

ABSTRAK

Ichsan Hadiwibowo. 12819881. Pengaruh Motif Penggunaan Media Instagram, Kualitas Informasi, dan Intensitas Melihat Konten Instagram @Kokbisa Terhadap Kepuasan Generasi Z Dalam Mendapatkan Informasi.

Kata Kunci: Instagram, Intensitas Melihat Konten, Kepuasan, Kualitas Informasi, Motif Penggunaan Media

(xv + 124 + lampiran)

Instagram memiliki keunggulan dalam hal menampilkan visual, pengarsipan konten, serta memberikan kebebasan pada penggunanya dalam menampilkan sisi kreatif idealnya. Instagram tidak hanya menjadi media untuk berbagi foto atau video untuk berekspresi, tetapi dapat digunakan untuk berbagi dan mencari informasi. Generasi Z merupakan kalangan usia yang paling banyak menggunakan Instagram dengan persentase 74% berdasarkan riset IDN Times pada website Goodstats.id. Generasi Z mampu menghabiskan waktu selama lebih dari 3 jam sehari dalam mengakses media sosial. Generasi Z menyukai Instagram dikarenakan mereka menyukai penyampaian informasi yang ringkas serta menampilkan visual. Salah satu akun Instagram yang menyampaikan informasi disertai visual atau infografis adalah akun Instagram @Kokbisa. Akun Instagram @Kokbisa adalah akun yang menyampaikan informasi terkait sains, teknologi, serta isu sosial dengan menggunakan visual atau infografis yang menunjang topik yang sedang disampaikan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media Instagram, kualitas informasi, dan intensitas melihat konten Instagram @Kokbisa terhadap kepuasan generasi Z dalam mendapatkan informasi, baik secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan adalah teori *Uses and Gratifications* dan teori pengharapan nilai. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan paradigma positivisme. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @Kokbisa yang termasuk generasi Z dengan jumlah 400 orang yang dihitung melalui rumus Slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan media (X1), kualitas informasi (X2), dan intensitas melihat konten (X3) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan (Y) secara parsial dan secara bersamaan variabel motif penggunaan media, kualitas informasi, dan intensitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan.

Daftar Pustaka (2016-2022)