

ABSTRAK

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat lepas untuk berinteraksi dan dalam upaya mendapatkan informasi berita. Dengan semakin berkembangnya kemajuan teknologi, bentuk pencarian informasi dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya melalui instagram @folkative yang memberikan informasi kepada kaum muda khususnya pada generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh dari motif (X1) dan penggunaan media sosial instagram @folkative (X2) terhadap konsumsi informasi (Y) pada generasi Z secara simultan ataupun parsial. Teori pada penelitian ini yang digunakan ialah teori Uses and Gratification yang dipopulerkan oleh Katz, Blumler dan Guveritch dengan menggunakan model dari teori yaitu motif, penggunaan Media dan efeknya. Metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, pengujian secara pasial dan simultan digunakan dalam penelitian ini. Survei dilakukan kepada 400 *followers* instagram @folkative yang termasuk kedalam generasi Z menjadi responden penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh motif terhadap konsumsi informasi sebesar 42,46%, pengaruh penggunaan media sosial instagram @folkative terhadap konsumsi informasi sebesar 43,03%, serta besar pengaruh motif dan penggunaan media sosial instagram @folkative terhadap konsumsi informasi berada pada 49,3% sedangkan 50,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Uses and Gratification, Motif, Penggunaan Media, Konsumsi Informasi, Folkative