

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motif *followers* dalam mengakses akun X @ohmy_beautybank sebagai media informasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat beragam motif yang melatarbelakangi perilaku tersebut. Motif utama yang ditemukan adalah motif informasional, yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi seputar kecantikan yang dianggap relevan, jujur, dan berasal dari pengalaman sesama pengguna. Selain itu, terdapat pula motif sosial berupa kebutuhan untuk berinteraksi, berdiskusi, dan membangun rasa komunitas di dalam akun tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat elemen dalam MAIN model, berperan dalam membentuk kepuasan dan pengalaman pengguna ditemukan bahwa pengguna memanfaatkan akun ini untuk memenuhi kebutuhan pencarian informasi karena pengguna menyukai format penyajian informasi yang fleksibel dan spesifik, seperti *thread*, komentar, dan sistem *mention confession*. Bentuk ini dianggap mudah diakses dan dikonsumsi sesuai kebutuhan. Pengguna juga merasa memiliki kontrol dalam memilih informasi yang sesuai, bahkan melakukan validasi silang jika ragu, menunjukkan adanya motif untuk tetap menjaga keakuratan informasi yang mereka konsumsi. Dalam segi interaksi, interaksi dalam kolom komentar atau *reply* memberikan ruang untuk diskusi lebih lanjut dan memperkaya informasi. Kualitas diskusi menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi terhadap validitas informasi. Selain itu, Fitur pencarian dan arsip *mention confession* memungkinkan pengguna menelusuri topik atau produk tertentu dengan lebih cepat dan efisien, memudahkan mereka dalam mengakses informasi sesuai konteks kebutuhannya.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa dalam proses pencarian dan penggunaan informasi, *followers* tidak bersikap pasif. Mereka menunjukkan kemampuan untuk menyaring, mengevaluasi, dan mempertanyakan kebenaran

informasi, terutama dalam konteks kehadiran akun *affiliate* yang berpotensi mengurangi objektivitas konten. Hal ini menunjukkan adanya praktik literasi digital di kalangan pengguna akun @ohmy_beautybank. Literasi digital menjadi aspek penting dalam membantu pengguna membedakan antara konten organik dan konten promosi, serta dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari media sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motif *followers* dalam mengakses akun @ohmy_beautybank tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan informasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan literasi digital yang memungkinkan mereka untuk bersikap selektif, kritis, dan aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi kecantikan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. Bagi pengelola *autobase*, peneliti menyarankan untuk meningkatkan transparansi konten dengan memberi label atau tanda khusus pada *mention confession* yang mengandung *affiliate link* atau promosi. Ini akan membantu pengguna membedakan antara konten organik dan promosi. Selain itu, menyarankan filter otomatis untuk *link affiliate* atau konten promosi, agar informasi yang ditampilkan tetap bersifat netral dan tidak mengurangi kepercayaan pengguna.
2. Bagi pengguna, disarankan untuk tetap melakukan validasi silang terhadap informasi yang ditemukan, misalnya membandingkan ulasan dari *autobase* dengan sumber lain seperti *marketplace* atau media sosial lainnya.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini memperluas pemahaman terhadap teori *Uses & Gratification 2.0* dengan menunjukkan bahwa kepuasan pengguna media sosial tidak hanya ditentukan oleh aspek *modality, agency, interactivity, dan navigability*, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti *affiliate marketing*. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks digital yang semakin komersial, persepsi terhadap validitas informasi turut dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi, sehingga teori *Uses & Gratification 2.0* perlu mempertimbangkan dimensi ekonomi dan etika dalam konsumsi serta distribusi informasi.