

## Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai tingkat kepuasan yang didapatkan oleh pengguna dalam mengakses Akun Lambe Turah pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui gratifikasi apa yang menjadi preferensi pengguna dalam mengakses akun *Infotainment* pada media sosial. Peneliti menyadari bahwa pengguna pada masa kini dalam mengakses *Infotainment* mulai beralih dari penggunaan media konvensional (radio, tabloid, dan televisi) menuju media sosial seperti Akun Lambe Turah pada media sosial Instagram. Akun Lambe Turah merupakan sebuah akun anonim yang tidak mencantumkan identitasnya, untuk itu menjadi menarik ketika akun anonim ini dengan informasi yang tidak dapat dipercaya ternyata cukup diminati pengguna dengan kecepatannya menyampaikan informasi. Penelitian ini menggunakan teori *Uses & Gratification 2.0* yang diperkenalkan oleh Sundar & Limperos. Teori *Uses & Gratification 2.0* menurut peneliti sesuai untuk digunakan dalam menelaah kepuasan atau gratifikasi yang terjadi pada media baru. Pada media baru, tidak hanya pengguna yang dianggap secara aktif mampu memilih kebutuhan akan media tetapi turut melihat tindakan yang bisa dilakukan oleh teknologi atau fitur yang tersemat pada media itu sendiri. Rumusan Sundar & Limperos menghasilkan perangkat MAIN (*Modality, Agency, Interactivity dan Navigability*) dengan 16 dimensi turunan sebagai berikut: *Modality*, terdiri dari *realism, coolness, novelty, dan being there*. *Agency*, terdiri dari *agency-enhancement, community building, bandwagon, filtering/tailoring, serta ownness*. *Interactivity*, terdiri dari *interaction, activity, responsiveness, juga dynamic control*. *Navigability*, terdiri dari *browsing/variety seeking, scaffolds/navigation aids, dan play/fun*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data penelitian didapatkan melalui kajian pustaka, dan sebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung dan *google docs*. Penelitian ini menemukan bahwa pengguna Akun Lambe Turah, khususnya Mahasiswa FISIPOL Universitas Gadjah Mada Angkatan 2014-2018 tidak puas dalam menggunakan Akun Lambe Turah sebagai pemenuhan kebutuhan mereka yang dapat dilihat dari kesenjangan dimana nilai kepuasan yang dicari (GS) lebih besar dari kepuasan yang didapatkan (GO). Namun peneliti turut menemukan bahwa terdapat kepuasan pengguna dalam beberapa dimensi yaitu *agency-enhancement, filtering/tailoring, activity, dan responsiveness*.

Kata kunci: *uses and gratification 2.0*, tingkat kepuasan pengguna, media baru, Instagram.

## **Abstract**

This study aims to discuss the level of satisfaction obtained by users in accessing the Lambe Turah account at Fisipol Students of Gadjah Mada University. In addition, this research can be used to find out what gratification are user preferences in accessing Infotainment accounts on social media. The researcher is aware of the way that today's users access Infotainment using conventional media (radio, tabloids, and television) towards social media such as the Lambe Turah account on Instagram as social media. Lambe Turah is an anonymous account that does not include its identity. This becomes interesting when this anonymous account with unreliable information turns out to be quite attractive to users with the speed of conveying information. This study uses the theory of Uses and Gratification 2.0 which introduced by Sundar & Limperos. The Uses & Gratification 2.0 theory according to researchers is suitable for uses in examining satisfaction or gratification that occurs in new media. In new media, not only users who are considered active to choose the needs of the media but also see the actions that can be taken by the technology or features embedded in the media itself. Sundar & Limperos's formulas produce MAIN devices (Modality, Agency, Interactivity, and Navigability) with 16 derived dimensions as follows: Modality, consisting of realism, coolness, novelty, and being there. The agency, consisting of agency-enhancement, community building, bandwagon, filtering/tailoring, and ownness, Interactivity, consisting of interaction, activity, responsiveness, and dynamic control. Navigability, consisting of browsing/variety seeking, scaffolds/navigation aids, and play/fun. This study uses a quantitative method with a survey approach. The research data was obtained through literature review, and the distribution of questionnaires carried out directly and google docs. This research found that Lambe Turah account users, especially FISIPOL students from 2014-2018 at Gadjah Mada University were not satisfied in using the Lambe Turah account as fulfilling their needs which can be seen from the gap where the gratification score sought (GS) was greater than the gratification obtained (GO). But researchers found that there was user satisfaction in several dimensions, namely agency-enhancement, filtering/tailoring, activity, and responsiveness.

**Keywords:** uses and gratification 2.0, users gratification, new media, Instagram.