

ABSTRAK

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling berkomunikasi dan berinteraksi untuk berusaha mendapatkan informasi berita dari orang lain. Pada era yang semakin berkembang saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mengikuti perkembangan dunia yang semakin modern. Perkembangan industry 4.0 menuntut media industri televisi untuk berkonvergensi ke media digital, salah satunya media sosial. Saat ini, media sosial Instagram menjadi media sosial yang diminati oleh banyak khalayak. Bentuk pencarian informasi saat ini dapat dilakukan melalui media sosial Instagram, salah satunya akun Instagram @metrotv. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @metrotv terhadap kebutuhan informasi *followers*. Terdapat dua teori yang terdapat pada penelitian ini yaitu teori *New Media* dan teori *Uses and Gratification*. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara penyebaran kuesioner melalui media sosial Instagram dan Whatsapp yang ditujukan kepada 100 orang *followers* Instagram @metrotv. Teknik analisis yang digunakan dalam menguji variabel yang diteliti adalah menggunakan analisis deskriptif, uji normalitas, uji heteroskedasitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh konten media sosial Instagram @metrotv terhadap kebutuhan informasi *followers*. Berdasarkan koefisien determinasi, variabel konten media sosial (X) berpengaruh sebesar 40,6%, sedangkan sisanya sebesar 59,4% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Media Baru, Uses and Gratification, Konten, Media Sosial, Instagram, Kebutuhan Informasi, @metrotv*