

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HALODOC TERHADAP MOTIF *FOLLOWERS***

(Survei Penelitian pada *Followers* Halodoc di Media Sosial Instagram
@halodoc)

HALIZA RIZKIANTI

Abstrak

Meningkatnya perkembangan teknologi di era digital menjadikan teknologi sebagai alat yang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia, terutama dalam bidang kesehatan. Di era digital, khalayak lebih banyak mencari informasi mengenai kesehatan melalui internet atau media sosial. Melalui media sosial Instagram, Halodoc melakukan komunikasi pemasaran sekaligus memberikan berbagai macam informasi mengenai kesehatan yang dibutuhkan oleh *followersnya*. **Pendekatan** yang digunakan dalam penelitian ini adalah **kuantitatif**. **Penelitian ini bertujuan** untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @halodoc terhadap kepuasan informasi kesehatan. Populasi penelitian ini adalah *followers* Instagram @halodoc dengan sampel berjumlah 100 responden dihitung menggunakan rumus Taro Yamane. **Teori yang digunakan** pada penelitian ini adalah **Teori Uses and Gratifications**. Penggunaan media sosial diukur berdasarkan empat (4) dimensi yaitu *context, communications, collaborations, dan connection*. Sedangkan Motif *followers* diukur berdasarkan empat (4) dimensi yaitu *entertainment, social integrations and interaction, information seeking, dan personal identity*. **Hasil uji korelasi** diketahui memiliki hubungan yang kuat, artinya bahwa penggunaan media sosial Instagram hubungan kuat dengan motif *followers* Instagram @halodoc. **Hasil uji pengaruh** diketahui memiliki pengaruh namun tidak signifikan, karena pencarian informasi kesehatan bukan hanya bersumber dari media sosial Instagram @halodoc. **Hasil perhitungan uji hipotesis** dengan t hitung dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Media Sosial, Motif, *Uses and Gratifications*, Instagram.

THE EFFECT OF USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @HALODOC ON FOLLOWERS MOTIVES

(Research Survey on Halodoc's Followers in Instagram Account of @halodoc)

HALIZA RIZKIANTI

Abstract

The increasing development of technology in the digital era makes technology a tool that is capable of meeting human daily needs, especially in the health sector. In the digital era, audiences are looking for more information about health through the internet or social media. Through Instagram social media, Halodoc conducts marketing communications while providing various kinds of information about health needed by its followers. The approach used in this study is quantitative. This study aims to determine whether or not there is influence and how much influence the use of Instagram @halodoc social media has on the satisfaction of health information. The population of this study is Instagram @halodoc followers with a sample of 100 respondents calculated using the Taro Yamane formula. The theory used in this study is the Uses and Gratifications Theory. The use of social media is measured based on four (4) dimensions, namely context, communications, collaborations, and connections. While followers motives is measured based on four (4) dimensions, namely entertainment, social integration and interaction, information seeking, and personal identity. Correlation test results are known to have strong relationships, meaning that Instagram social media usage is a strong connection with followers motives on @halodoc Instagram followers. The effect of the test results is known to have an effect but not significant, because the search for health information is not only sourced from @halodoc Instagram social media. The results of the calculation of hypothesis testing with t count can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: *Social Media, Motive, Uses and Gratifications, Instagram*