

ABSTRAK

Budaya Korea Selatan yang dikenal sebagai *Korean Wave* telah menyebar luas di dunia. Popularitas budaya Korea tersebut mencakup industri hiburan seperti drama, film, dan musik. Perkembangan teknologi yang pesat melalui media *online*, memudahkan penyebaran budaya populer dari Korea Selatan ke seluruh dunia. Penggemar industri hiburan Korea Selatan, terutama penggemar K-Pop, sering kali terlibat dalam perilaku mencari informasi yang terkait dengan idolanya. Salah satu elemen yang penting dalam memenuhi kebutuhan informasi oleh penggemar K-Pop adalah menggunakan Weverse, yang merupakan salah satu media sosial populer di kalangan K-Pop. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh media sosial Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar K-Pop di Weverse. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori *Uses and Gratification* diterapkan pada penelitian ini. Subjek penelitian terdiri dari penggemar K-Pop yang mengetahui Weverse dan pernah menggunakan Weverse. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dalam bentuk Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh yang besar mencapai 90,4% terhadap kebutuhan informasi pada penggemar K-Pop di Weverse. Sedangkan sisanya 9,6% tidak berpengaruh terhadap kebutuhan informasi. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel X yaitu media sosial, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Pengaruh Media Sosial, Weverse, Kebutuhan Informasi, K-Pop