

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI
AKUN Instagram @INDOZONE.ID TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS GENERASI
Z DALAM MEMPEROLEH INFORMASI**

***INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA USE MOTIVES AND QUALITY OF Instagram
ACCOUNT INFORMATION @INDOZONE.ID ON GENERATION Z FOLLOWERS
SATISFACTION IN OBTAINING INFORMATION***

Syahra Safriana¹, Nuriyati Samatan²

^{1,2}Universitas Gunadarma

email : ¹safrianasyahra@gmail.com

Abstract

@Indozone.id is an Instagram account that always provides very useful information with various categories of information that can make it easier for someone to find the information they need. This study aims to find out and see if there is an influence between the motives of social media use and the quality of Instagram account @Indozone.id on the satisfaction of generation z followers. The approach in this research is a quantitative approach with survey methods. The theory used in this study is the theory of uses and gratification. The results in this study were in the T test between the motive of media use to the satisfaction of followers get a value of Tcount (4,692) > Ttable (1,966) with a signification value (0.000) < (0.05) which means there is a partial influence between the motive of media use to the satisfaction of followers. T test on information quality and followers satisfaction get Tcount value (8,374) > Ttable(1,966) with signification value (0.000) < (0.05) which means there is a partial influence between the quality of information and the satisfaction of followers. In test Fcount (66. 649) > Ftable (3. 019) with a signification value (0.000 < 0.05) which means that there is a simultaneous influence between the motive of social media use and the quality of information Instagram account @Indozone.id to the satisfaction of generation z followers in obtaining information. In the coefficient of determination test obtained determination R of 0.533 or 53.3 %, this value explains that the satisfaction of generation z followers is influenced by the motive of social media use and the quality of Instagram account information Indozone.id by 53.3%.

Keywords : *Media Usage Motives, Information Qualit, Instagram, Statisfaction.*

Abstrak

@Indozone.id adalah akun Instagram yang selalu memberikan informasi yang sangat bermanfaat dengan berbagai kategori informasi yang dapat memudahkan seseorang mencari informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan melihat adakah pengaruh antara motif penggunaan media sosial dan kualitas akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Hasil dalam penelitian ini adalah pada uji T antara motif penggunaan media terhadap kepuasan follower mendapatkan nilai Fhitung (4.692) > Ftabel (1.966) dengan nilai signifikansi (0.000) < (0.05) yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara motif penggunaan media terhadap kepuasan *followers*. Uji T pada kualitas

informasi dan kepuasan *followers* mendapatkan nilai Fhitung (8.374) > Ftabel (1.966) dengan nilai signifikansi (0.000) < (0.05) yang berarti terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas informasi dengan kepuasan *followers*. Pada uji F diperoleh Fhitung (66.649) > Ftabel (3.019) dengan nilai signifikansi (0.000 < 0.05) yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi. Pada uji koefisien determinasi diperoleh determinasi R sebesar 0.533 atau 53.3 %, nilai ini menjelaskan bahwa kepuasan *followers* generasi z dipengaruhi oleh motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram Indozone.id sebesar 53.3%.

Kata Kunci : Motif Penggunaan Media, Kualitas Informasi, Instagram, Kepuasan.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini terus berkembang pesat sehingga memudahkan setiap orang untuk mencari informasi atau untuk berkomunikasi dengan orang lain. Kehadiran internet sangat banyak membawa perubahan bagi kehidupan manusia terutama dalam perkembangan teknologi digital. Menurut Cultip, Center, dan Broom internet menyebabkan perubahan komunikasi yang sangat luas dan mendalam (Azeharie dan Kusuma, 2014), Pemanfaatan internet dalam memenuhi kebutuhan informasi menjadikan internet sebagai media baru atau *new media*. *New media* merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan oleh manusia. Internet telah menghadirkan inovasi-inovasi baru dalam teknologi, salah satunya yaitu media sosial. Media sosial adalah tempat untuk berkomunikasi atau mencari informasi di media online. Instagram adalah salah satu media sosial yang saat ini digemari oleh masyarakat luas. Berbagai macam fitur menarik yang diberikan oleh Instagram membuat pengguna Instagram lebih tertarik menggunakan Instagram.

Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi atau mencari informasi dimana informasi foto atau video dijadikan sebagai fitur penunjang dari informasi yang akan disampaikan melalui teks yang ditulis di caption dari gambar ataupun video yang di upload di Instagram. Informasi merupakan hal yang penting untuk menambah pengetahuan. Pentingnya sebuah informasi akan mendorong setiap individu untuk mencari media mana yang paling efektif dan akurat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Setiap individu dapat mengakses berita baik secara online maupun cetak. Saat ini banyak akun Instagram yang khusus memberitahukan informasi yang bermanfaat salah satunya yaitu akun Instagram @Indozone.id. Indozone.id adalah salah satu akun Instagram yang selalu memberikan informasi yang positif, terpercaya dan menginspirasi untuk semua orang.

Indozone pertama kali berdiri lewat media sosial Instagram pada 18 September 2014 dengan tagar #KAMUHARUSTAU. Indozone.id dikhususkan untuk para anak muda atau Generasi Z yang haus akan informasi terbaru yang edukatif, konten-konten yang menarik dan dapat memberikan dampak yang positif bagi pembacanya. Saat ini jumlah pengikut akun Instagram @Indozone.id terpantau terakhir sebanyak 3.9 Juta *followers* dengan jumlah postingan sebanyak 77,3 ribu.

Peneliti memilih akun Instagram @Indozone.id karena akun Instagram @Indozone.id merupakan akun Instagram dengan pencapaian yang luar biasa seperti mendapatkan penghargaan #1 Indonesia Instagram Account (2017-2018 Bestnine). Hal ini membuktikan

bahwa akun Instagram @Indozone.id menjadi media terbaik no.1 di intagram untuk selalu berkomitmen memberikan informasi yang bermanfaat. Instagram @Indozone.id juga merupakan salah satu pelopor dalam menyampaikan informasi menggunakan *postcard information* sehingga informasi yang disajikan ringkas tetapi tidak mengurangi isi dari informasi tersebut.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir di era digital. Menurut Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall (2004) Generasi Z yaitu orang dengan kelahiran tahun 1995-2010 yang saat ini berusia 10- 25. Generasi Z lebih sering menggunakan media sosial untuk melakukan aktivitas sehari-hari terutama dalam mencari sebuah informasi. Informasi yang ringkas dan mudah dipahami serta terdapat visual yang menggambarkan informasi tersebut akan membuat para generasi z lebih tertarik membaca informasi di media sosial.

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian adalah (a) 'Adakah pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi?'; (b) "Adakah pengaruh kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi?"; (c) "Adakah pengaruh motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi". Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah (a) "Untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media sosial terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi"; (b) "Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi?"; (c) "Untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi".

Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1) H_0^1 : Tidak ada pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan *followers*; H_a^1 Terdapat pengaruh motif penggunaan media terhadap kepuasan *followers*, (2) H_0^2 : Tidak ada pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan *followers*; H_a^2 Terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan *followers*, (3) H_0^3 : Tidak ada pengaruh motif penggunaan media dan kualitas informasi terhadap kepuasan *followers*; H_a^3 Terdapat pengaruh motif penggunaan media dan kualitas informasi terhadap kepuasan *followers*.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori *uses and gratification* dapat diartikan media lebih tertarik dengan apa yang dilakukan seseorang sehingga media akan memenuhi kebutuhan tersebut untuk memberikan kepuasan kepada khalayak. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya yang akhirnya mendasari timbulnya istilah *Uses and Gratification*. (Rakhmat, 2009: 65). Teori ini juga menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak (Samatan, 2018:228). Menurut Effendy (2003: 289), dalam *uses and gratification* yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, dalam *uses and gratification* khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang. Dalam teori ini media berusaha memenuhi kebutuhan

khalayak supaya khalayak sehingga khalayak mendapatkan kepuasan. Jika kebutuhan khalayak terpebuhi maka akan timbul kepuasan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @Indozone.id. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @Indozone.id. Sumber data primer dalam penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner secara daring melalui *google form* kepada *followers* generasi z Instagram @Indozone.id. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Juni 2021 dalam waktu 1 bulan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probbaility Sampling*. Teknik pengambilan sampel ini yaitu setiap anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dalam teknik *non probaility sampling*, penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Paul Leddy karena dalam penelitian ini populasinya belum diketahui maka berdasarkan perhitungan rumus didapatkan jumlah responden dari sebagian populasi yaitu 385 responden. Penelitian menggunakan skala likert untuk mengukur variabel. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Peneliti hanya menggunakan empat skala likert karena apabila terdapat jawaban di tengah-tengah atau netral akan menghilangkan banyak data.

Pada penelitian kuantitatif untuk menginterpretasikan sebuah hasil penelitian dari penyebaran kuesioner harus melakukan beberapa uji statistik. Sebelum melakukan analisis data, dari hasil penyebaran kuesioner perlu dilakukan pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Ghazali (2009) uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan reliabilitas menurut Sugiyono (2016: 121) adalah tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas adalah uji tingkat keandalan kuesioner. Jadi kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari setiap pernyataan konsisten atau stabil.

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan sebagai syarat dari uji regresi linear berganda. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan yaitu, uji normalitas, uji multiokolonieritas, dan uji heteroskedastistas. Uji normalitas dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data penelitian yang bagus yaitu apabila data tersebut berdistribusi normal. Uji multiokolonieritas menurut Ghazali (2016: 103) pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Uji heteroskedastistas dilakukan untuk mengetahui apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2016: 134). Setelah melakukan uji asumsi klasik maka pengujian selanjutnya yaitu melakukan uji regresi linear berganda. Analisis

regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004: 508).

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hasil pengambilan keputusan pada hipotesis yang telah dibuat. Pada penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji T, uji F, analisis korelasi, dan uji determinasi. Menurut Sugiyono (2010: 250), uji t (t-test) digunakan untuk melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependent. Sedangkan, uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengukur derajat asosiasi (hubungan) lebih dari dua variabel. Pada pengujian koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengujian validitas pengambilan keputusan pada setiap item dianggap valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sedangkan jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka item pernyataan dianggap tidak valid. Hasil dari pengujian validitas pada variabel X1 (Motif Penggunaan Media, X2 (Kualitas Informasi), dan Y (Kepuasan) dengan total 44 item pernyataan dapat dinyatakan valid karena setiap item pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361).

Pada pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*, dengan pengambilan keputusan yaitu instrument dapat dikatakan reliable jika nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0.60 (Ghozali, 2006:42). Hasil dari uji reliabilitas pada variabel X1 mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.934, variabel X2 mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.920, dan variabel Y mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.927. Berdasarkan dari nilai *cronbach's alpha* pada variabel X1, X2, dan Y maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian reliable karena nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0.60, sehingga setiap pernyataan pada variabel dapat dipercaya.

Pada pengujian asumsi klasik penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multiokolonieritas, dan uji heteroskedastistas. Pada uji normalitas menggunakan uji komogorov-smirnov test dengan pengambilan keputusan jika *asyp.sig. (2-tailed)* > 0.05, sebaliknya jika *asyp.sig. (2-tailed)* < 0.05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Pada hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogrov Smirnov Test* diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.200, sehingga hasil keputusan menyatakan bahwa data dapat berdistribusi normal karena *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,200 > 0.05. Pada uji multiokolonieritas pengambilan keputusannya yaitu jika model regresi harus mempunyai nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi gejala multiokolineritas, sebaliknya jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 maka terjadi gejala multiokolineritas. Hasil dari uji multiokolonieritas yaitu pada variabel X1 (Motif Penggunaan Media) dan variabel X2 (Kualitas Informasi) masing-masing memperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,890. pada variabel X1 (Motif Penggunaan Media) dan variabel X2 (Kualitas Informasi) dengan masing-masing variabel memperoleh nilai VIF sebesar 1,124. Maka hasil dari uji multiokolineritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multiokolineritas. Pada penelitian ini untuk uji heteroskedastistas menggunakan uji glejser.

Pengambilan keputusan pada uji heteroskedastitas dengan menggunakan uji glejser yaitu, jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastitas. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) pada variabel X1 (Motif Penggunaan Media) sebesar 0,078 dan variabel X2 (Kualitas Informasi) memperoleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,217. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen maka dilakukan uji regresi linear berganda. Hasil dari uji regresi linear berganda yaitu didapatkan nilai konstanta (α) sebesar 25.782 artinya jika nilai variabel bebas (independen) sama dengan nol, maka nilai variabel terikat (dependent) akan mengalami peningkatan sebesar 25.782. Koefisien variabel regresi motif penggunaan media (X1) sebesar 0.197 menyatakan bahwa setiap motif penggunaan media mengalami peningkatan maka kepuasan juga ikut mengalami peningkatan sebesar 0.197. Koefisien regresi variabel kualitas informasi (X2) sebesar 0.384 menyatakan bahwa setiap kualitas informasi mengalami peningkatan maka kepuasan juga ikut mengalami peningkatan sebesar 0.384.

Hipotesis merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal (Kriyantoro, 2016:28). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji T, uji F, analisis korelasi dan determinasi. Pada uji T didapatkan hasil pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	25.782	2.334		11.045	.000
	Motif Penggunaan Media X1	.197	.042	.219	4.692	.000
	Kualitas Informasi X2	.384	.046	.391	8.374	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Pada tabel 1, hasil uji t pada variabel motif penggunaan media (X1) terhadap kepuasan *followers* (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,692 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (4,692) > t_{tabel} (1,966) dan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya koefisien regresi pada variabel motif penggunaan media signifikan. Maka variabel motif penggunaan media secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *followers*.

Selanjutnya pada tabel 1, hasil uji t pada variabel kualitas informasi(X2) terhadap kepuasan *followers* (Y) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 8,374 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} (8,374) > t_{tabel} (1,966) dan nilai Sig. (0,000) < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya koefisien regresi pada variabel kualitas informasi signifikan. Maka variabel kualitas informasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan *followers*.

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel independent dengan variabel dependent. Hasil pada uji F dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	840.415	2	420.208	66.469	.000 ^b
	Residual	2414.946	382	6.322		
	Total	3255.361	384			

a. Dependent Variable: Kepuasan Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi X2, Motif Penggunaan Media X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan tabel 2, Hasil dari uji F di atas, diketahui bahwa nilai Fhitung (66,649) ≥ dari Ftabel (3,019) dan nilai signifikansi (0,000) ≤ (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya motif penggunaan media sosial dan kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *followers* generasi z dalam memperoleh informasi. Pada analisis korelasi dan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.531	2.122

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi X2, Motif Penggunaan Media X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Pada tabel 3, diketahui bahwa pada hasil uji korelasi didapatkan nilai koefisien korelasi antara variabel motif penggunaan media dan kualitas informasi terhadap kepuasan followers diperoleh angka R sebesar 0,730. Maka dapat disimpulkan bahwa motif penggunaan media dan kualitas informasi mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan followers karena nilai R (0,730) berada di antara nilai koefisien korelasi (0,60-0,799) yang berarti memiliki tingkatan “kuat”. Pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R² (*R square*) sebesar 0,533 atau (53,3%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase pada variabel motif penggunaan media dan kualitas informasi dapat mempengaruhi kepuasan followers sebesar 53,3% sedangkan sisanya sebesar 46,7% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, *Uses and Gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif tertentu. Media dianggap memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Dengan kata lain

motif individu menggunakan media dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan kegunaan media itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @Indozone.id dapat memberikan kepuasan kepada followers generasi z dengan memberikan berbagai macam kategori informasi dengan menyajikan informasi menggunakan metode postcard information sehingga informasi ringkas serta mudah dimengerti dengan didukung visual yang menggambarkan isi topik dari informasi yang ingin disampaikan membuat tampilannya sangat menarik untuk dibaca. Sehingga mendorong followers generasi z memilih akun Instagram @Indozone.id untuk memenuhi motif followers dalam mencari suatu informasi. Kualitas informasi pada sebuah media juga sangat penting karena informasi yang berkualitas akan menumbuhkan kepercayaan bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang memberikannya nilai buat para pemakai akhir tertentu (O'Briens, 2005; 703).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan dengan menganalisis dan menginterpretasi hasil penelitian, maka peneliti memperoleh kesimpulan untuk menjawab hipotesis dan rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah variabel X1, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 yaitu motif penggunaan media sosial terhadap variabel Y yaitu kepuasan followers generasi z dalam memperoleh informasi. Pada variabel X2, mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X2 yaitu kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap variabel Y yaitu kepuasan followers generasi z dalam memperoleh informasi. Sedangkan untuk kedua variabel bebas yaitu X1 dan X2, maka peneliti mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1 yaitu Motif Penggunaan Media Sosial dan Variabel X2 yaitu kualitas informasi akun Instagram @Indozone.id terhadap variabel Y yaitu kepuasan followers generasi z dalam memperoleh informasi.

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu disarankan untuk penelitian serupa yang akan datang sebaiknya dapat mengembangkan variabel-variabel yang sudah ada pada penelitian sebelumnya agar dapat dibandingkan dengan penelitian selanjutnya sehingga penelitian dapat dilihat dari sudut pandang yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulisan panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada Rektor Gunadarma yaitu, Prof. Dr. E.S. Margianti, SE, MM, Dosen Pembimbing yaitu Dr. Nuriyati Samatan, M.Ag yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini dan peneliti sangat berterima kasih kepada pengelola Jurnal Komunikasi dan Media Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memfalisitasi peneliti untuk mempublikasikan artikel.

DAFTAR PUSTAKA

- Codrington, Graeme., dan Sue Grant-Marshall. 2004. *Mind the gap*. penguin books.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Gozhali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantoro, Rachmat. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Penada Media Grup.
- O'Brien, James. 2005. *Pengantar Sistem Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009.) *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Samatan, Nuriyati. (2018). *Riset Komunikasi II*. Jakarta: Gunadarma.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suharyadi & Purwanto. 2004. *Metode Penelitian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma. (2014). "Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta". *Jurnal Komunikasi*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Tarumanegara. Jakarta.