

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang ditargetkan pada pengikut akun Youtube Gadgetin sebanyak 100 orang, ditemukan hasil:

- 5.1.1 Variabel motivasi kognitif dan kebutuhan informasi seputar gawai memiliki pengaruh yang bersifat positif. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi motivasi kognitif maka semakin tinggi kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima sedangkan H_o ditolak.
- 5.1.2 Variabel motivasi afektif dan kebutuhan informasi seputar gawai tidak memiliki pengaruh. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi motivasi afektif maka semakin rendah kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a ditolak sedangkan H_o diterima.
- 5.1.3 Variabel motivasi identitas personal dan kebutuhan informasi seputar gawai memiliki pengaruh yang bersifat positif. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi motivasi identitas personal maka semakin tinggi pula kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima sedangkan H_o ditolak.
- 5.1.4 Variabel motivasi integrasi sosial dan kebutuhan informasi seputar gawai memiliki pengaruh yang bersifat positif. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi motivasi integrasi sosial maka semakin tinggi pula kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima sedangkan H_o ditolak.
- 5.1.5 Variabel motivasi hiburan dan kebutuhan informasi seputar gawai memiliki pengaruh yang bersifat positif. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi motivasi hiburan maka semakin tinggi pula kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima sedangkan H_o ditolak.
- 5.1.6 Variabel pengaruh motivasi penggunaan media sosial dan kebutuhan informasi

seputa gawai memiliki pengaruh yang bersifat positif. Hal ini diartikan bahwa

semakin tinggi motivasi penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula kebutuhan informasi seputar gawai. Jadi, dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima sedangkan H_o ditolak.

5.2 Implikasi

Simpulan di bawah menjelaskan hasil penelitian dan kaitannya dengan berbagai hasil penelitian terdahulu.

5.2.1 Implikasi Teoretis

5.2.1.1 Pengaruh antara motivasi kognitif dan kebutuhan informasi seputar gawai diamini oleh penelitian Suryantini, motivasi kognitif menekankan pada kebutuhan manusia akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat konseptual tertentu. Penggunaan media adalah pergerakan massa dalam memanfaatkan media yang merupakan arah yang disengaja dan khusus dari massa menuju siklus korespondensi.

5.2.1.2 Menurut penelitian Gardner, faktor terpenting dalam pemenuhan informasi terpenting adalah impresi atau afeksi psikologis, dimana keadaan psikologis bersifat dinamis dan dapat berubah. Hal ini mendukung keterkaitan antara motivasi afektif dengan kebutuhan akan informasi tentang gadget. Pengalaman inilah yang menentukan kesan psikologis seseorang apakah ia mampu atau tidak untuk melanjutkan perbuatannya, dan orang yang merasa perlu akan suatu pengalaman harus mempunyai dorongan untuk mengaktifkan tingkah laku menjadi perbuatan nyata.

5.2.1.3 Menurut penelitian Wollam, kehadiran teknologi dianggap sebagai salah satu media yang mampu memenuhi kebutuhan individu akan komunikasi dan dapat mendorong setiap individu untuk lebih bebas berekspresi siapa dirinya. Penelitian ini mengkonfirmasi pengaruh antara motivasi identitas pribadi dan kebutuhan informasi tentang gadget.

5.2.1.4 Menurut penelitian Yusup, kebutuhan akan informasi terjadi ketika seseorang merasa ada kekosongan informasi atau pengetahuan akibat meningkatnya tekanan akan informasi atau sekedar ingin tahu. Hal ini menegaskan adanya

pengaruh antara motivasi integrasi sosial dengan kebutuhan informasi tentang

Ahmad Ghifari, 2023

**PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR GAWAI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | repository.upi.edu

gadget. pemenuhan informasi tersebut, yang mendorong interaksi atau komunikasi dengan berbagai sumber informasi sesuai dengan kebutuhan seseorang.

5.2.1.5 Penelitian Rakhmat menegaskan hubungan antara keinginan akan hiburan dan kebutuhan akan informasi tentang gadget. Sama seperti orang secara alami mencari apa yang mereka sukai dan menghindari apa yang tidak mereka sukai, begitu pula konten yang mereka cari di media sosial. Seseorang mengakses sesuatu lebih sering, semakin dia menyukainya.

5.2.1.6 Teori *Uses and Gratifications* berpendapat bahwa ada korelasi antara keinginan akan informasi terkait gadget dan motivasi untuk menggunakan YouTube, karena audiens memilih dan menggunakan media untuk alasan tertentu. Variabel motivasi kognitif, motivasi afektif, motivasi identitas pribadi, motivasi integrasi sosial, dan motivasi hiburan berhubungan dengan motif yang disebutkan dalam asumsi teoritis.

5.2.2 Implikasi Praktis

5.2.2.1 Diharapkan Gadgetin mampu lebih mengimplementasikan aspek kognitif bagi penonton sehingga penonton video review dapat dengan mudah mengambil pengetahuan dan pemahaman terkait dengan tayangan video review gawai yang ditampilkan.

5.2.2.2 Diharapkan Gadgetin mampu mengimplementasikan aspek afektif bagi penonton sehingga membaw kenyamanan bagi penonton ketika menonton tayangan video review gawai di akun Youtube Gadgetin.

5.2.2.3 Diharapkan Gadgetin mampu lebih mengimplementasikan aspek identitas sosial sehingga penonton tidak menghilangkan jati dirinya ketika menonton tayangan video review gawai. Diharapkan Detik.com lebih memahami relevansi pada berita sehingga pembaca dapat dengan mudah menemukan pemberitaan politik yang mereka butuhkan.

- 5.2.2.4 Diharapkan Gadgetin mengimplementasikan aspek integritas sosial sehingga penonton akan lebih berantusias untuk berkomunikasi dengan sekitar mengenai tayangan video review di akun Youtube Gadgetin.
- 5.2.2.5 Diharapkan Gadgetin lebih mengimplementasikan aspek hiburan dalam akun Youtube nya sehingga pembaca semakin merasa terhibur ketika menonton video review gawai di akun Youtube Gadgetin.
- 5.2.2.6 Diharapkan Gadgetin dapat menampilkan tayangan video review dengan lebih mengimplementasikan aspek kognitif, afektif, identitas personal, integrasi sosial, dan juga hiburan terhadap sebuah tayangan di Youtube.

5.3 Rekomendasi

Merujuk dari hasil penelitian yang telah dilakukan, di bawah ini merupakan rekomendasi yang dapat dilakukan atau diimplementasikan oleh Gadgetin, penonton akun Youtube Gadgetin terkhusus remaja hingga dewasa awal, masyarakat umum, juga akademisi. Beberapa rekomendasi tersebut adalah sebagai berikut:

5.3.1 Untuk Gadgetin

Dengan ini, peneliti berharap agar Gadgetin dapat mempertahankan prestasinya sebagai akun Youtube yang menampilkan tayangan review gawai pertama dengan sajian informasi yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan terus mempublikasi tayangan-tayangan review untuk masyarakat.

5.3.2 Untuk penonton akun Youtube Gadgetin

Diharapkan penonton akun Youtube Gadgetin khususnya remaja hingga dewasa awal yang menjadi target penelitian dapat selalu menghargai karya akun Youtube Gadgetin dengan setidaknya menekan tombol suka dan interaksi lainnya.


5.3.3 Untuk masyarakat

Diharapkan masyarakat umum dapat mudah menangkap informasi dan memilah informasi tersebut baik informasi dari media massa, media elektronik, media digital, maupun media sosial.

5.3.4 Untuk Peneliti Selanjutnya

Ahmad Ghifari, 2023

**PENGARUH MOTIVASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE
TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR GAWAI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  pustaka.upi.edu

Pada penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian berkembang menjadi lebih baik. Seperti mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi kebutuhan informasi seputar gawai pada remaja atau pengikut akun Youtube Gadgetin sehingga dapat menghasilkan temuan-temuan yang lebih menginspirasi lagi bagi implikasi teoritikal maupun praktikal.