

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Hasil yang sudah dibahas terkait pada penelitian ”Pengaruh Motif Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Kepuasan Remaja Memperoleh Informasi (Studi Korelasi pada followers atau pengikut Akun Instagram @Greatmind.id)”, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian ditemukan bahwa motif informasi dalam pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Hipotesis menyatakan  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Hal ini menunjukkan hubungan positif yang kuat antara motif informasi dan kepuasan informasi. Dengan kata lain, semakin tinggi pengaruh motif informasi, semakin tinggi kepuasan remaja dalam memperoleh informasi kesehatan mental. Penelitian ini membuktikan bahwa akun @Greatmind.id memberikan kepuasan informasi yang dibutuhkan pengikutnya tentang penerimaan diri, dampak rendahnya penerimaan diri, pelajaran dari proses penerimaan diri para *public figure*, dan mengenal diri sendiri melalui konten yang mendukung kesehatan psikologis.
2. Hasil penelitian ditemukan bahwa motif identitas pribadi dalam pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id (X2) memiliki hubungan positif dengan kepuasan remaja memperoleh informasi (Y), namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Berdasarkan uji T,  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima, yang berarti tinggi atau rendahnya motif identitas pribadi tidak mempengaruhi secara signifikan tingkat kepuasan informasi. Meskipun ada hubungan yang positif, pengaruh ini tidak cukup kuat untuk dianggap berperan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan tingkat kepuasan informasi dari pengikut akun @Greatmind.id. Konten yang berfokus pada afirmasi dan penerimaan diri mungkin tidak selalu efektif memenuhi kebutuhan identitas pribadi pengikut, karena proses

pemenuhan identitas pribadi memerlukan interaksi yang lebih mendalam dan personal daripada sekadar konsumsi konten di media sosial.

3. Hasil penelitian ditemukan bahwa motif identitas pribadi dalam pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id (X2) memiliki hubungan, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Hipotesis menyatakan  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya motif identitas pribadi tidak mempengaruhi tingkat kepuasan informasi. Meskipun ada hubungan positif, pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Hal ini menandakan bahwa faktor lain juga berperan dalam menentukan kepuasan identitas pribadi pengguna terhadap informasi dari akun @Greatmind.id. Ini menunjukkan bahwa konten yang berfokus pada afirmasi dan penerimaan diri mungkin tidak selalu memenuhi kebutuhan informasi semua pengikutnya karena pemenuhan identitas pribadi memerlukan interaksi yang lebih mendalam dan personal.
4. Hasil penelitian ditemukan bahwa motif integrasi dan interaksi sosial dalam pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Hipotesis menyatakan  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak. Hal ini menunjukkan hubungan positif yang kuat. Semakin tinggi motif integrasi dan interaksi sosial seseorang, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam memperoleh informasi. Dengan demikian, motif integrasi dan interaksi sosial berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna @Greatmind.id melalui interaksi dengan pengikut lain, penyaluran opini, berbagi pengalaman pribadi, serta mendapatkan dukungan sosial dan emosional.
5. Hasil penelitian ditemukan bahwa motif hiburan dalam pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Hipotesis menyatakan  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak. Hal ini menunjukkan hubungan positif yang kuat. Semakin tinggi motif hiburan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka dalam memperoleh informasi. Dengan demikian, motif hiburan secara signifikan meningkatkan

kepuasan hiburan pengguna dalam memperoleh informasi dari akun @Greatmind.id. Akun ini memenuhi kebutuhan pengguna terkait mengisi waktu luang, menghindari kejenuhan, dan mendapatkan ketenangan jiwa, sehingga mereka lebih cenderung merasa puas dan terlibat aktif.

6. Hasil penelitian ditemukan bahwa ada pengaruh signifikan motif pemanfaatan media sosial Instagram (X) terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Hipotesis menyatakan  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak. Hal ini menunjukkan hubungan positif yang kuat. Semakin tinggi pemanfaatan media sosial Instagram @Greatmind.id, semakin tinggi pula kepuasan pengguna dalam memperoleh informasi. Motif pemanfaatan media sosial Instagram memberikan pengaruh sebesar 57,7% terhadap tingkat kepuasan memperoleh informasi, sedangkan sekitar 42% variasi lainnya mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## 5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini diterapkan pada media sosial Instagram baik dari segi teori maupun praktis dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai penerimaan diri. Berikut adalah penjabaran implikasi teoretis dan praktis dari penelitian ini.

### 5.2.1 Implikasi Teoretis

Implikasi teoretis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973, hlm. 509) sebagai ahli yang mencetuskan Teori *Uses and Gratification* berpendapat individu secara aktif memilih media dan isi informasi yang sesuai dengan motif untuk menghasilkan sebuah kepuasan. Dengan demikian, pada penelitian ini ketika kebutuhan informasi yang dicari oleh remaja terpenuhi, hal ini akan menciptakan tingkat kepuasan yang berbeda-beda pada setiap individu.
2. Rosengren, Wenner, dan Palmgreen (dalam So, 2012, hlm. 7) mengembangkan riset *Uses and Gratification* dengan menanyakan motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas dengan setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratifications Sought (GS)*, yaitu kepuasan yang dicari pengguna, dan

Gratifications Obtained (GO), yaitu kepuasan nyata yang diperoleh setelah penggunaan media. Dalam penelitian ini motif remaja dalam menggunakan Instagram sesuai dengan *Gratifications Sought*, sedangkan kepuasan yang mereka peroleh sesuai dengan *Gratifications Obtained*.

3. Kepuasan memperoleh informasi, pengguna media sosial Instagram @Greatmind.id memperoleh informasi, wawasan, dan pembelajaran terkait penerimaan diri. Dalam hal kepuasan identitas pribadi, pengguna mendapatkan dukungan dan validasi dalam memahami penerimaan diri. Mengenai kepuasan integrasi dan interaksi sosial, pengguna dapat berinteraksi dan berbagi pandangan dengan pengikut lainnya mengenai penerimaan diri. Terakhir, pada kepuasan hiburan, pengguna media sosial Instagram @Greatmind.id dapat terhindar dari kejenuhan dan menemukan ketenangan jiwa melalui konten yang dibagikan.
4. Temuan tersebut, yang dibahas secara menyeluruh dalam penelitian ini, memperkuat asumsi Teori *Uses and Gratification*. Penelitian ini menunjukkan bahwa motif pemanfaatan media sosial @Greatmind.id memberikan pengaruh signifikan sebesar 57,7% terhadap tingkat kepuasan memperoleh informasi tentang penerimaan diri.
5. McQuail (1993, hlm. 135) menjelaskan bahwa motif memanfaatkan media dapat digolongkan ke dalam empat jenis: motif informasi (*surveillance*), motif identitas pribadi (*personal identity*), motif integrasi dan interaksi sosial (*personal relationships*), dan motif hiburan (*diversion*). Keempat motif ini mendorong seseorang untuk memanfaatkan media komunikasi yang dimiliki. Temuan penelitian ini, yang dibahas secara menyeluruh, memperkuat dimensi motif pemanfaatan media. Hal ini dibuktikan bahwa motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan berhubungan secara positif dan memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan remaja dalam memperoleh informasi mengenai penerimaan diri.
6. Hasil temuan penelitian ini memperkuat penelitian Yulianti (2022) yang menyatakan bahwa akun @Greatmind.id memiliki korelasi sangat kuat dengan

*self-acceptance* atau penerimaan diri. Penelitian Yulianti (2022) menunjukkan bahwa stimulus yang diberikan oleh konten @Greatmind.id mampu memicu respon berupa peningkatan *self-acceptance* pada para pengikutnya. Temuan dalam penelitian ini memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan nilai korelasi positif, yang berarti bahwa hubungan antar variabel adalah positif atau searah. Pengujian ini menyatakan bahwa motif informasi (X1), motif integrasi dan interaksi sosial (X3), motif hiburan (X4), dan motif pemanfaatan media sosial Instagram (X) memiliki korelasi yang kuat dan positif terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y) pada akun @Greatmind.id.

7. Hasil temuan penelitian ini memperkuat penelitian Wicaksana dan Anggraini (2023) yang menunjukkan bahwa variabel media sosial (X) memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) pada para pengikut. Temuan ini selaras dengan penelitian ini yang menemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi para followers.

### **5.2.2 Implikasi Praktis**

Temuan penelitian ini selanjutnya diaplikasikan secara praktis, sebagai berikut:

1. Ada pengaruh secara signifikan dari motif informasi (X1) terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Akun @Greatmind.id diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan aspek ini dengan rutin membuat konten terkait penerimaan diri. Selain itu, memperluas cakupan konten dengan topik-topik relevan seperti cerita inspiratif dan wawancara dengan tokoh berpengaruh dapat meningkatkan kepuasan pengikut. Dengan demikian, @Greatmind.id akan terus memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya secara bermakna dan bermanfaat.
2. Tidak ada pengaruh signifikan dari motif identitas pribadi (X2) terhadap tingkat kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Akun @Greatmind.id diharapkan mampu meningkatkan validasi dan dukungan terkait penerimaan diri. Ini dapat dilakukan dengan menyertakan konten yang lebih mendalam dan personal, seperti sesi tanya jawab atau diskusi interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa

konten afirmasi dan penerimaan diri perlu lebih berfokus pada interaksi yang mendalam untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi pengikutnya.

3. Ada pengaruh signifikan dari motif integrasi dan interaksi sosial (X3) terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Akun @Greatmind.id diharapkan mampu meningkatkan kesempatan bagi pengikut untuk berinteraksi dan berbagi pandangan. Ini bisa dilakukan melalui fitur komentar, forum diskusi, atau acara komunitas yang memungkinkan pengguna mencari dukungan emosional dan berbagi pengalaman mengenai penerimaan diri dengan pengikut lainnya.
4. Ada pengaruh signifikan dari motif hiburan (X4) terhadap kepuasan remaja memperoleh informasi (Y). Akun @Greatmind.id diharapkan mampu terus menyediakan konten yang menghibur untuk membantu pengguna menghindari kejenuhan, mengisi waktu luang, dan menemukan ketenangan jiwa. Ini bisa dicapai dengan berbagi konten afirmasi yang ringan, inspiratif, dan menenangkan secara rutin.

### **5.3 Rekomendasi**

Temuan penelitian ini menghasilkan beberapa rekomendasi untuk pemerintah, akademisi, dan masyarakat. Rekomendasi tersebut disusun sebagai bagian dari tanggung jawab dalam bidang ilmu pengetahuan.

#### **5.3.1 Bagi Pemerintah**

Rekomendasi bagi pemerintah adalah untuk memperkuat perumusan kebijakan terkait media sosial, khususnya Instagram, dengan fokus pada kesehatan mental dan penerimaan diri remaja. Pemerintah (Kemkominfo dan Diskominfo) perlu meningkatkan pengawasan dan memberikan ruang yang lebih besar bagi komunitas dan media untuk menyebarkan informasi yang positif, termasuk konten afirmasi yang mendukung penerimaan diri. Langkah ini akan membantu menyebarkan informasi secara efisien dan efektif untuk mendukung kesejahteraan mental generasi muda di Indonesia.

#### **5.3.2 Bagi Akademisi**

Rekomendasi untuk akademisi adalah untuk mendorong penggunaan metode penelitian yang digunakan dalam studi ini, seperti analisis korelasi dan pengukuran *Gap Satisfaction (GS)* dan *Gratifications Obtained (GO)*, dalam penelitian-penelitian lain untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam dan komprehensif tentang kepuasan pengguna media sosial. Penelitian dapat mengembangkan atau menyempurnakan teori yang ada dan mendorong kolaborasi antar disiplin ilmu seperti psikologi, sosiologi, dan ilmu komunikasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan pengajaran terkait media sosial dan komunikasi.

### 5.3.3 Bagi Masyarakat

Rekomendasi untuk masyarakat adalah meningkatkan literasi penerimaan diri secara maksimal. Dengan memahami informasi tentang penerimaan diri secara optimal, individu dapat meningkatkan tingkat penerimaan diri di Indonesia secara signifikan. Penting untuk mengakses konten-konten afirmasi dan penerimaan diri yang bermanfaat melalui berbagai platform, seperti media sosial Instagram. Selain itu, berpartisipasi aktif dalam diskusi dan komunitas yang mendukung penerimaan diri juga dapat membantu individu membangun rasa percaya diri dan kesejahteraan psikologis yang lebih baik. Dengan demikian, masyarakat dapat menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan positif dan kesejahteraan mental yang lebih baik bagi individu di Indonesia.

### 5.3.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan memperluas subjek dan objek penelitian, seperti mengeksplorasi kelompok usia dan platform media sosial yang berbeda. Penelitian dapat diperdalam dengan menerapkan Teori *Expectancy-Value* yang dikembangkan oleh Palmgreen, yang memungkinkan pengukuran lebih mendalam terhadap kepuasan penggunaan media. Salah satu pendekatan yang bisa diambil adalah dengan mengukur *Gap Satisfaction (GS)* dan *Gratifications Obtained (GO)* untuk menentukan kesenjangan kepuasan antara harapan dan pengalaman yang sebenarnya. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana kepuasan penggunaan media sosial dapat ditingkatkan berdasarkan analisis kesenjangan kepuasan tersebut.