

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA DAN EFEK PESAN PADA AKUN INSTAGRAM PLATFORM PSIKOLOGI *ONLINE* @RILIV TERHADAP KEPUASAN *FOLLOWERS*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram platform psikologi *online* @Riliv terhadap kepuasan *followers*. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv terhadap kepuasan *followers*. Teori yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis asosiatif dengan metode survei dalam bentuk kuesioner *Google Form* yang disebarakan kepada 100 orang responden *followers* akun Instagram @Riliv. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling (Purposive Sampling)*. Penelitian ini mengambil sumber data dari data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif. Melalui hasil uji hipotesis dengan uji F (ANOVA), ditemukan hasil bahwa nilai F hitung sebesar 86,992 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara variabel penggunaan media dan variabel efek pesan pada akun Instagram @Riliv terhadap variabel kepuasan *followers*. Berdasarkan hasil uji determinasi, ditemukan pula besaran pengaruh penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv terhadap kepuasan *followers*, yaitu sebesar 64,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv memiliki peran yang cukup penting dalam memenuhi keinginan atau memberikan kepuasan kepada *followers*.

Kata Kunci: Penggunaan Media, Efek Pesan, Kepuasan *Followers*, Teori *Uses and Gratifications*.

**THE EFFECT OF MEDIA USAGE AND MESSAGE EFFECTS ON THE
INSTAGRAM ACCOUNT OF THE ONLINE PSYCHOLOGY PLATFORM
@RILIV ON FOLLOWERS' SATISFACTION**

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of media usage and the message effects on the Instagram account of the online psychology platform @Riliv on followers' satisfaction. The background of this research is that the researcher wants to know how much influence the use of media and the effect of messages on the @Riliv Instagram account on followers' satisfaction. The theory used to explain this research is Uses and Gratifications theory. This study uses an associative quantitative approach with a survey method in the form of a Google Form questionnaire distributed to 100 respondents who follow the @Riliv Instagram account. The sampling technique used is the Non-Probability Sampling technique (Purposive Sampling). This study took data sources from primary data and secondary data. The data analysis technique used is descriptive statistics. Through the results of hypothesis testing with the F test (ANOVA), it was found that the calculated F value of 86.992 is greater than the F table value of 3.09, it can be interpreted that there is an influence between the variable of media usage and the message effects variable on the @Riliv Instagram account on followers' satisfaction variable. Based on the results of the determination test, it was also found that the magnitude of the influence of media use and the message effects on the @Riliv Instagram account on followers' satisfaction was 64.2%. These results indicate that the use of media and the effect of messages on the @Riliv Instagram account has a fairly important role in fulfilling desires or giving satisfaction to followers.

Keywords: *Media Usage, Message Effects, Followers' Satisfaction, Uses and Gratifications Theory*