

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SKINCARE (Studi Kuantitatif pada followers akun Twitter @ohmybeautybank)

Amanda Putri Mahardhita.¹⁾, Nathaniel Antonio Parulian, S.Psi., M.I.Kom²⁾, Maya Rachmawaty, S.Pt., M.Sc.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Twitter dijadikan sebagai salah satu platform yang tepat untuk membagikan atau memperoleh sebuah informasi. Hal ini dikarenakan Twitter dapat memberikan informasi mengenai sesuatu yang sedang trending pada saat tertentu, sehingga informasi yang didapatkan sifatnya cepat dan mudah untuk diakses karena informasi tersebut biasanya dapat diakses melalui hastag trending pada fitur yang disediakan oleh Twitter. Saat ini hadir akun-akun autobase yang disediakan untuk menjadi wadah komunikasi antar penggunanya, dengan ketertarikan atau minat yang berbeda-beda. Akun ini juga digunakan untuk memperoleh kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengikutnya. Akun @ohmybeautybank adalah salah satu akun yang membahas mengenai dunia kecantikan dan info-info lainya seputar kesehatan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun @ohmybeautybank dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Pentingnya penelitian ini adalah diharapkan @ohmybeautybank dapat diketahui oleh banyak orang lainnya dan menjadi salah satu wadah komunikasi terbaru untuk memperoleh informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebar kuesioner ke 400 responden yang sesuai kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel (593, 483 > 3, 86) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,744 di mana hasil ini kuat, positif, dan satu arah. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini telah menjawab rumusan masalah, yaitu akun @ohmybeautybank berisikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi *followers* dan memenuhi informasi mengenai dunia kecantikan secara lengkap.

Kata kunci: Ilmu Komunikasi, Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Uses and Gratification, Twitter.

Pustaka : 32

Tahun Publikasi : 2012 - 2022