseluruhan populasi (Kurniawan,Albert., 2017). Jumlah kuesioner yang telah disebarkan menghasilkan 100 responden yang memiliki karakteristik tertentu, sebagaimana diidentifikasi di antara para pengikut akun Instagram @pracima.mn. Kuesioner tersebut memuat pertanyaan untuk menilai kepuasan pengikut Instagram terhadap konten visual yang ditampilkan. Penelitian ini diawali dengan survei dan observasi mendalam terhadap empat akun media sosial resmi Pura Mangkunegaran untuk mengidentifikasi karakteristik, pola komunikasi, dan interaksi konten dengan audiens. Selanjutnya, disusun instrumen penelitian berupa kuesioner yang didasarkan pada indikator kualitas informasi. Jumlah responden ditentukan secara kuantitatif menggunakan rumus Slovin agar sampel dapat mewakili populasi secara tepat.

Table 1. Indikator dan Atribut pertanyaan

Indikator	Atribut pertanyaan
Informasi up-to-date / tepat waktu	Keterbaruan
Konsisten / relevan	Rutin mengunggah
	Informasi relevan dengan budaya jawa
	Informasi relevan dengan sejarah
	Informasi relevan dengan kegiatan Pura Mangkunegaran
	Informasi dan aksesibilitas
	Informasi akan fasilitas
	Informasi akan kuliner
	Keberlanjutan
	Infromasi mengenai keunikan
	Informasi Koleksi
	Promosi
Akurasi	Informasi tidak menyesatkan
	Ketepatan penulisan (tanpa typo)
	Penyertaan sumber
Lengkap	Ketersediaan informasi
	Interaksi pengikut
	Interkasi admin/pengeloka
	Mencantumkan lokasi
	Pemanfaatan Mention/ kolaborasi
	Penggunaan Musik / backsound
	Penggunaaan hashtag
Mudah Dipahami	Kesesuaian caption
	Kesesuaian Visual
	Pengemasan konten
	Penggunaan bahasa jawa
	Penggunaan bahasa asing

Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis dari penelitian ini ada dua, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan Berikut uraian dari tiap-tiap uji.

Uji validitas dilakukan dengan perbandingan antara r hitung dan r tabel dimana nilai r tabel diperoleh dari r product moment pearson dengan tingkat signifikansi 5% dengan n = 100. Nilai r tabel untuk (Df = n-2), Df = 98 adalah 0.196. Jika r hitung> r tabel, maka item pertanyaan kuesioner valid. Nilai cronbach's alpha harus lebih besar dari 0,60. Pada penelitian nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas @pracima.mn

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	54

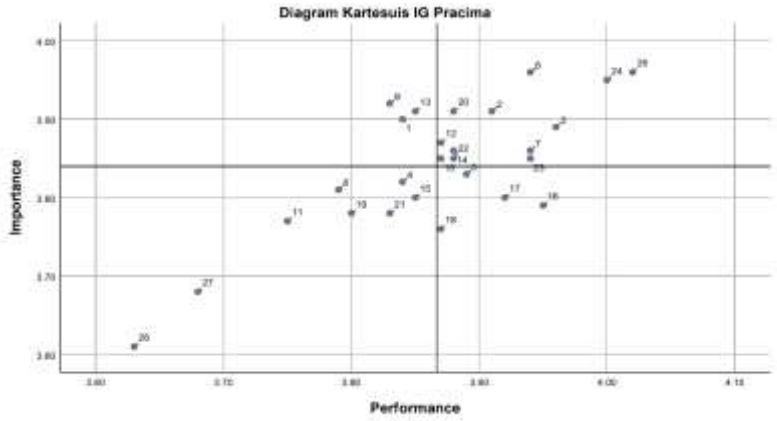
Setelah melakukan tahapan tes terhadap responden follower instagram @pracima.mn diperoleh responden dengan profil sebagai berikut

Tabel 3. Distribusi Jenis kelamin

Jenis Kelamin	**Jumlah responden @pracima.mn**
Laki-Laki	52
Perempuan	48
Jumlah	100

Pembahasan

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat digambarkan dalam suatu Diagram Kartesian yang dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Diagram Kartesius IG Pracima

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Pada kuadran I terdapat atribut atau pernyataan yang menjadi fokus perbaikan konten yang @pracima.mn disajikan. Pernyataan yang ada pada kuadran ini adalah pernyataan nomor 1, 9, 13

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran II terdapat pernyataan yang sesuai dengan harapan dan harus dipertahankan di dalam akun @pracima.mn. Pernyataan yang ada pada kuadran ini adalah pernyataan nomor 2, 3, 7, 8, 10, 12, 14, 20, 22, 23, 24, 25

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran III terdapat pernyataan dengan tingkat kepentingan relatif rendah dan dianggap kinerjanya tidak terlalu istimewa di dalam konten instagram @pracima.mn, sehingga perbaikan pada kuadran ini prioritasnya rendah. Pernyataan yang ada pada kuadran ini adalah pernyataan nomor 6, 7, 8, 11, 17, 18, 19, 20, 21, 26, 27

4. Pada kuadran IV (berlebihan),

Pada kuadran IV terdapat atribut atau pernyataan yang dianggap tingkat kepentingannya relatif rendah oleh *followers* instagram @Mangkunegaran namun kinerjanya baik dan dianggap berlebihan. Pernyataan yang terdapat pada kuadran ini adalah nomor 14 dan 22.

Berdasarkan hasil penelitian pada kuadran importance performance analysis (IPA), terdapat 2 indikator yang menjadi prioritas utama fokus perbaikan pada akun @pracima.mn yaitu indikator Konsisten / relevan dengan pertanyaan nomor 1 "Keterbaruan informasi (up-to-date) terkait Mangkunegaran di akun Instagram @pracima.mn", dan pertanyaan Nomor 9 "Akun Instagram @pracima.mn menyajikan konten mengenai konservasi dan keberlanjutan budaya jawa yang berkaitan dengan Pura Mangkunegaran" dan serta indikator akurasi informasi nomor 13 "Akun Instagram @pracima.mn menyajikan informasi yang tidak menyesatkan terkait Pura Mangkunegaran"

KESIMPULAN

Berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam kuadran I memerlukan perhatian dan perbaikan prioritas karena memiliki tingkat kepentingan tinggi namun hasilnya masih rendah, artinya pengelola akun instagram @pracima.mn perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan kinerja/performance demi memuaskan follower melalui informasi yang disajikan. Karena pada kuadran ini pelanggan memiliki harapan yang tinggi namun pelanggan menilai informasi yang diberikan rendah. Berdasarkan hasil penelitian pada kuadran importance performance analysis (IPA), terdapat 2 indikator yang menjadi prioritas utama fokus perbaikan pada kualitas informasi akun @pracima.mn yaitu indikator Konsisten / relevan pada nomor 1, 9 dan indikator akurasi informasi nomor 13. Butir-butir tersebut meliputi Keterbaruan informasi (up-to-date) terkait Mangkunegaran di akun Instagram @pracima.mn, akun Instagram @pracima.mn menyajikan konten mengenai konservasi

dan keberlanjutan budaya jawa yang berkaitan dengan Pura Mangkunegaran dan akun Instagram @pracima.mn menyajikan informasi yang tidak menyesatkan terkait Pura Mangkunegaran. Selain meningkatkan kualitas informasi berdasarkan hasil yang diperoleh pengelola akun instagram @pracima.mn juga perlu mempertahankan kualitas informasi yang sudah memenuhi kepuasan *followers* yaitu atribut rutin mengunggah pada akun @pracima.mn, meyajikan informasi relevan dengan budaya jawa, meyajikan informasi akan fasilitas Pura Mangkunegaran dan Pracima, meyajikan Informasi akan kuliner,keunikan Pura Mangkunegara dan Pracima, Promosi, Ketepatan penulisan (tanpa typo), Pemanfaatan Mention/ kolaborasi, Penggunaaan hashtag, Kesesuaian caption, Kesesuaian Visual dan Pengemasan konten. Hal-hal tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu langkah dalam upaya melestarikan wisata budaya berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, S. M., Mohammad Afandi, S. H., Mohamad, W. N., Shuib, A., & Awang, R. J. (2024). Importance-performance analysis (IPA) approach of marine park tourism destinations: A case study of Kapas Island Marine Park, Terengganu. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities, 32*(1).

Ashraf, F. (2024). Social media analytics and business performance. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management, 8*, 1–5.

Budhi, I. G. K. T. P., & Sumiari, N. K. (2017). Pengukuran customer satisfaction index terhadap pelayanan di Century Gym. *Sisfotenika, 7*(1), 25–37.

Cahyani, I. P., Mardani, P. B., & Widianingsih, Y. (2023). Digital storytelling in cultural tourism: A sustainable communication approach at the Lasem Heritage Foundation. *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities (IJMESH)*, 6, 45–69. https://journals.researchsynergypress.com/index.php/ijmesh/article/download/1348/731

Guzzo, T., D'Andrea, A., Ferri, F., & Grifoni, P. (2013). A framework to promote and develop a sustainable tourism by using social media (pp. 656–665). Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41033-8_83

Jain, V., & Mitra, A. (2024). Culinary narratives and community revitalization (pp. 67–80). IGI Global.

Kurniawan, & Albert. (2011). *SPSS serba-serbi analisis statistika dengan cepat dan mudah*.

Nguyen, T. N., & Nguyen, T. H. M. (2024). The impact of social media content quality on brand awareness and purchase intention for OCOP products among consumers in Ho Chi Minh City.

Richards, G. W. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of Cultural Routes. In *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness* (pp. 21–39). Council of Europe Publishing.

Siyamto, Y. (2017). Kualitas pelayanan bank dengan menggunakan metode IPA dan CSI terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 3*(1), 63–76.

Tjiptono, F. (2000). *Manajemen jasa* (Edisi kedua). Andy.

Yadav, S. J. (2024). Sustainable travel behavior. *Advances in E-Business Research Series*, 343–358.

Zakaria, D. G. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 6*(4), 1–18.

) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: UBHARA Manajemen Press