

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kredibilitas akun *Instagram* @kai121_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Di tengah perkembangan digital, media sosial seperti *Instagram* menjadi saluran penting bagi masyarakat untuk memperoleh informasi, termasuk dalam konteks layanan transportasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan teori *Uses and Gratification*, yang menjelaskan bahwa *audiens* berperan aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan informasinya. Penelitian ini melibatkan 400 responden yang merupakan pengikut akun @kai121_ di *Instagram*. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 22,693 lebih besar dari t tabel 2,249, yang berarti hipotesis diterima dan terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas akun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kredibilitas akun @kai121_ memberikan kontribusi sebesar 56,4% terhadap variabel kebutuhan informasi dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,751, nilai korelasi yang positif ini mengandung arti bahwa semakin tinggi kredibilitas akun *Instagram* @kai121_ sebagai sumber, maka semakin tinggi juga tingkat pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya. Temuan ini menegaskan pentingnya kredibilitas dalam menyampaikan informasi di media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Kata Kunci: Kredibilitas, *Instagram*, Kebutuhan informasi, Media sosial, @kai121_