

Pengaruh Konten Memasak @pattygurlz di Instagram terhadap Kepuasan *Followers*

Muhammad Agil Kuncoro

ABSTRAK

Fenomena kecenderungan bahwa video konten memasak memerlukan durasi yang cukup panjang untuk menampilkan tayangan demonstrasi memasak. Instagram @pattygurlz harus menampilkan tayangan dengan durasi yang cukup singkat 90 detik. Realitasnya juga dalam video instagram @pattygurlz tidak ada tampilan fisik presenter. Kondisi ini menjadi tantangan untuk mempersuasikan pengguna instagram tertarik pada kontennya tanpa melihat secara fisik presenternya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh konten @pattygurlz terhadap kepuasan *followers*. Penelitian menggunakan teori *uses and gratification* dimana khalayak dianggap secara aktif memilih dan mengevaluasi media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah pengikut Instagram @pattygurlz dengan jumlah sampel sebanyak 100. Dalam menganalisis data, peneliti melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji regresi, koefisien determinasi, serta uji hipotesis. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konten memasak terhadap kepuasan *followers*. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa 42,9% kepuasan *followers* dipengaruhi oleh konten, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain

Kata Kunci : Instagram, Konten, Kepuasan *followers*, Teori *uses and gratification*

The Effect of @pattygurlz Cooking Content in Instagram on Followers' Satisfaction

Muhammad Agil Kuncoro

Abstract

There is a tendency that cooking videos require a long duration to show cooking demonstrations. Instagram @pattygurlz must show a show with a fairly short duration of 90 seconds. The reality is also that in the @pattygurlz instgram video there is no physical appearance of the presenter. This condition is a challenge to persuade Instagram users to be interested in their content without physically seeing the presenter. This study aims to determine and analyze the effect of @pattygurlz content on follower satisfaction. The research uses uses and gratification theory where audiences are considered to actively select and evaluate media that can meet their needs. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population of this study were Instagram followers @pattygurlz with a sample size of 100. In analyzing the data, researchers conducted validity tests, reliability tests, correlation tests, regression tests, detemination coefficients, and hypothesis tests. Data testing techniques are processed using the SPSS version 26 program. The results showed a significant relationship between cooking content and followers' satisfaction. The coefficient of determination shows that 42.9% of followers' satisfaction is influenced by content, while the rest is influenced by other factors.

Keywords: *Content, Instagram, Follower satisfaction, uses and gratification theory*