

PENGARUH TERPAAN MEDIA LIVE SHOPPING SHOPEE TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DEAR ME BEAUTY

ABSTRAK

Hal yang melatarbelakangi penelitian ini, yaitu fenomena *live shopping* yang semakin populer juga mendominasi konsumen untuk berbelanja secara langsung dan interaktif melalui internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan melakukan uji koefisien determinasi, ditemukan bahwa variabel X yaitu terpaan media sosial memberi pengaruh sebesar 64,6% terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi dan sisanya sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terpaan media *live shopping* Shopee mempengaruhi 64,6% kebutuhan informasi *followers* Shopee Dear Me Beauty, sementara 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Melalui hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} 13.376 > 1,987$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang besar antara terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty.

Kata Kunci: Kebutuhan Informasi, *Live Shopping*, Terpaan Media

THE INFLUENCE OF SHOPEE'S LIVE SHOPPING MEDIA EXPOSURE ON THE INFORMATION NEEDS OF DEAR ME BEAUTY'S FOLLOWERS

ABSTRACT

The background of this research is the increasingly popular phenomenon of live shopping, which also encourages consumers to shop directly and interactively online. This study aims to determine the extent of the influence of Shopee's live shopping media exposure on the information needs of Dear Me Beauty's followers. The research method used is quantitative, with a determination coefficient test showing that variable X (social media exposure) has a 64.6% influence on variable Y (information needs), while the remaining 35.4% is influenced by other factors not examined in this study. The results of the hypothesis test indicate that the t-value is $13.376 > 1.987$, thus H_0 is rejected and H_1 is accepted. The conclusion of this study is that there is a large influence of exposure to Shopee live shopping media on the information needs of Dear Me Beauty followers.

Keywords: *Information Needs, Live Shopping, Media Exposure*