

RINGKASAN

Media Instagram saat ini banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan produk termasuk produk kuliner. Hal tersebut menjadikan Instagram kuliner sebagai media pilihan masyarakat untuk memuaskan kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesenjangan kepuasan yang terjadi pada *followers* dalam mengakses akun Instagram @kuliner_purwokerto. Peneliti memilih akun Instagram @kuliner_purwokerto menjadi objek penelitian karena merupakan instagram kuliner di Purwokerto yang paling aktif mengunggah konten. Selain itu, Instagram ini memiliki host untuk mengulas tempat-tempat kuliner di Purwokerto secara lengkap. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *simple random sampling*, dengan sampel sebanyak 100 orang yang merupakan *followers* akun Instagram @kuliner_purwokerto. Pada tahap analisis data, dilakukan uji kesamaan dua rata-rata dan rumus *discrepancy* yang dioperasionalkan menggunakan perhitungan tabulasi silang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan positif atau dengan kata lain *followers* terpuaskan oleh akun Instagram @kuliner_purwokerto.

Kata kunci: kesenjangan kepuasan, *uses and gratification*, Instagram.

SUMMARY

Instagram media is currently being used to promote products, including culinary products. This turns Instagram with a basis in culinary becoming a medium of choice for the community to satisfy their needs. This study aims to find out the discrepancy of satisfaction that occurs among followers who accessed the Instagram account @kuliner_purwokerto. The researcher chose the Instagram account @kuliner_purwokerto to be the object of research because it is the culinary-based Instagram in Purwokerto which is known to be the most active account in uploading content. Moreover, this Instagram has a host to review culinary places in Purwokerto comprehensively. This study deployed the use and gratification theory. The sampling technique in this study was simple random sampling and was done with a sample of 100 people who are followers of the Instagram account @kuliner_purwokerto. In data analysis, a similarity test of two averages and a discrepancy formula was deployed and operationalized by using cross tabulation calculations. The results of the study indicated a positive discrepancy result or, in other words, followers were satisfied with the Instagram account @kuliner_purwokerto.

Keywords: *discrepancy, use and gratification, instagram*