

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS versi 27, penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh yang besar dari terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty. Dimensi frekuensi, durasi, dan atensi dalam terpaan media *live shopping* menunjukkan partisipasi aktif dan keterlibatan *followers*, dengan semakin tingginya frekuensi, durasi, dan atensi yang diberikan, kebutuhan informasi mereka juga semakin terpenuhi. *Live shopping* terbukti memenuhi berbagai kebutuhan informasi *followers*, termasuk kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan pelepasan.

Melalui hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai korelasi (R) = 0,804 dan nilai R Square (penguadratan nilai korelasi), yaitu $0,646 = 64,6\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar 64,6% kebutuhan informasi pada *followers* Shopee Dear Me Beauty dipengaruhi oleh terpaan media *live shopping* Shopee, sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Dear Me Beauty diharapkan dapat membuat konten *sneak peek* sebelum *live shopping* dimulai mengenai produk yang akan dipromosikan agar dapat lebih meningkatkan kehadiran dan keterlibatan penonton.
2. Mengingat kebutuhan sosial yang terpenuhi melalui *live shopping*, perusahaan dapat mendorong dan memfasilitasi interaksi sosial antara *followers* melalui komunitas kecantikan yang dibuat oleh Dear Me Beauty. Hal ini juga dapat digunakan untuk membangun loyalitas merek jangka panjang.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melibatkan sampel yang lebih luas, seperti media sosial Dear Me Beauty yang *followers*-nya lebih banyak, serta mengambil latar belakang yang berbeda, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih beragam dalam pemahaman terkait pengaruh terpaan media *live shopping* terhadap kebutuhan informasi.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain yang juga memengaruhi terpaan media *live shopping* Shopee terhadap kebutuhan informasi *followers* Dear Me Beauty, namun faktor-faktor tersebut belum diselidiki secara mendalam dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat melakukan penyelidikan lebih lanjut terhadap faktor-faktor tersebut.