

ABSTRAK

Perkembangan dari teknologi dan internet memunculkan hadirnya berbagai media baru seperti media yang berbasis *online*. Media sosial Twitter menjadi salah satu bentuk dari media *online* berbentuk *microblog* yang memungkinkan penggunanya dapat saling berkomunikasi, berbagi konten, serta penggunanya dapat mencari dan mendapatkan berbagai informasi melalui fitur *trending topic* atau *hashtag*. *Fandom K-Pop* menjadi salah satu pengguna yang cukup banyak melakukan aktivitas dalam mencari informasi, berkomunikasi sesama *fandom*, dan mencari hiburan melalui media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motif penggunaan media sosial Twitter terhadap kepuasan pengguna yang berfokus pada penggemar *K-Pop*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification*, yang didukung juga dengan teori motif penggunaan media milik Papacharissi dan Rubin yang dilihat dari *interpersonal utility*, *pass time*, *seeking information*, *convenience*, dan *entertainment*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui survei. Populasi dari penelitian ini adalah *fandom* NCTzen yang merupakan *followers* dari akun @NCTsmtown dan mengambil sampel sebanyak 400 responden melalui teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel motif penggunaan media sosial Twitter (X) memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 70,6%, sedangkan sisanya sebesar 29,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Motif, Kepuasan, Twitter, *Fandom* NCTzen.