

ABSTRAK

Di zaman yang serba digital saat ini, maraknya sosial media mulai bermunculan di berbagai kalangan. Instagram menjadi salah satu sosial media yang paling populer dikalangan masyarakat. Bukan hanya digunakan untuk kepentingan personal, ada pula Instagram yang diperuntukkan untuk kepentingan bisnis, kepentingan bermedia, dan lain sebagainya. Teori *uses and gratification* digunakan sebagai acuan untuk mengetahui motif dan kepuasan yang didapatkan pengguna dalam mengakses Instagram pun berbagai macam, mulai dari motif untuk kepentingan interpersonal, melewatkan waktu, mencari informasi, kenyamanan, dan hiburan. Akun @jakartacoffeespot menjadi salah satu akun yang menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi-informasi terkait kedai kopi di daerah Jabodetabek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar motif para pengguna Instagram dalam mengikuti @jakartacoffeespot serta seberapa besar kepuasan yang dirasakan oleh pengikut @jakartacoffeespot ketika mengikuti akun tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknis analisis deskriptif. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa total persentase motif tertinggi adalah *Information Seeking* sebanyak 86,46% dan kepuasan tertinggi yang dirasakan juga dari *Information Seeking* sebanyak 87,29%.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, teori *uses and gratification*, Motif, Kepuasan