

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasar pada temuan penelitian terkait “Pengaruh Konten Edukasi Seputar Karier Terhadap Kepuasan *Followers* Instagram @girlsbeyond.id”, penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif antara konten edukasi seputar karier (X) terhadap kepuasan *followers* (Y) sebesar 40.8% dengan nilai dimensi tertinggi variabel konten edukasi ialah dari audio & visual dengan nilai mean 3,568.

Dimensi tertinggi pada variabel kepuasan followers dengan nilai rata – rata 3,432 berasal dari dimensi kepuasan informasi yakni responden merasakan kepuasan informasi setelah mengakses konten @girlsbeyond.id karena responden memperoleh informasi baru yang membantu dalam memahami dunia kerja. Mengacu pada teori *uses and gratifications*, memperlihatkan penelitian ini ada keselarasan dengan asumsi teori dibuktikan dari pengikut aktif mengikuti akun @girlsbeyond.id dikarenakan faktor ketertarikannya terhadap konten dan salah satu faktornya dari audio & visual. Selain itu, asumsi mengenai isi media atau konten yang hanya bisa dinilai oleh khalayak sendiri, di mana pengikut mendapatkan kepuasan dari bertambahnya pengetahuan mengenai dunia kerja.

5.2 Saran

Dilihat dari penelitian yang mempunyai judul “Pengaruh Konten Edukasi Seputar Karier Pada Media Sosial Instagram @girlsbeyond.id Terhadap Kepuasan *Followers*”, terdapat beberapa masukan yang diharapkan kedepannya dapat memberi dukungan inovasi:

5.2.1 Saran Praktis

1. Temuan penelitian, menemukan dimensi isi pesan sebagai dimensi dengan nilai terendah. Dengan demikian, disarankan untuk akun Instagram @girlsbeyond.id dapat terus meningkatkan dan menyesuaikan beragam isi pesan yang dibagikan agar lebih relevan dengan kebutuhan pengikut. Dengan terus menyesuaikan atau memperbarui isi pesan sesuai dengan

kebutuhan atau minat pengikutnya, ini bisa menjaga keterlibatan pengikut sekaligus mampu berkontribusi dalam peningkatan kepuasan terhadap konten.

2. Teruntuk para penerima informasi diharapkan agar bisa memanfaatkan konten edukasi karier di media sosial dan menerapkan informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan kariernya agar lebih bermanfaat serta menjadi lebih siap dalam menghadapi dunia kerja kelak.

5.2.2 Saran Teoritis

1. Teori *uses and gratification* menempatkan khalayak sebagai pihak aktif dalam memilih media serta mengevaluasi kepuasan yang diperoleh. Kepuasan tersebut dapat diukur melalui berbagai dimensi. Untuk itu, peneliti mengharapkan agar kelak peneliti selanjutnya dapat menggunakan faktor lain yang sekiranya bisa berkontribusi terhadap kepuasan audiens misalnya kelengkapan pesan, kejelasan pesan, ketepatan/akurasi pesan, ataupun kepercayaan terhadap sumber informasi yang belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Peneliti selanjutnya yang ingin membahas dengan topik serupa bisa meneliti media sosial yang berbeda, misalnya seperti TikTok, Youtube serta metode yang berbeda juga. Dengan perbedaan jenis media sosial dapat menunjukkan wawasan lebih banyak mengenai bagaimana karakteristik dari setiap *platform* mempengaruhi keterlibatan dan kepuasan pengguna dengan konten.