

**Pengaruh Motif Penggunaan Media Akun TikTok @miryimmniril
Terhadap Kepuasan Informasi Gaya Berpakaian Mahasiswa DKI
Jakarta**

INDAH SOFIAN

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran penggunaan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sumber referensi gaya berpakaian utama bagi mahasiswa yang tengah dalam fase eksplorasi identitas visual. Meskipun konten *fashion* melimpah, sering kali terdapat kesenjangan antara harapan mahasiswa terhadap akurasi informasi dengan kenyataan konten yang diterima. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh motif penggunaan media akun TikTok @miryimmniril terhadap kepuasan informasi gaya berpakaian mahasiswa DKI Jakarta menggunakan Teori *Uses and Gratifications* dengan pendekatan *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Metode penelitian menggunakan kuantitatif survei terhadap 100 responden melalui teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dan analisis kesenjangan (*gap analysis*). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara motif penggunaan media terhadap kepuasan informasi. Temuan analisis kesenjangan mengungkap dimensi Foto dan *Caption* memberikan surplus kepuasan ($GO > GS$), sementara pada dimensi Video terdapat kesenjangan kecil yang terbukti tidak signifikan secara statistik ($Sig. 0,472 > 0,05$). Disimpulkan bahwa akun @miryimmniril efektif memenuhi kebutuhan kognitif mahasiswa, terutama melalui elemen visual statis dan informasi teks yang rinci.

Kata Kunci: *Fashion, Kepuasan Informasi, Motif Penggunaan Media, TikTok, Uses and Gratifications.*

***The Influence of the Motives for Using the TikTok Account
@miryimmniril on the Satisfaction of Information on the Clothing
Style of DKI Jakarta Students***

INDAH SOFIAN

ABSTRACT

This research is driven by the shift in social media usage, specifically TikTok, as the primary fashion reference for students exploring their visual identity. Despite the abundance of fashion content, there is often a gap between student expectations for accurate information and the reality of the content provided. This study aims to analyze the influence of media usage motives of the TikTok account @miryimmniril on fashion style information satisfaction among students in DKI Jakarta using the Uses and Gratifications Theory with the Gratification Sought (GS) and Gratification Obtained (GO) approaches. The quantitative survey method was employed, involving 100 respondents selected via purposive sampling. Data were analyzed using simple linear regression and gap analysis. The results show a positive and significant influence of media usage motives on information satisfaction. Gap analysis findings reveal that Photo and Caption dimensions provided a satisfaction surplus ($GO > GS$), while the Video dimension showed a minor gap that was statistically insignificant ($Sig. 0.472 > 0.05$). It is concluded that the @miryimmniril account effectively meets students' cognitive needs, particularly through static visual elements and detailed textual information.

Keywords: *Fashion, Information Satisfaction, Media Usage Motives, TikTok, Uses and Gratifications*