

MOTIF DAN TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA IGTV @TEMANBUMIL

ABSTRAK

Health messages now can be found through various types of media, one of which is social media. This research aims to determine the motives and levels of satisfaction obtained by media users (followers) of pregnant women @Temanbumil. This research uses the uses and gratification theory. The paradigm used is a positivistic paradigm with a quantitative approach. The method used was an exploratory survey method with a purposive sampling technique. The results of this study indicate that the motive underlying the media users of IGTV @Temanbumil is the motive of information and information satisfaction is the most satisfaction obtained by media users of pregnant women. IGTV @Temanbumil can provide satisfaction to media users of pregnant women. This can be seen from the smaller motive score compared to the satisfaction score ($GS < GO$). Based on data processing, it is known that the correlation coefficient is 0.718 that there is a relationship between motive and user satisfaction of the IGTV @Temanbumil media user who discusses pregnancy health in a strong category.

Keywords: *IGTV, uses and gratification theory, teman bumil.*

Pesan kesehatan saat ini sudah dapat ditemukan melalui beragam jenis media salah satunya adalah media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan tingkat kepuasan yang diperoleh pengguna media (*followers*) ibu hamil @Temanbumil. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Paradigma yang digunakan adalah paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei eksploratif dengan teknik sampling *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motif yang mendasari pengguna media IGTV @Temanbumil ini adalah motif informasi dan kepuasan informasi menjadi kepuasan yang paling banyak diperoleh oleh pengguna media ibu hamil. IGTV @Temanbumil dapat memberikan kepuasan kepada pengguna media ibu hamil. Hal tersebut dapat dilihat dari besarnya skor motif lebih kecil dibandingkan dengan skor kepuasan ($GS < GO$). Berdasarkan pengolahan data diketahui bahwa koefisien korelasi 0,718 bahwa terdapat hubungan antara motif dan kepuasan pengguna media ibu hamil IGTV @Temanbumil yang membahas kesehatan kehamilan dengan kategori kuat.

Kata Kunci: *IGTV, teori uses and gratification, teman bumil.*