

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian hasil penelitian berupa analisis data dan pembahasan, maka kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram platform psikologi *online* @Riliv memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan *followers*. Telah diketahui juga bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv terhadap kepuasan *followers* dan pengaruh tersebut sebesar 64,2% dan selebihnya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan media yang dominan adalah dari dimensi pencarian informasi dan kepuasan yang dominan pula adalah dari dimensi yang sama yaitu pencarian informasi. Maka dapat dinyatakan bahwa akun Instagram @Riliv sudah sangat baik dalam menyediakan konten informasi mengenai kesehatan mental yang dapat memenuhi kepuasan *followers*. Untuk efek pesan pula ditemukan bahwa efek behavioral adalah efek yang paling dominan, yang artinya pesan-pesan pada media akun Instagram @Riliv mempengaruhi tindakan *followersnya*.

Hal tersebut sesuai dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa khalayak menggunakan media untuk memperoleh kepuasan yang dicari (*Gratifications Sought*) yang dilatarbelakangi oleh alasan atau motif tertentu. Kemudian dalam penggunaan media tersebut, khalayak akan merasakan perubahan atau efek yang terjadi pada sikap maupun perilaku berdasarkan pesan yang didapat melalui media yang dikonsumsinya, sehingga khalayak terdorong untuk melakukan suatu tindakan yang dipengaruhi oleh pesan pada media tersebut. Pada akhirnya, khalayak akan memperoleh kepuasan (*Gratifications Obtained*) dari media

yang digunakannya jika media tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Sama halnya dengan responden *followers* pada penelitian ini yang menggunakan media pada akun Instagram @Riliv dengan berbagai motif penggunaannya dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan. @Riliv sebagai media yang digunakan oleh *followers*, menyajikan berbagai jenis konten berisikan pesan terkait kesehatan mental yang dapat memberikan kesan atau efek yang kemudian turut mempengaruhi kepuasan yang mereka peroleh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram platform psikologi *online* @Riliv terhadap kepuasan *followers* yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, terdapat saran yang dapat peneliti berikan baik secara praktik maupun akademik, yaitu seperti berikut:

- 1) Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *followers* khususnya pada dimensi pencarian informasi serta dimensi efek behavioral. Hal ini berarti @Riliv sudah sangat baik dalam menyajikan konten yang memuat informasi atau pengetahuan baru terkait kesehatan mental, serta mampu mendorong niat *followers* untuk menjaga kesehatan mental dan juga mengaplikasikan pengetahuan yang mereka dapat untuk menolong lingkungan sekitar. Namun terdapat dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi efek afektif dan dimensi pengalihan. Maka dari itu, @Riliv perlu memperbaiki aspek-aspek yang terdapat pada dimensi-dimensi tersebut, seperti mempertingkatkan kualitas konten maupun layanan yang menyangkut sisi emosional *followers* serta yang dapat memberikan pengalihan bagi *followers*.
- 2) Terkait dimensi pengalihan, @Riliv disarankan untuk menambah konten pada akun Instagramnya yang memuat sesi meditasi singkat seperti yang terdapat di aplikasi agar *followers* dapat merasakan kebaikan dari bermeditasi. Dengan adanya penambahan konten meditasi pada akun

Instagram @Riliv, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan *followers* dalam hal pengalihan.

- 3) Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat 35,8% pengaruh penggunaan media dan efek pesan pada akun Instagram @Riliv terhadap kepuasan *followers* yang tidak diteliti, maka peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji lebih dalam mengenai faktor atau variabel lain yang mempengaruhi kepuasan *followers* tersebut.
- 4) Sebaiknya penelitian selanjutnya mencoba untuk menggunakan dimensi-dimensi dari teori lainnya yang berbeda dengan penelitian ini sehingga hasil dari penelitian nantinya akan lebih melengkapi dan beragam.