

## BAB 5

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian “Perbedaan Pemenuhan Kebutuhan Media Pengikut Channel Youtube “Narasi Newsroom” Berdasarkan Gender Yang Dimilikinya dengan jumlah sampel 100 responden menunjukkan bahwa:

1. Terdapat perbedaan kebutuhan media antara gender laki-laki dan perempuan dari pengikut channel Narasi Newsroom, dimana perempuan memiliki nilai prediksi lebih tinggi jika dibandingkan dengan laki-laki atau dapat dikatakan unsur femininitas akan lebih berpengaruh dibandingkan maskulinitas. Maka hipotesis 1 dapat diterima
2. Terdapat perbedaan pola penggunaan media yang dilakukan oleh pengikut channel narasi Newsroom berlandaskan gender yang dimilikinya, dimana berdasakan uji statistika yang telah dilakukan, perempuan memiliki pengaruh positif yang lebih besar dan lebih signifikan jika dibandingkan dengan laki-laki, selain itu jika pola penggunaan media didasari atas nilai berita, seperti dalam penelitian ini, hasil temuan menunjukkan bahwa dibandingkan dengan laki-laki, perempuan akan lebih tertarik dan tercukupi kebutuhannya jika berita online yang dalam hal ini adalah konten Narasi Newsroom memiliki indikator-indikator nilai berita yang baik. Maka hipotesis 2 dapat diterima
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gender terhadap pemenuhan kebutuhan media pengikut channel Narasi Newsroom. maka hipotesis 3 diterima

Maka dapat disimpulkan bahwa gender terbukti memiliki pengaruh dalam kebutuhan media seseorang. Baik laki-laki maupun perempuan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan media, meskipun dengan nilai yang berbeda. Selain itu variabel nilai berita juga terbukti memoderasi variabel gender dengan variabel kebutuhan media.

## 5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diketahui bahwa gender memiliki pengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan media pengikut channel Narasi Newsroom. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan implikasi secara teoritis ataupun praktis bagi perkembangan ilmu pengetahuan bidang kajian komunikasi. berikut penulis menyajikan penjelasan terkait implikasi teoritis serta praktis dari penelitian ini.

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Berikut merupakan implikasi penelitian secara teoritis

1. Penelitian ini memperkuat penelitian Chae Et Al. (2018); Andreassen (2015); Kircaburun, Alhabash, Tosuntas, & Griffiths (2020) yang menyatakan didalam internet konsumen secara sadar memilih hal yang terkait dengan pemenuhan kebutuhannya secara lebih spesifik dengan dipengaruhi beberapa faktor yang dapat membuatnya kecanduan sosial media yakni demografi, psikologis, dan sosiologis. selain itu penelitian ini berkontribusi dalam menambah pengetahuan terkait bagaimana konsumen secara sadar memilih hal-hal untuk memenuhi kebutuhan medianya yang didasari oleh aspek psikologis (gender) yang dimilikinya
2. Penelitian ini memperkuat teori yang mengatakan bahwa orang secara sadar mencari media untuk memperoleh kepuasan tertentu, atau bisa dikatakan memperlihatkan pilihan seseorang saat menggunakan media dimotivasi oleh keinginan mereka untuk memuaskan berbagai kebutuhan.
3. Penelitian ini membuktikan premis teori *uses and gratification* yang berasumsi bahwa pemilihan media sebagai pengambilan keputusan aktif dalam menggunakan, mencari dan menerapkan media tersebut sebagai tujuan mereka sendiri.

### 5.2.2 Implikasi Praktis

Berikut merupakan implikasi penelitian secara teoritis

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang lebih signifikan dari variabel perempuan jika dibandingkan dengan variabel laki-laki. Hal tersebut menunjukkan perempuan cenderung lebih tercukupi kebutuhan medianya dibandingkan dengan laki-laki pada pelanggan Narasi Newsroom. hal ini dapat berimplikasi secara praktis agar media-media online terkhususnya Narasi Newsroom dapat meningkatkan

kualitas konten yang ada dengan mengimplementasikan aspek maskulinitas sehingga baik perempuan ataupun laki-laki dapat mencukupi kebutuhan medianya.

2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai berita tragis bukanlah nilai berita yang disukai baik oleh laki-laki ataupun perempuan jika dibandingkan dengan nilai berita lainnya, oleh. Hal ini dapat berimplikasi secara praktis agar media-media online terkhususnya Narasi Newsroom dapat mengurangi nilai berita tragis pada kontennya dan meningkatkan nilai berita yang lain.
3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman dalam kebutuhan kognitif yang didapatkan baik laki-laki maupun perempuan tergolong rendah, Hal ini dapat berimplikasi secara praktis agar media-media online terkhususnya Narasi Newsroom dalam meningkatkan kualitas penyajian konten sehingga dapat lebih memenuhi pemahaman dari konsumen yang ada, baik laki-laki maupun perempuan.
4. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gender berpengaruh positif dan signifikan atas pemenuhan kebutuhan media. Hal ini dapat berimplikasi secara praktis agar media-media online dapat menjadikan aspek-aspek gender (Pengalaman dan kepribadian) sebagai pertimbangan dalam peningkatan kualitas pemberitaan yang ada.

### 5.3 Rekomendasi

Dari penelitian yang sudah dilakukan dengan cara menganalisis serta mengolah data, penulis juga memiliki rekomendasi serta masukan yang ingin disampaikan kepada pihak bersangkutan sehingga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Rekomendasi untuk akademisi dan penelitian selanjutnya

Penelitian mengenai “Perbedaan Pemenuhan Kebutuhan Media Pengikut Channel Youtube “Narasi Newsroom” Berdasarkan Gender Yang Dimilikinya” masih memiliki sejumlah kekurangan, sehingga dibutuhkan pengembangan bagi riset mendatang pada kajian serupa. Mulai dari sisi pentuan subjek penelitian yang bisa lebih bervariasi sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas, variasi dari variabel moderasi yang pada kenyataan lebih beragam, hingga penggunaan model maupun teori yang lebih dinamis disesuaikan dengan teknologi dan perkembangan zaman nanti. Hal ini tentu dapat

meningkatkan pemanfaatan penelitian secara teoritis maupun praktis pada bidang kajian *new media*.

## 2. Rekomendasi untuk konsumen berita daring

Berkaitan dengan hasil penelitian “Perbedaan Pemenuhan Kebutuhan Media Pengikut Channel Youtube “Narasi Newsroom” Berdasarkan Gender Yang Dimilikinya” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari gender terhadap kebutuhan media. Konsumen berita daring diharapkan dapat lebih mengenal dirinya sendiri terutama pada sisi psikologis yang dalam hal ini adalah gender. Dengan dapat mengenal diri sendiri, tentu akan menemukan dan mengidentifikasi kebutuhan media apa saja yang diperlukan oleh diri, ditambah dengan perkembangan internet yang semakin pesat, dimana segala pilihan dan variasi berita tersedia dengan mudah, konsumen tentu akan bisa memenuhi kebutuhan medianya jika mengetahui apa yang dibutuhkannya dalam mengkonsumsi berita di *new media*.

## 3. Rekomendasi untuk Narasi Newsroom

Berkaitan dengan hasil penelitian “Perbedaan Pemenuhan Kebutuhan Media Pengikut Channel Youtube “Narasi Newsroom” Berdasarkan Gender Yang Dimilikinya” yang menemukan bahwa nilai berita tragis kurang menarik minat dan kurang memenuhi kebutuhan dari pelanggan Narasi Newsroom, untuk itu Narasi Newsroom dapat mengurangi nilai berita tragis pada kontennya dan meningkatkan nilai berita yang lain. selain itu dengan temuan bahwa pelanggan perempuan dari Narasi Newsroom lebih tercukupi kebutuhan medianya. Narasi Newsroom dapat meningkatkan kualitas konten yang ada dengan mengimplementasikan aspek maskulinitas sehingga baik perempuan ataupun laki-laki dapat mencukupi kebutuhan medianya. terakhir tentu saja menjadikan aspek-aspek gender (Pengalaman dan kepribadian) sebagai pertimbangan dalam peningkatan kualitas pemberitaan yang ada.