

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi *Followers* Terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Mengakses Informasi Pada Akun Instagram @Info\_Tuban” ini ditulis oleh Alfirda nanda Salsabila, NIM. 126310211001, dengan pembimbing Galuh Indah Zatadini, M.Eng

**Kata Kunci :** Persepsi *Followers*, Kepuasan Pengguna, Informasi

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi, media sosial, khususnya Instagram, telah muncul sebagai media utama untuk perolehan dan penyebaran informasi. Akun Instagram @info\_tuban, dengan lebih dari 220.000 pengikut, menawarkan berbagai informasi terkini tentang Kota Tuban; meskipun demikian, ada kekhawatiran atas kebenaran dan kualitas materi yang disediakan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi *followers* dalam mengakses informasi terhadap kepuasan pengguna akun Instagram @info\_tuban. Penelitian ini menggunakan teori persepsi yang dikemukakan oleh Alex Sobur (2003) dan teori kepuasa pengguna yakni Teori *Uses And Gratifications* (1959). Metode penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pengikut akun 2info\_tuban. Penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara persepsi *followers* dan kepuasan pengguna dalam mengakses informasi, ditunjukkan dengan R Square sebesar 56,5%, yang menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara persepsi *followers* terhadap kepuasan pengguna. Persepsi *followers* berkontribusi sebesar 56,5% terhadap kebahagiaan pengguna. Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk melakukan penelitian dengan ukuran sampel yang lebih besar, mengingat komunitas *followers* akun Instagram @info\_tuban terus berkembang secara signifikan.

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "The Influence of Followers' Perception on User Satisfaction in Accessing Information on @Info\_Tuban Instagram Account" was written by Alfirda nanda Salsabila, NIM. 126310211001, with supervisor Galuh Indah Zatadini, M.Eng*

**Keywords:** *Follower Perception, User Satisfaction, Information*

*In the era of globalization and technological advancement, social media, especially Instagram, has emerged as the main medium for obtaining and disseminating information. The @info\_tuban Instagram account, with more than 220,000 followers, offers a wide range of up-to-date information about Tuban City; Nonetheless, there are concerns over the correctness and quality of the material provided. The purpose of this study is to determine the influence of followers' perception in accessing information on the satisfaction of @info\_tuban Instagram account users. This research uses the theory of perception put forward by Alex Sobur (2003) and the theory of user satisfaction, namely the Theory of Uses And Gratifications (1959). This research method applies a descriptive quantitative approach. The data was collected through the distribution of questionnaires to 100 followers of 2info\_tuban accounts. This study shows a significant positive correlation between followers' perception and user satisfaction in accessing information, shown by an R Square of 56.5%, which shows a strong influence between followers' perception on user satisfaction. Follower perception contributes 56.5% to user happiness. Researchers are further encouraged to conduct research with a larger sample size, considering that the community of followers of Instagram accounts @info\_tuban continues to grow significantly.*

## تجريدي

الأطروحة التي تحمل عنوان "تأثير تصور المتابعين على رضا المستخدم في الوصول إلى المعلومات على مع ، NIM. 126310211001 ، كتبها الفردة ناندا سالسايبلا " @Info\_Tuban Instagram حساب M.Eng ، المشرف جالوه إنداه زاتادينني **الكلمات المفتاحية:** إدراك المتابعين ، رضا المستخدم ، المعلومات

في عصر العولمة والتقدم التكنولوجي ، برزت وسائل التواصل الاجتماعي ، وخاصة Instagram ، كوسيلة رئيسية للحصول على المعلومات ونشرها. يقدم حساب @info\_tuban Instagram ، الذي يضم أكثر من 220,000 متابع ، مجموعة واسعة من المعلومات المحدثة حول مدينة توبان. ومع ذلك ، هناك مخاوف بشأن صحة وجودة المواد المقدمة. الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير إدراك المتابعين في الوصول إلى المعلومات المتعلقة برضا مستخدمي حساب @info\_tuban Instagram. يستخدم هذا البحث نظرية الإدراك التي طرحها أليكس سوبور (2003) ونظرية رضا المستخدم ، وهي نظرية الاستخدامات وإشباع أنداس (1959). تطبق طريقة البحث هذه نهجا وصفيا كميا. تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات على 100 من متابعي 2info\_tuban الحسابات. تظهر هذه الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إدراك المتابعين ورضا المستخدم في الوصول إلى المعلومات، كما يظهر من خلال  $R^2 = 56.5\%$  ، مما يظهر تأثيرا قويا بين إدراك المتابعين على رضا المستخدم. يساهم إدراك المتابعين بنسبة 56.5% في سعادة المستخدم. يتم تشجيع الباحثين أيضا على إجراء بحث بحجم عينة أكبر ، مع الأخذ في الاعتبار أن مجتمع متابعي حسابات @info\_tuban Instagram يستمر في النمو بشكل كبير.