

ABSTRAK

Efektivitas media memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas penggunaan akun Instagram @serulingmaszoo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* dengan efektivitas penggunaan akun instagram sebagai variabel independen (kemudahan akses media, kejelasan media, kelengkapan media dan atraktivitas media), dan variabel dependen pemenuhan kebutuhan informasi (*Current need approach*, *Everyday need approach*, *Exhaustic need approach*, dan *Catching up need approach*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan metode angket/kuesioner sejumlah 100 responden yang merupakan followers akun Instagram @serulingmaszoo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan efektivitas penggunaan akun instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi yang diuji dengan Uji Korelasi *Product Moment* memiliki hubungan signifikan yang bersifat positif dan sedang dengan nilai sebesar 0,425. Nilai parsial hasil dari Uji t memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Kontribusi pengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 18,1% dan sisanya 81,9% merupakan faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Efektivitas Media, Media Baru , Instagram, Kebutuhan Informasi, Serulingmas Zoo.

ABSTRACT

Media effectiveness influences fulfilling information needs. Therefore, this research aims to determine the effect of effectiveness of using the Instagram account @serulingmaszoo on fulfilling followers' information needs. This research uses the Uses and Gratifications Theory with the effectiveness of using an Instagram account as the independent variable (ease of media access, media clarity, media completeness, and media attractiveness), and the dependent variable is fulfilling information needs (Current need approach, Everyday need approach, Exhaustive need approach, and Catching up need approach). This research uses a quantitative method by collecting data using a questionnaire/questionnaire method of 100 respondents who are followers of the Instagram account @serulingmaszoo. The results of the research show that there is a relationship between the effectiveness of using an Instagram account and fulfilling information needs as tested by the Product Moment Correlation Test, which has a significant positive and moderate relationship with a value of 0.425. The partial value of the results from the t test has a significance value of less than 0.05. The contribution of influence on fulfilling information needs was 18.1% and the remaining 81.9% was other factors that were not researched.

Keywords: *Media Effectiveness, New Media, Instagram, Information Needs, Serulingmas Zoo.*