

ABSTRAK

Media sosial bukan hal yang asing untuk digunakan oleh masyarakat sekarang dan penggunaan media sosial ini memudahkan para penggunanya dalam pencarian suatu informasi yang dibutuhkan. Salah satunya twitter atau yang sekarang dikenal dengan X yang merupakan salah satu media sosial paling banyak digunakan di Indonesia dan masuk menjadi peringkat 6 dengan 60,2%. Salah satu yang dapat membantu para pengguna dalam mencari informasi di media sosial ini karena adanya penggunaan auto base. Salah satu *base* yang sering digunakan adalah *base @ohmybeautybank*, *base* ini digunakan oleh mereka yang sama-sama memiliki ketertarikan dalam hal kecantikan seperti skincare, makeup ataupun mengenai outfit of the day(OOTD). Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian deskriptif. uji hipotesis menggunakan uji t yang memperoleh nilai t hitung > t table ($31,676 > 1984$) dan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$, maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya adanya pengaruh akun X *@ohmybeautybank* terhadap pemenuhan informasi followers. Telah dibuktikan juga melalui uji koefisien determinasi bahwa sebesar 64,8% dari penggunaan media sosial dapat dijelaskan oleh variabel kebutuhan informasi, sedangkan sisanya sebesar 35,2% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: X, *@ohmybeautybank*, pemenuhan informasi, *followers*.