

## Penggunaan *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat

Reihan Deski Putra<sup>1</sup>, Sukaesih<sup>2</sup>, Wina Erwina<sup>3</sup>, Lutfi Khoerunnisa<sup>4</sup>

<sup>1</sup>PT. Paragon Innovation and Technology

Jl. Swadarma Raya Kampung Baru IV, Ulujami, Pesanggrahan, Jakarta, 12250

<sup>2,3,4</sup>Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21, Jatinangor, Sumedang, Jawa Barat, 45362

E-mail : <sup>1</sup>reihan.dputra@paramaglobalinspira.com, <sup>2</sup>sukaesih@unpad.ac.id , <sup>3</sup>w.erwina@unpad.ac.id

<sup>4</sup>lutfi12002@mail.unpad.ac.id

Received: December 2019; Accepted: November 2021; Published: December 2021

### Abstract

*Travel trends have influenced tourist information to be easily accessed by tourists. Several institutions use digital media a lot in promoting tourism in an area. One of them is the Sumbar Travel website used by the West Sumatera Provincial Tourism Office. This study aimed to determine the use of the Sumbar Travel website to meet the information needs of tourists in West Sumatera through analysis of information content, website usability, appearance, and website navigation systems. This study used correlation quantitative research methods. The study results found that the website's information content contributed to fulfilling the information needs of tourists by presenting attractions, culinary, and cultural activities of West Sumatera, as much as 52.5% and 47.5% were determined by other variables. The website's appearance played an essential role in meeting tourist information needs, which contained tourist objects and photos of West Sumatera tourist attractions, as much as 51% and determined by other variables 49%. The website navigation system played an essential role in meeting tourist information needs by providing various tourist information categories by 29%, and 71% were determined by other variables. The website's usefulness contributed to the fulfillment of tourist information needs by 42.5%, and 57.5% were determined by other variables. This study concludes that there is a significant relationship between the influence of the Sumbar Travel website and meeting the information needs of tourists in West Sumatera.*

*Keywords: Website's use; Travel websites; Tourist information needs; Sumbar Travel*

### Abstrak

Tren wisata telah memengaruhi informasi wisata untuk diakses wisatawan secara mudah. Beberapa lembaga banyak menggunakan media digital dalam mempromosikan wisata suatu daerah. Salah satunya adalah *website* Sumbar Travel yang digunakan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat, melalui analisis isi informasi, kegunaan *website*, tampilan, dan sistem navigasi *website*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa isi informasi *website* memiliki kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan dengan menyajikan objek wisata, kuliner, dan kegiatan budaya Sumatera Barat dengan nilai sejumlah 52,5% dan 47,5% yang ditentukan variabel lain. Tampilan *website* berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan yang berisi objek wisata dan foto objek wisata Sumatera Barat dengan nilai 51% dan 49% yang ditentukan variabel lain. Sistem navigasi *website* berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan dengan menyediakan berbagai macam bentuk kategori informasi wisata dengan nilai sejumlah 29% dan 71% yang ditentukan variabel lain. Kegunaan *website* memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan dengan nilai sejumlah 42,5% dan 57,5% yang ditentukan variabel lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh *website* Sumbar Travel dengan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat.

Kata kunci: Penggunaan *website*; *Website* wisata; Kebutuhan informasi wisata; Sumbar Travel

## PENDAHULUAN

Masyarakat yang makin sejahtera, maka kebutuhan kesejahteraan berlibur makin meningkat. Keadaan ini membuat informasi tempat wisata sangat dibutuhkan. Kebutuhan informasi tersebut mendorong informasi objek wisata yang menarik, populer (*hits*), sarana yang tersedia di tempat wisata, produk wisata yang diminati, dan akses menuju tempat tersebut. Wisatawan sering kali mengalami kesulitan dalam mengakses informasi. Untuk itu, kebutuhan informasi bidang pariwisata perlu dipersiapkan dengan baik dan rapi agar pesan tersampaikan.

Berdasarkan hal ini, pemerintah terus berupaya memajukan industri pariwisata. Hal ini tentunya membutuhkan informasi terkait pariwisata sebaik-baiknya agar wisatawan dapat mudah mengakses informasi, cepat, dan akurat. Untuk itu, peranan teknologi dalam proses akses informasi sangat dibutuhkan. Kecepatan dan kemudahan akses informasi memiliki pengaruh terhadap perkembangan potensi wisata suatu daerah.

Potensi wisata suatu daerah yang berkembang akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Walaupun demikian, beberapa wisatawan tidak mengetahui informasi tentang wisata yang ingin dikunjunginya. Hal ini dapat disebabkan kurangnya promosi dari pengelola wisata atau pemerintah. Padahal seorang individu memerlukan kebutuhan informasi wisata untuk memenuhi kebutuhan informasinya (Sunaki, Rukiyah, & Christiani, 2015).

Berdasarkan sifatnya, kebutuhan informasi wisatawan dapat digolongkan ke dalam jenis objektif dan jenis subjektif. Kebutuhan informasi bersifat objektif

merupakan kebutuhan informasi dasar dari kebutuhan yang berasal dari tuntutan lingkungan di sekitarnya. Adapun kebutuhan informasi subjektif merupakan kebutuhan yang didasarkan pada keinginan untuk mengetahui sesuatu yang ingin dipelajari (Nisa, Indrahti, & Heriyanto, 2013). Wisatawan mencari informasi untuk mendapatkan informasi wisata yang dibutuhkan, misalnya menggunakan media digital melalui *website*.

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat telah memanfaatkan teknologi informasi dengan membuat *website* resmi Sumbar Travel dengan nama domain <https://sumbartravel.com>. *Website* Sumbar Travel memuat informasi mengenai destinasi wisata di Sumatera Barat, *event* yang dilaksanakan Dinas Pariwisata, peta objek wisata, kuliner Sumatera Barat, berita seputar wisata Sumatera Barat, dan informasi wisata dan budaya Sumatera Barat. *Website* ini pun digunakan sebagai media promosi wisata resmi Provinsi Sumatera Barat. Pemerintah berharap melalui *website* Sumbar Travel dapat mengajak wisatawan lokal dan mancanegara berkunjung ke Sumatera Barat.

*Website* Sumbar Travel sebagai media informasi wisata *online* yang dikelola Dinas Pariwisata. *Website* ini memfasilitasi wisatawan atau masyarakat yang ingin mengunjungi objek wisata Sumatera Barat dengan informasi yang akurat dan jelas. Informasi dapat digolongkan ke dalam dua jenis, antara lain informasi dalam pemberian lisan dan tertulis yang harus dikemas menarik agar pesan tersampaikan (Wicaksono, 2016).

Wisatawan ketika mengakses *website* Sumbar Travel akan mendapatkan pengetahuan, pemahaman, dan pencarian

informasi yang relevan yang didorong kebutuhan informasi wisata. Hal ini dapat disebut sebagai kebutuhan kognitif (Gumilar, Winoto, & Anwar, 2016). Adapun kebutuhan kognitif adalah kebutuhan dalam memperoleh informasi, pemahaman, dan pengetahuan (Ariyanti, 2012).

Selain itu, kebutuhan dan perilaku pencarian informasi dapat dipengaruhi beragam latar belakang, seperti sosial, budaya, pendidikan, lingkungan, dan tujuan (Syawqi, 2017). Seberapa banyak kebutuhan informasi yang ingin didapatkan maka akan memengaruhi pencarian informasi. Individu harus dapat memenuhi kebutuhan informasinya (Fadhli, 2021). Dengan demikian, perilaku pencarian informasi dapat dikatakan sebagai proses pemenuhan kebutuhan informasi untuk memenuhi suatu tujuan tertentu yang didasarkan kepada konsep kebutuhan informasi.

Konsep kebutuhan informasi berkembang dari waktu ke waktu. Konsep kebutuhan informasi saat ini banyak dituju sebagai rujukan secara kronologis adalah konsep dari Robert Taylor (1962), Charles Atkin (1973) dan Nicholas Belkin (1978), dan Brenda Dervin (1982, 1992). Kebutuhan informasi tiap individu dilakukan dalam berbagai model. Pertama, model pencarian jawaban (*seeking answers*). Model ini memiliki beberapa konsep. Konsep pertama, *visceral need*, yaitu ketika individu belum dapat mengenali kebutuhan informasi. Konsep kedua, *conscious need*, yaitu ketika individu menduga-duga kebutuhan informasi yang dibutuhkannya, sifatnya tidak jelas atau ambigu. Ketiga, konsep *formalized need*, yaitu ketika individu telah mengenali kebutuhan informasi dan dapat menyampaikan kepada orang lain terkait

kebutuhannya. Keempat, konsep *compromised need*, yaitu ketika diri individu telah memiliki perhatian mengenai hasil pencarian informasi. Berdasarkan paparan di atas, pencarian informasi berkaitan erat dengan keempat hal di atas.

Kedua, model mengurangi ketidakpastian (*reducing uncertainty*). Informasi merupakan alat yang digunakan untuk mengurangi ketidakpastian. Cool and Belkin (2018) menyatakan bahwa kebutuhan informasi memiliki ciri adanya upaya pencarian informasi dan motivator dasar dalam pencarian informasi. Selain itu, adanya kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki mengenai situasi atau topik tertentu.

Sesuai konsep *Anomalous State of Knowledge* (ASK), pengguna memerlukan informasi karena beberapa alasan, antara lain keterbatasan pengetahuan, pasca muncul *Anomalous State of Knowledge*, pengguna yang menyusun, mencari, dan memvalidasi informasi yang didapatkan. *Anomalous State of Knowledge* dapat dikatakan selesai apabila masalah sudah terjawab namun jika masalah tidak selesai maka muncul *Anomalous State of Knowledge* yang baru (Cool & Belkin, 2018).

Zuhriah (2019) mengemukakan bahwa,

“Setiap orang yang berada dalam lingkungan yang baru akan menemui permasalahan dan berusaha mencari informasi mengenai lingkungan baru untuk memenuhi kepentingan atau kebutuhan informasi. Selain itu, ketidakpastian yang dialami seseorang dapat dikurangi melalui proses komunikasi untuk memperoleh informasi yang pasti untuk dirinya.”

Ketiga, model dapat dimengerti (*making sense*). Kebutuhan informasi individu merupakan kebutuhan akan terjawabnya pertanyaan dalam diri. Pertanyaan tersebut muncul ketika individu perlu memberikan sebuah penjelasan kepada dirinya sendiri. Keempat, model motivasi tertentu (*the spectrum of motivations*). Kebutuhan informasi dapat digolongkan ke dalam jenis objektif yakni kebutuhan informasi yang didasarkan pada tuntutan lingkungan sekitar dan jenis subjektif yakni kebutuhan informasi yang didasarkan pada keinginan seseorang untuk mengetahui hal yang ingin dipelajari (Souto, Dervin, & Savolainen, 2012).

Penelitian penggunaan *website* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata telah diteliti beberapa peneliti. Pertama, penelitian Sari (2015) mengenai pengaruh *website* Belitung Island dengan nama domain <https://www.belitungisland.com/> dalam memenuhi informasi wisata Pulau Belitung. Penelitian ini menganalisis segi isi informasi, segi tampilan, segi kegunaan *website*, dan segi sistem navigasi *website*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh *website* terhadap pemenuhan informasi wisata di Pulau Belitung masuk kategori cukup berarti. Pengelola *website* telah memberikan informasi lengkap dan jelas sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna saat mengakses *website*.

Kedua, penelitian Pamungkas (2016) mengenai fungsi *website* Wisata Kita dengan nama domain <https://www.wisatakita.com/> dalam memenuhi kebutuhan informasi wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa. Penelitian ini menganalisis *website* menggunakan teori jaringan yang

terdiri dari *information needed, channel used, dan effect*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website* telah memenuhi kebutuhan informasi wisatawan domestik Kepulauan Karimunjawa dengan kualitas baik. *Website* telah menyediakan fasilitas yang memudahkan wisatawan mengakses informasi wisata.

Kedua penelitian terdahulu di atas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti teliti. Penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama meneliti *website* wisata dengan subjek para wisatawan. Selain itu, penelitian Sari (2015) pun memiliki kesamaan dalam menganalisis segi isi informasi, segi tampilan, segi kegunaan *website*, dan segi sistem navigasi *website* namun penelitian ini memiliki tambahan dalam analisis kegunaan (*usability*) *website*. Adapun perbedaannya terletak dalam subjek penelitian dengan nama *website* dan wilayah yang berbeda.

Penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu, memiliki kebaruan penelitian mengenai pengaruh kegunaan (*usability*) *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata Sumatera Barat. *Website* Sumbar Travel sebagai media sebagai penyebar informasi wisata harus memberikan pengetahuan dan hiburan mengenai Sumatera Barat kepada wisatawan. Untuk itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat, melalui analisis isi informasi (*contents*), tampilan (*graphic design*), sistem navigasi, dan kegunaan (*usability*) *website* Sumbar Travel.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode

penelitian korelasi. Metode ini dipilih karena dapat melihat hubungan suatu fenomena secara sistematis. Selain itu, metode penelitian kuantitatif membantu menghubungkan antar variabel, menganalisis hasil pengukuran untuk digambarkan sesuai instrumen yang disusun (Saepudin, 2013).

Penelitian dilakukan di Jalan Khatib Sulaiman No. 7, Lolong Belanti, Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat, 25173, pada 30 Januari sampai 15 Februari 2019. Subjek penelitian adalah *website* Sumbar Travel dan objek penelitian pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan. Penelitian ini memiliki ukuran sampel yaitu 100 orang. Sebagian besar sampel penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu 52 orang atau setara 52% dan hampir setengah responden berjenis kelamin perempuan yaitu 48 orang atau setara 48%. Jumlah laki-laki dan perempuan sebagai sampel tidak memiliki perbedaan kuantitas yang terlalu signifikan.

Peneliti dalam pengambilan sampel tidak ada unsur kesengajaan. Sampel yang diperlukan dicari menggunakan rumus Yamane. Posisi yang ditetapkan adalah 10% tingkat perkiraan kesalahan dengan tingkat kepercayaan 90%. Perhitungan penentuan sampel sebagai berikut.

$$n = 63.165$$

$$d = 0,1 \ 63.165$$

$$n = 63.165 (0,1)^2 + 1 \ 63.165$$

$$n = 632,65 \ n = 99,841934719$$

Peneliti membulatkan ke dalam angka 100. Jumlah  $d$  dalam perhitungan sampel ini adalah jumlah pengunjung *website* Sumbar Travel selama bulan November, Desember, Januari 2019. Peneliti mengambil data terakhir 31 Januari 2019 dan memperoleh jumlah pengunjung selama tiga bulan berjumlah

63.165 orang. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung *website* Sumbar Travel adalah laki-laki. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode insidental *sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kenyataan bahwa sampel penelitian kebetulan muncul.

Penelitian menggunakan metode korelasi untuk meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih. Peneliti menganalisis sejauh mana pengaruh antar variabel atau sejauh mana faktor satu ke lainnya berkaitan. Gay, Mills, and Airasian (2019) menyatakan bahwa penelitian korelasional merupakan salah satu bagian penelitian *ex postfacto*. Peneliti tidak memanipulasi keadaan variabel yang ada, langsung mencari keberadaan hubungan dan tingkat hubungan variabel yang direfleksikan dalam koefisien korelasi. Pendekatan ini dapat melihat seberapa jauh hubungan antara pertanyaan dalam kuesioner dengan fenomena yang dibahas dalam penelitian ini.

Variabel dalam penelitian ini, terdiri dari variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen (X) adalah *website* Sumbar Travel yang direpresentasikan ke dalam 4 buah sub variabel, yang terdiri dari isi informasi (X1), tampilan (X2), sistem navigasi (X3), dan kegunaan (X4). Variabel dependen (Y) adalah pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat yang direpresentasikan ke dalam 4 buah sub variabel, yang terdiri dari pencarian jawaban (Y1), mengurangi ketidakpastian (Y2), dapat dimengerti (Y3), dan motivasi tertentu (Y4). Adapun hipotesis penelitian di bawah ini.

Ho: Tidak terdapat pengaruh *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi

wisatawan di Sumatera Barat

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh website Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat

Peneliti dalam teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Peneliti sebelum menyebarkan kuesioner, melakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas untuk memperoleh kuesioner yang tepat sebagai alat ukur penelitian. Koefisien reliabilitas dari data pengaruh *website* Sumbar Travel dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan Sumatera Barat sejumlah 0,962 di atas 0,7 sehingga dinyatakan reliabel.

Nilai koefisien validitas berkisar antara 0,461 sampai 0,801. Menurut Sugiyono (2016), apabila korelasi tiap faktor positif dan jumlahnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut merupakan *cunstruct* yang kuat sehingga dikatakan valid. Dengan demikian, kuesioner sudah layak digunakan penelitian. Kuesioner yang telah disebarakan terdiri dari 38 item pernyataan yang mencakup 7 pernyataan mengenai data responden. Berdasarkan 38 item pernyataan tersebut, hanya 34 pernyataan untuk data penelitian. Kuesioner ini menggunakan skala likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban dengan interval 1-5, antara lain Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Netral (N) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan yang terakhir Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Setelah itu, peneliti melakukan studi pustaka dalam mencari dan menganalisis teori dan rujukan yang berkaitan dengan penggunaan *website* wisata terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan.

Peneliti dalam teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Peneliti

mendeskrripsikan dan menggambarkan hasil pemerolehan data secara utuh. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis yang jelas dan berlaku untuk umum. Selain itu, peneliti menggunakan analisis statistik inferensial untuk mengambil kesimpulan melalui pengujian hipotesis. Data hasil kuesioner berupa data skala ordinal diolah dan diberikan nilai (*scoring*) terlebih dahulu. Uji statistik menggunakan *pearson product moment correlation* dengan derajat kepercayaan 90%. Analisis statistik inferensial digunakan untuk memaparkan seberapa kuat hubungan antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki sebagian besar responden pelajar dan mahasiswa sejumlah 78 orang (78%). Selain itu, responden sejumlah 14 orang (14%) berprofesi sebagai karyawan, sejumlah 5 orang (5%) berprofesi sebagai wiraswasta, dan profesi lainnya sejumlah 3 orang (3%). Responden pelajar atau mahasiswa sebagai responden terbanyak karena pelajar dan mahasiswa memiliki kebutuhan mengakses internet untuk mencari informasi secara global.

Adapun sebagian besar responden berusia rentang 15-24 tahun sejumlah 88 orang (88%), sejumlah 7 orang (7%) berusia pada rentang 25-34 tahun, sejumlah 3 orang (3%) berusia pada rentang 35-44 tahun, dan sejumlah 2 orang (2%) berusia pada rentang 45-55 tahun. Responden yang berusia 15-24 tahun lebih banyak dibandingkan usia lainnya. Hal ini dikarenakan usia 15-24 tahun adalah kelompok usia remaja menuju dewasa yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan memiliki waktu luang cukup banyak untuk mengakses informasi wisata. Pada

umumnya usia 15-24 tahun merupakan pelajar dan mahasiswa.

Sebagian besar responden mengakses *website* Sumbar Travel dalam seminggu adalah 1 kali, yaitu sejumlah 79 orang (79%), sejumlah 9 orang (9%) mengakses *website* Sumbar Travel dalam seminggu sejumlah 2 kali, sejumlah 3 orang (3%) mengakses *website* Sumbar Travel dalam seminggu sejumlah 3 kali, dan sejumlah 9 orang (9%) mengakses *website* Sumbar Travel dalam seminggu sejumlah lebih dari 3 kali. Responden yang mengakses *website* Sumbar Travel dalam seminggu hanya 1 kali karena responden berlibur saat waktu luang. Untuk itu, akses *website* Sumbar Travel tidak diperlukan akses secara rutin.

Sebagian besar responden menghabiskan waktu mencari informasi pada *website* Sumbar Travel antara lain kurang dari 1 jam sejumlah 77 orang (77%), sejumlah 15 orang (15%) responden menghabiskan waktu mencari informasi pada *website* Sumbar Travel selama 1 jam, sejumlah 4 orang (4%) responden menghabiskan waktu mencari informasi pada *website* Sumbar Travel selama kurang dari 2 jam, dan sejumlah 4 orang (4%) responden menghabiskan waktu mencari informasi pada *website* Sumbar Travel selama 2 jam. Responden menghabiskan waktu mencari informasi wisata pada *website* Sumbar Travel kurang dari 1 jam karena responden hanya mencari informasi wisata yang dibutuhkan saja. Responden tidak membutuhkan waktu lama mencari informasi wisata lainnya.

Berdasarkan tabel 1, setiap variabel memiliki skor masing-masing. Skor ini didapatkan dari pernyataan-pernyataan yang dihimpun dan disusun peneliti untuk memenuhi kebutuhan informasi penelitian. Tiap pernyataan memiliki skor

masing-masing yang kemudian diakumulasikan.

Tabel 1

Pengaruh *website* Sumbar Travel

No	Sub variabel	Skor
1	Isi informasi ( <i>contents</i> )	3,905
2	Tampilan ( <i>graphic design</i> )	3,983
3	Sistem navigasi	4,003
4	Kegunaan ( <i>usability</i> )	4,027
Jumlah		11,891
Skor rata-rata		3,964

Sumber: Data penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 1, setiap variabel memiliki skor masing-masing. Skor ini didapatkan dari pernyataan-pernyataan yang dihimpun dan disusun peneliti untuk memenuhi kebutuhan informasi penelitian. Tiap pernyataan memiliki skor masing-masing yang kemudian diakumulasikan.

Sub variabel isi informasi memiliki skor rata-rata 3,905. Peneliti untuk memperoleh nilai tersebut, menghimpun 4 pernyataan dalam variabel isi informasi, meliputi kelengkapan informasi, aktualitas, dan kemitakhiran informasi dalam *website* Sumbar Travel. Pertama, pemberian informasi yang lengkap mengenai objek wisata, kuliner, dan kegiatan (*event*) budaya Sumatera Barat dengan skor 3,89. Kedua, pemberian informasi yang aktual dan faktual dengan skor 3,95. Ketiga, pemberian informasi dengan gaya bahasa yang mudah dipahami dengan skor 4,02. Keempat, pemberian informasi yang terbaru (*up to date*) dengan skor 3,76.

Sub variabel tampilan mendapatkan skor rata-rata 3,983. Tampilan *website* yang dinilai antara lain desain *website* yang mencakup fotografi, ilustrasi, dan tipografi tampilan pada *website* Sumbar Travel yang digambarkan dalam 4 pernyataan.

Pertama, tampilan *website* Sumbar Travel dalam menampilkan foto objek wisata, kuliner, dan kegiatan budaya dengan skor 4,11. Kedua, tampilan foto dan video pariwisata Sumatera Barat dengan skor 3,94. Ketiga, tampilan dan komposisi warna yang menarik dengan skor 3,94. Keempat, penggunaan jenis dan ukuran huruf (*font*) yang tepat sehingga memudahkan responden membaca dengan skor 3,94.

Sub variabel sistem navigasi memiliki skor rata-rata 4,003. Sistem navigasi adalah kemudahan dalam menjelajah informasi dalam *website* yang digambarkan pada 3 pernyataan. Pertama, sistem navigasi memberikan kemudahan dalam menjelajah informasi wisata yang mendapatkan skor 3,97. Kedua, sistem navigasi dalam *website* Sumbar Travel dapat diakses kapan saja oleh responden yang mendapatkan skor 4,05. Ketiga, sistem navigasi dalam *website* Sumbar Travel menyediakan kategori informasi wisata yang mudah dipahami sehingga informasi yang diinginkan mudah didapatkan responden dengan skor 3,99.

Sub variabel kegunaan mendapatkan skor rata-rata 4,027. Kegunaan *website* Sumbar Travel adalah sejauh mana responden memiliki kemudahan dan mengefisienkan waktu dalam menggunakan *website* Sumbar Travel. Pertama, informasi wisata dalam *website* Sumbar Travel dapat digunakan kapan saja dengan skor 4,07. Kedua, *website* Sumbar Travel memberikan kemudahan dalam mengakses informasi wisata melalui perangkat komputer atau telepon pintar (*smartphone*) dengan skor 4,15. Keempat, penggunaan *website* Sumbar Travel dalam pencarian informasi wisata sangat efisien dengan skor 3,86.

Secara menyeluruh, variabel pengaruh *website* Sumbar Travel memiliki berjumlah 11,891 dan skor rata-rata 3,964. Berdasarkan garis kontinum, nilai akhir skor rata-rata variabel pengaruh *website* Sumbar Travel sejumlah 3,964. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa pengaruh *website* Sumbar Travel adalah baik.

Tabel 2

Pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat

No	Sub variabel	Skor
1	Pencarian jawaban ( <i>seeking answers</i> )	3,777
2	Mengurangi ketidakpastian ( <i>reducing uncertainty</i> )	3,948
3	Dapat dimengerti ( <i>making sense</i> )	3,850
4	Adanya motivasi tertentu ( <i>the spectrum of motivation</i> )	3,675
Jumlah		11,575
Skor rata-rata		3,858

Sumber: Data penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 2, nilai akhir skor rata-rata yang ditunjukkan sub variabel pencarian jawaban sejumlah 3,777. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa sub variabel pencarian jawaban dalam memenuhi kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat adalah baik. Hal ini menjelaskan bahwa *website* Sumbar Travel sudah memenuhi kebutuhan informasi wisatawan dalam melakukan pencarian jawaban. Ketersediaan fasilitas merupakan pendukung dalam keberhasilan pencarian informasi. (Riani, 2017). Pencarian informasi yang berhasil membuat kebutuhan informasi terpenuhi

Nilai akhir skor rata-rata sub variabel mengurangi ketidakpastian sejumlah 3,9475. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa



pernyataan sub variabel mengurangi ketidakpastian dalam memenuhi kebutuhan informasi sudah baik. Adapun nilai akhir skor rata-rata sub variabel dapat dimengerti sejumlah 3,85. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa pernyataan sub variabel dapat dimengerti untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sudah baik. Souto, Dervin, and Savolainen (2012) menjelaskan bahwa kebutuhan informasi adalah kebutuhan dalam memahami dan memaknai (*make sense*) terhadap situasi yang sedang berlangsung. Untuk itu, kebutuhan informasi individu merupakan kebutuhan terjawabnya berbagai macam pertanyaan yang hadir di pikiran individu. Beragam pertanyaan tersebut muncul ketika individu merasa perlu memberikan penjelasan yang masuk akal pada dirinya dalam dimensi ruang dan waktunya sendiri.

Nilai akhir skor rata-rata sub variabel adanya motivasi tertentu sejumlah 3,675. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa pernyataan sub variabel adanya motivasi tertentu dalam memenuhi kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sudah baik. Hal ini sesuai pernyataan,

“Perilaku dan motivasi individu berbeda karena perilaku dipengaruhi persepsi dan tanggapan individu tersebut, sedangkan motivasi dipengaruhi keadaan seseorang untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkannya” (Kartika & Ulumi, 2012).

Responden akan memiliki perilaku dan motivasi yang berbeda ketika mengakses *website* Sumbar Travel yang dipengaruhi persepsi, tanggapan, dan kondisi responden. Hal ini terlihat dalam

tabel 2, bahwa skor variabel kepuasan informasi pengguna memiliki jumlah 11,575. Berdasarkan garis kontinum menunjukkan bahwa nilai akhir skor rata-rata variabel pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sejumlah 3,858. Skor ini berada pada skor skala interval 3,4-4,2 yang menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sudah baik.

Variabel pengaruh *website* Sumbar Travel sesuai garis kontinum menunjukkan skor akhir 3,964 yang terdapat antara 3,4 dan 4,2 sehingga variabel ini dapat dikatakan baik. Adapun variabel pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat diperoleh hasil bahwa pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat juga baik dengan skor rata-rata akhir 3,858.

Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien korelasi sebesar 0,770 menunjukkan pengaruh *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat yang memiliki hubungan tinggi. Peneliti kemudian melakukan uji signifikan untuk mencari makna hubungan variabel menggunakan *t test*.

Berdasarkan tabel 3, hasil uji signifikan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 11,947 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n - 2 = 98$  sejumlah 1,985. Untuk itu, dapat terlihat bahwa  $t_{hitung}$  (11,987) >  $t_{tabel}$  (1,968) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Tabel 3

Korelasi pengaruh *website* Sumbar Travel dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat

Var	Koef	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	A	Hub	Keputusan
X-Y	0,770	11,947	1,985	0,05	Tinggi	$H_1$ diterima

Sumber: Data penelitian, 2019

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengaruh *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat. Selain itu, pengaruh *website* Sumbar Travel pun memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sejumlah 59,3% dan 40,7% yang ditentukan variabel lain. *Website* Sumbar Travel memberikan pengaruh penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat.

Tabel 4

Korelasi isi informasi *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat

Var	Koef	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	A	Hub	Keputusan
$X_1$ -Y	0,725	10,421	1,985	0,05	Tinggi	$H_1$ diterima

Sumber: Data penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4, nilai koefisien korelasi sejumlah 0,725 yang menunjukkan bahwa isi informasi *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat memiliki hubungan yang tinggi. Peneliti melakukan uji signifikan yang bertujuan mencari makna hubungan variabel dengan menggunakan *t test*. Peneliti memperoleh hasil uji signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 10,421 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n - 2 = 98$  adalah sejumlah 1,985. Hal ini terlihat bahwa  $t_{hitung}$  (10,421) >  $t_{tabel}$  (1,985) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, terdapat hubungan signifikan antara isi informasi *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat. Selain itu, isi informasi *website* Sumbar Travel memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi

wisatawan Sumatera Barat sejumlah 52,5% dan 47,5% yang ditentukan variabel lain. Isi informasi *website* Sumbar Travel memberikan peranan yang cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat.

Berdasarkan data sub variabel  $X_1$  mengenai isi informasi (*contents*), terlihat responden setuju bahwa informasi yang diberikan lengkap, aktual, dan faktual. Selain itu, bahasa yang digunakan mudah dipahami dan informasi yang diberikan terbaru. Untuk itu, *website* Sumbar Travel sudah memenuhi kriteria *website* yang baik.

“Sebaik apapun *website* secara desain grafis, tanpa konten yang berguna dan bermanfaat maka akan kurang berarti. Konten yang baik akan menarik, relevan, dan pantas untuk target audiens *website* tersebut. Gaya penulisan dan bahasa yang dipergunakan harus sesuai dengan *website* dan target *audiens*” (Krisbiantoro, Suyanto, & Luthfi, 2015)

*Website* yang menarik pengunjung adalah *website* yang memiliki isi informasi yang lengkap. Hal ini ditunjang dengan desain grafis dan tulisan yang sesuai dengan tema *website* tersebut. *Website* Sumbar Travel sendiri sudah menampilkan isi informasi yang menarik bagi pengunjung.

Sub variabel tampilan memperoleh skor rata-rata 3,983 yang garis kontinumnya berada antara 3,4 dan 4,2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tampilan *website* Sumbar Travel sudah baik. Berdasarkan tabel 5, nilai koefisien korelasi sejumlah 0,714 yang menunjukkan bahwa tampilan *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat memiliki

hubungan yang tinggi. Peneliti kemudian melakukan uji signifikan untuk mencari makna hubungan variabel dengan menggunakan *t test*.

Tabel 5

Korelasi tampilan *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat

Var	Koef	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	A	Hub	Keputusan
$X_2$ -Y	0,714	10,095	1,985	0,05	Tinggi	$H_1$ diterima

Sumber: Data penelitian, 2019

Sesuai hasil uji signifikan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 10,095 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2 = 98$  adalah sejumlah 1,985. Dapat terlihat bahwa  $t_{hitung} (10,095) > t_{tabel} (1,968)$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara tampilan *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat. Selain itu, tampilan *website* Sumbar Travel memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sebesar 51% dan 49% yang ditentukan variabel lain. Tampilan *website* Sumbar Travel memberikan peranan yang cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat.

Berdasarkan data sub variabel  $X_2$  desain grafis (tampilan), pada umumnya responden setuju bahwa gambar, foto, video memiliki kualitas bagus, visual dari gambar, foto, video dan komposisi warna sudah memiliki tampilan yang menarik. Hal ini berarti bahwa *website* Sumbar Travel sudah memenuhi kriteria *website* yang baik. Sejalan dengan rujukan di bawah ini.

“Kepuasan visual dari seorang *user* secara subjektif melibatkan bagaimana desainer visual *website* membawa mata *user* menikmati dan menjelajahi *website* melalui layout, warna, bentuk dan tipografi” (Krisbiantoro et al., 2015).

*Website* harus memuat gambar, suara, dan video yang menarik agar pengunjung menikmati informasi yang dihadirkan dalam *website* tersebut. Untuk itu, desain grafis sebuah *website* sangat penting. *Website* Sumbar Travel sendiri sudah menyajikan desain grafis yang bagus dan menarik pengunjung untuk berwisata ke Sumatera Barat.

Sub variabel sistem navigasi memperoleh skor rata-rata 4,003 yang garis kontinumnya berada antara 3,4 dan 4,2 sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem navigasi *website* Sumbar Travel sudah baik. Berdasarkan tabel 6, nilai koefisien korelasi sejumlah 0,539 yang menunjukkan bahwa sistem navigasi *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat memiliki hubungan yang moderat. Selanjutnya peneliti melakukan uji signifikan untuk mencari makna hubungan variabel menggunakan *t test*.

Tabel 6

Korelasi sistem navigasi *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat

Var	Koef	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	A	Hub	Keputusan
$X_3$ -Y	0,539	6,335	1,985	0,05	Moderat	$H_1$ diterima

Sumber: Data penelitian, 2019

Sesuai hasil uji signifikan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 6,335 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk$ )= $n-2=98$  adalah sebesar 1,985. Dapat terlihat bahwa  $t_{hitung} (6,335) > t_{tabel} (1,968)$

sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara sistem navigasi *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat. Selain itu, sistem navigasi *website* Sumbar Travel telah memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sejumlah 29% dan 71% yang ditentukan variabel lain. Sistem navigasi *website* Sumbar Travel berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat.

Berdasarkan data sub variabel  $X_3$  sistem navigasi, pada umumnya responden setuju bahwa *website* Sumbar Travel telah memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi, kemudahan akses, dan menjelajah informasi. *Website* Sumbar Travel sudah memenuhi kriteria *website* yang baik sesuai pernyataan Krisbiantoro, Suyanto, and Luthfi (2015) bahwa sistem navigasi *website* yang baik adalah sistem navigasi yang memuat lengkap dan desain tampilan yang sesuai. Sistem navigasi penting dimiliki *website* untuk memudahkan pengunjung mencari informasi yang dicari melalui penggunaan kata kunci.

Sub variabel kegunaan memiliki skor rata-rata 4,027 yang garis kontinumnya berada antara 3,4 dan 4,2 sehingga dapat disimpulkan bahwa kegunaan *website* Sumbar Travel sudah baik. Berdasarkan hasil pengujian, nilai koefisien korelasi sejumlah 0,625 yang menunjukkan bahwa kegunaan *website* Sumbar Travel terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat memiliki hubungan yang moderat. Selanjutnya peneliti melakukan uji signifikan untuk

mencari makna hubungan variabel dengan menggunakan *t test*.

Sesuai hasil uji signifikan, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sejumlah 8,513 dan nilai  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n - 2 = 98$  adalah sejumlah 1,985. Dapat terlihat bahwa  $t_{hitung}$  (8,513) >  $t_{tabel}$  (1,968) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kegunaan *website* Sumbar Travel dan pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat. Selain itu, kegunaan *website* Sumbar Travel memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat sejumlah 42,5% dan 57,5% yang ditentukan variabel lain. *Website* Sumbar Travel dari segi kegunaan telah memberikan peranan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat.

Berdasarkan data sub variabel  $X_4$  kegunaan, pada umumnya responden setuju bahwa *website* Sumbar Travel memberikan kemudahan dalam penggunaan dan efisien waktu. Untuk itu, *website* Sumbar Travel sudah memenuhi kriteria *website* yang baik. Sejalan dengan pernyataan Krisbiantoro et al., (2015) bahwa kegunaan dalam *website* erat kaitannya dengan pengalaman pengunjung saat menggunakan fasilitas *website*. Responden saat menggunakan *website* Sumbar Travel belajar berinteraksi melalui informasi dan fasilitas yang dihadirkan dalam *website* ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan penelitian, peneliti dapat simpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh *website* Sumbar Travel dengan pemenuhan kebutuhan informasi

wisatawan di Sumatera Barat. Pengaruh *website* yang terdiri dari sub variabel isi informasi, tampilan, sistem navigasi, dan kegunaan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata sudah baik. Isi informasi *website* Sumbar Travel memiliki kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat dengan menyajikan objek wisata, kuliner, dan kegiatan budaya Sumatera Barat. Tampilan *website* Sumbar Travel berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat yang berisi objek wisata dan foto objek wisata Sumatera Barat. Sistem navigasi *website* Sumbar Travel berperan cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan Sumatera Barat dengan menyediakan berbagai macam bentuk kategori informasi wisata. Kegunaan *website* Sumbar Travel memberikan kontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di Sumatera Barat. *Website* Sumbar Travel telah membantu Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mendokumentasikan, menyimpan, mempromosikan, dan melestarikan wisata Sumatera Barat kepada para wisatawan. Untuk itu, gagasan penelitian selanjutnya akan meneliti penggunaan *website* bertema wisata terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisatawan di daerah lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, A. K. (2012). Hubungan antara tingkat kebutuhan konsumsi informasi dan kualitas isi media dengan loyalitas pembaca: Studi pada Harian Meteor terkait perubahan dari koran kuning ke koran umum. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 65-76. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4446>
- Cool, C., & Belkin, N. J. (2018). *Interactive information retrieval: History and background*. England: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.29085/9781856049740.003>
- Fadhli, R. (2021). Implementasi kompetensi pembelajaran sepanjang hayat melalui program literasi di perpustakaan sekolah. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(1), 19-38. <https://doi.org/10.24198/jkip.v9i1.27000>
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. (2019). *Educational research: Competencies for analysis and application*. USA: Pearson Education Limited.
- Gumilar, R. A., Winoto, Y. & Anwar, R. K. (2016). Perilaku pencarian informasi di kalangan para pengrajin golok: Studi kasus perilaku pencarian informasi para pengrajin golok di Kampung Galonggong Tasikmalaya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 1-10. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11623>
- Kartika, W. D., & Ulumi, B. (2012). Kebutuhan dan perilaku Pencarian Informasi Peneliti: Studi Kasus di Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 1(1), 1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/460/459>
- Krisbiantoro, D., Suyanto, M., & Luthfi, E. T. (2015). Evaluasi keberhasilan implementasi sistem informasi dengan pendekatan hot fit model: Studi kasus STMIK AMIKOM Purwokerto. *Konferensi Nasional Sistem & Informatika*, 896-901.
- Nisa, N. R., Indrahti, S., & Heriyanto. (2013). Ketersediaan koleksi buku ilmu perpustakaan dalam

- memenuhi kebutuhan informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Mahasiswa Prodi DIII Perpustakaan dan Informasi di Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(1), 1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/2747/2734>
- Pamungkas, M. Z. (2016). *Fungsi media website www.wisatakita.com dalam memenuhi kebutuhan informasi di kalangan wisatawan domestik kepulauan Karimun Jawa* (Skripsi) [Universitas Pasundan, Bandung]. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/13386/>
- Riani, N. (2017). Model perilaku pencarian informasi guna memenuhi kebutuhan informasi (studi literatur). *Jurnal PUBLIS*, 1(2), 14-20. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/PUBLIS/article/view/693/576>
- Saepudin, E. (2013). Literasi informasi kesehatan lingkungan pada masyarakat pedesaan: Studi deskriptif di Desa Nagrog Kecamatan Cicalengka. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 1(1), 81-89. <https://doi.org/10.24198/jkip.v1i1.9614>
- Sari, D. Z. (2015). *Pengaruh website www.Belitungisland.com terhadap pemenuhan informasi wisata di Pulau Belitung* (Skripsi) [Universitas Padjadjaran, Sumedang]. Retrieved from <https://repository.unpad.ac.id/ftdoor/index/index/year/2019/docId/134413>
- Souto, P. C. D. N., Dervin, B., & Savolainen, R. (2012). Designing for knowledge creation work: An exemplar application of sense-making methodology. *RAI: Revista de Administração e Inovação*, 9(2), 274-297. <https://doi.org/10.5773/rai.v9i2.949>
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaki, F., Rukiyah, & Christiani, L. (2015). Kebutuhan dan perilaku pencarian informasi wisatawan di Tourist Information Center Pemuda Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 106-112. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/9512/9235>
- Syawqi, A. (2017). Perilaku pencarian informasi guru besar UIN Antasari Banjarmasin. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 19-44. <https://doi.org/10.29240/tik.v1i1.207>
- Wicaksono, L. (2016). Bahasa dalam komunikasi pembelajaran. *Jurnal Pembelajaran Prospektif*, 1(2), 9-19. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/lp3m/article/view/19211/16053>
- Zuhriah, A. (2019). Pengurangan ketidakpastian melalui komunikasi interpersonal remaja panti asuhan: Studi pada remaja PPSA "Woro Wiloso" Salatiga. *Jurnal Common*, 3(1), 34-51. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1624>