

BAB V

PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, mencakup uraian terkait pencapaian tujuan penelitian. Selain itu, peneliti turut memberikan rekomendasi dan saran yang relevan dengan temuan penelitian terkait **“Pengaruh Kualitas Informasi Akun Instagram @infocipete Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner Di Cipete”** yang dapat dijadikan rujukan serta pertimbangan bagi penelitian berikutnya dalam melakukan studi sejenis dan relevan di masa mendatang.

1.1. Kesimpulan

Setelah melalui serangkaian uji dalam penelitian kuantitatif yang melibatkan 100 responden, peneliti memperoleh hasil analisis data dengan menggunakan aplikasi pengolah data SPSS versi 30. Adapun hasil analisis tersebut disajikan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi linear sederhana menunjukkan F Hitung sebesar 80.352 dengan nilai Sig. $<0,001 < 0,005$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi kuliner (variabel X) mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi (variabel Y).
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, perhitungan uji t menunjukkan nilai *t hitung* sebesar $8,964 > t \text{ tabel}$ sebesar 1,984. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas informasi kuliner terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.
3. Diperoleh hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa *r square* sebesar 0,451 yang artinya terdapat pengaruh variabel independen (Kualitas Informasi) terhadap variabel dependen (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 45,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
4. Melalui pendekatan kuantitatif, teori *uses and gratifications* dalam penelitian ini dapat diterapkan untuk menjelaskan pengaruh kualitas

informasi kuliner terhadap pemenuhan kebutuhan informasi di Cipete. Dalam hal ini, *gratifications obtained* (kepuasan yang diperoleh) khalayak untuk memenuhi kebutuhan informasi didasari oleh adanya *gratifications sought* yang dimana khalayak aktif mencari informasi seputar kuliner, telah terpenuhi. Khalayak mendapatkan informasi kuliner yang memadai dengan mengikuti akun Instagram @infocipete.

1.2. Saran

2.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, item X3 dalam indikator akurasi pada variabel Kualitas Informasi memiliki nilai kontribusi paling rendah meskipun tetap memenuhi syarat valid dan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pengikut belum sepenuhnya yakin bahwa informasi kuliner yang disajikan akun @infocipete bebas dari kesalahan. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola akun lebih cermat dalam menyunting dan memverifikasi informasi, seperti nama tempat, harga, jam operasional, serta lokasi, guna meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap keakuratan konten yang dibagikan.

Sementara itu, pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi, item Y10 yang termasuk dalam indikator *everyday need approach* juga memiliki kontribusi terendah. Hal ini menunjukkan bahwa konten harian belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pengguna dalam merencanakan makan pagi, siang, atau malam. Untuk itu, akun @infocipete diharapkan lebih konsisten dalam mengunggah informasi kuliner harian yang relevan dan mudah diakses, seperti menu populer untuk sarapan atau tempat makan siang yang terjangkau, agar pemenuhan kebutuhan informasi rutin dapat ditingkatkan secara optimal.

2.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa teori *Uses and Gratifications* masih relevan dalam menjelaskan bagaimana kualitas

informasi di media sosial, khususnya Instagram , berperan dalam memenuhi kebutuhan informasi audiens. Namun demikian, masih terdapat kekosongan yang dapat dijadikan perhatian dalam kajian teoritis selanjutnya. Salah satunya adalah perlunya penyesuaian indikator kebutuhan informasi Arifin (2015) dengan karakteristik media sosial visual seperti Instagram. Aspek visual, kecepatan akses, dan interaktivitas tinggi menjadi dimensi penting yang belum sepenuhnya tercakup dalam teori *uses and gratifications* versi klasik. Selain itu, pemilihan lokus akun @infocipete sebagai objek juga membuka celah kajian teoritis tentang bagaimana akun informasi berbasis lokal dapat membentuk perilaku pencarian informasi di luar batas geografisnya. Oleh karena itu, saran bagi pengembangan teori adalah memperluas indikator gratifikasi yang diperoleh, khususnya dengan mempertimbangkan elemen visual, kepercayaan terhadap sumber digital, serta pemanfaatan informasi lokal oleh audiens lintas wilayah. Penyesuaian ini penting agar teori *uses and gratifications* dapat tetap adaptif terhadap dinamika konsumsi media digital kontemporer.