

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian ini ditemukan adanya pengaruh dari konten media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers yakni sebesar 55,4%, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi. Presentase selebihnya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh faktor eksternal yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Peneliti juga menemukan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel konten media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi dikarenakan nilai signifikansi sebesar Nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Serta dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima karena nilai  $T$  hitung  $15,689 > T$  tabel  $1,984$ . terdapat pengaruh antara konten media sosial Instagram @radar\_bogor terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dalam konten feeds Instagram @radar\_bogor memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman responden terhadap isi pesan informasi di konten Reels @radar\_bogor. Hasil penelitian juga sesuai dengan model *uses and gratification* yang menyatakan khalayak merasa puas dengan konten feeds Instagram @radar\_bogor yang mudah dipahami dan menambah pengetahuan untuk dirinya. Sejalan dengan dimensi efek, kemampuan media untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pengguna melalui konten yang disajikan. Khalayak juga memiliki peran aktif dalam pemilihan media. Dibuktikan dengan mayoritas *followers* memilih Instagram @radar\_bogor sebagai media utama karena menyediakan konten informasi seputar peristiwa yang cepat, informatif, aktual, dan menarik yang mereka butuhkan di wilayah Bogor.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Teoritis**

Penelitian ini tidak melihat faktor eksternal yang memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi, hanya berfokus pada konten yang disajikan Instagram @radar\_bogor. Maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat melihat aspek eksternal diluar konten seperti *mouth to mouth* atau dari pembicaraan rekomendasi dari individu ke individu lain demikian hasil yang diperoleh dapat saling melengkapi dan menghasilkan temuan penelitian yang lebih beragam.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Penulis menyarankan agar media sosial dari perusahaan media disukai oleh publik, sebaiknya konten dikemas dengan desain yang menarik dan penggunaan bahasa yang mudah dibaca atau dipahami, karena *followers* menyukai konten yang mudah dipahami/ dibaca. Saran selanjutnya, perusahaan media dapat memposting konten informasi secara berkala agar informasi yang disajikan tetap *uptodate*.