

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan media sosial TikTok @ahmadrifyannur terhadap pemenuhan kebutuhan informasi transportasi umum TransJakarta, dapat disimpulkan bahwa terpaan media sosial melalui akun TikTok @ahmadrifyannur memiliki hubungan yang kuat dan berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mengenai transportasi umum TransJakarta. Tingginya tingkat terpaan media yang ditunjukkan melalui frekuensi mengakses konten, durasi penggunaan media, serta perhatian responden terhadap informasi yang disampaikan menunjukkan bahwa semakin intens responden menerima terpaan media, semakin besar pula peluang informasi mengenai layanan TransJakarta diterima, dipahami, dan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa akun TikTok @ahmadrifyannur tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi telah menjadi salah satu sumber informasi mengenai transportasi umum bagi para pengikutnya. Melalui konten yang membahas rute perjalanan, tarif, fasilitas, integrasi antarmoda, serta informasi lain yang berkaitan dengan layanan TransJakarta, akun tersebut mampu membantu responden memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam mendukung penyebaran informasi publik yang lebih mudah diakses, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Meskipun demikian, terpaan media sosial bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut berkontribusi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, seperti pengalaman pribadi

dalam menggunakan transportasi umum, informasi yang diperoleh melalui media sosial lain, website resmi TransJakarta, media massa, maupun komunikasi interpersonal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memanfaatkan berbagai sumber informasi secara bersamaan untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki potensi sebagai salah satu media penyebaran informasi publik yang mampu membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai transportasi umum TransJakarta. Kehadiran akun TikTok @ahmadrifyannur memberikan alternatif sumber informasi yang mudah diakses dan relevan bagi masyarakat, sehingga dapat berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna transportasi umum. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bahwa pemanfaatan media sosial dapat menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi mengenai layanan transportasi publik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh terpaan media sosial akun TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus mendukung pengembangan penelitian maupun praktik komunikasi digital di masa mendatang.

5.2.1 Saran Praktis

1. Bagi masyarakat sebagai pengguna media sosial, diharapkan dapat lebih memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Selain menjadi penerima informasi, pengguna juga diharapkan berperan aktif dalam menyebarluaskan informasi yang akurat dan bermanfaat melalui berbagai pengalaman, menyampaikan informasi berdasarkan kondisi yang ditemui, serta memberikan tanggapan yang membangun terhadap konten

informatif. Partisipasi tersebut dapat mendukung terciptanya ekosistem informasi yang lebih kredibel, relevan, dan bermanfaat bagi masyarakat.

2. Bagi para kreator konten atau influencer yang berfokus pada penyampaian informasi di media sosial, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas isi konten yang dibuat. Sejalan dengan prinsip jurnalisme online, informasi yang disampaikan sebaiknya tidak hanya bersifat singkat atau menghibur, tetapi juga akurat, aktual, dan memberikan penjelasan yang memadai. Penyajian konten yang didukung visual menarik, editing yang kreatif, serta gaya komunikasi yang khas dapat meningkatkan daya tarik audiens. Dengan pengemasan yang komunikatif dan mudah dipahami, informasi akan lebih mudah diterima sehingga mampu memenuhi kebutuhan informasi audiens secara optimal.

3. Bagi akun TikTok yang menjadi objek penelitian, disarankan untuk lebih konsisten mengunggah konten secara rutin dan terjadwal serta memperbanyak konten dengan topik yang relevan. Hal ini sejalan dengan prinsip jurnalisme online yang menekankan penyajian informasi secara cepat, berkelanjutan, dan aktual. Konsistensi unggahan dapat menjaga perhatian pengikut, memastikan informasi tetap relevan dengan kebutuhan audiens, serta memperkuat kredibilitas akun sebagai sumber informasi transportasi umum

5.2.2 Saran Teoritis

1. Bagi keilmuan Ilmu komunikasi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengaruh terpaan media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi audiens. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi di era digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya penerapan teori terpaan media dalam konteks media sosial yang bersifat interaktif dan dinamis, sehingga tidak

hanya berfokus pada konsumsi media, tetapi juga pada proses penyebaran, penerimaan, dan pemanfaatan informasi oleh audiens.

Dalam konteks konsentrasi Advertising, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan kajian mengenai strategi komunikasi digital dan content marketing melalui media sosial, khususnya TikTok, sebagai media yang tidak hanya digunakan untuk kegiatan promosi, tetapi juga sebagai sarana penyampaian informasi publik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel-variabel yang berkaitan dengan bidang advertising, seperti kreativitas konten, daya tarik pesan (*message appeal*), kredibilitas komunikator, *electronic word of mouth (e-WOM)*, *brand engagement*, atau kepercayaan terhadap sumber informasi, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi digital dalam membangun keterlibatan audiens dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel atau faktor lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti tingkat kepercayaan audiens terhadap konten, kredibilitas kreator, maupun pengaruh fitur-fitur tertentu pada media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melakukan perbandingan antarplatform media sosial, seperti TikTok, Instagram, YouTube, atau X, guna mengetahui efektivitas masing-masing platform dalam memenuhi kebutuhan informasi audiens. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menggunakan pendekatan mixed methods atau kualitatif agar mampu menggali lebih dalam alasan, pengalaman, dan perilaku pengguna dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi.