

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian yang telah dijabarkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme. Dengan berdasarkan tujuan tersebut, penelitian ini tentu perlu menjelaskan terlebih dahulu rumusan masalah penelitian yaitu bagaimana pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme. Setelah hasil data yang berasal dari 400 responden penelitian telah diolah dan juga telah melalui serangkaian proses analisis data yang juga telah dilakukan oleh peneliti, hasil menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh motif pemanfaatan media sosial instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme.

Merujuk pada hasil pada tabel korelasi antara motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen terhadap kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen, menunjukkan nilai r_{Hitung} senilai 0,859. Dengan turut merujuk pada tabel koefisien korelasi, nilai r_{Hitung} senilai 0,859 tergolong pada tingkat hubungan yang sangat kuat. Adapun berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menampilkan nilai persentase sebesar 73,78% yang menunjukkan bahwa kontribusi yang diberikan oleh motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen terhadap kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen, yang dikaji menggunakan teori *Uses and Gratification* memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 73,78%, sedangkan nilai persentase 26,22% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar dari variabel penelitian yang diteliti.

Hasil yang diperoleh pun sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah dibagi menjadi H_0 dan H_a . H_0 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan

followers generasi *millennial* terkait literasi feminisme, sedangkan H_a menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme. Melalui hasil signifikansi dari tabel korelasi antara motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen terhadap kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen, menampilkan nilai sig sebesar 0,00. Di dalam penelitian ini α senilai 0,05, maka $\text{sig} = 0,00 < \alpha = 0,05$ yang menandakan bahwa H_0 ditolak. Maka dari itu hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme.

Selain hal tersebut, analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini pun ditujukan guna memprediksi kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme yang dipengaruhi oleh motif pemanfaatan media sosial Instagram @indonesiafeminis. Dalam penelitian ini, menunjukkan hasil regresi linear melalui perhitungan $Y = 5.275 + 0.873 (15) = 18,73$. Dengan hasil yang telah terlampir yaitu 18,73 total skor kepuasan, nilai angka tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkat nilai kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen akan meningkat jika nilai motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen juga meningkat. Dengan melalui analisis regresi linear sederhana tersebut, turut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada kedua variabel penelitian.

Hasil dalam penelitian ini yaitu pada motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen, ditemukan bahwa dimensi motif informasi dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi motif lainnya. Motif yang dituju yaitu untuk memperoleh informasi mengenai peristiwa atau fenomena sosial dalam perspektif feminisme melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis. Hal menarik yang ditemukan oleh peneliti yaitu dengan memisahkan pengolahan data pada 400 responden dengan pemisahan berdasarkan pada jenis kelamin responden, yaitu terdapat 319 responden berjenis kelamin perempuan dan 81 responden berjenis kelamin laki-laki.

Pada 319 responden berjenis kelamin perempuan ditemukan bahwa, dimensi motif integrasi dan interaksi sosial dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi motif lainnya. Motif yang dituju yaitu untuk mengakses media sosial Instagram @indonesiafeminis agar lebih paham pandangan feminisme guna kepedulian antarsesama. Sedangkan pada 81 responden berjenis kelamin laki-laki ditemukan bahwa, dimensi motif informasi dan dimensi motif identitas pribadi dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi motif lainnya.

Berbagai motif informasi yang dituju oleh para responden berjenis kelamin laki-laki yaitu untuk mencari informasi mengenai berbagai peristiwa atau fenomena sosial terkait feminisme yang sedang atau telah terjadi melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis. Selain itu, motif informasi yang dituju yaitu untuk memperoleh informasi mengenai peristiwa atau fenomena sosial dalam perspektif feminisme melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis. Adapun motif identitas pribadi yang dituju oleh para responden berjenis kelamin laki-laki yaitu dengan mengakses media sosial Instagram @indonesiafeminis maka akan menambah pengetahuan terkait feminisme.

Mengetahui bahwa dari hasil pengolahan data pada 400 responden mengakses media sosial Instagram @indonesiafeminis dengan dilandasi motif informasi. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa para responden memilih media sosial Instagram @indonesiafeminis sebagai media publikasi literasi feminisme yang informatif dan terkini. Sehingga media sosial Instagram @indonesiafeminis dinilai mampu untuk menyajikan konten literasi feminisme seperti peristiwa atau fenomena sosial terkait feminisme yang sedang atau telah terjadi, serta sajian peristiwa atau fenomena sosial dengan perspektif feminisme.

Hasil lainnya dalam penelitian ini yaitu pada kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen, dari hasil 400 responden ditemukan bahwa dimensi kepuasan informasi dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi kepuasan lainnya. Kepuasan yang diperoleh yaitu puas dalam memperoleh dan memahami informasi terbaru mengenai perkembangan feminisme di Indonesia melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis. Selain itu, kepuasan lainnya yang diperoleh yaitu puas dalam memperoleh dan memahami informasi mengenai

peristiwa atau fenomena sosial dalam perspektif feminisme melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis.

Pada 319 responden berjenis kelamin perempuan ditemukan bahwa, dimensi kepuasan informasi dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi kepuasan lainnya. Adapun kepuasan informasi yang diperoleh oleh para responden berjenis kelamin perempuan yaitu puas dalam memperoleh dan memahami informasi mengenai berbagai peristiwa atau fenomena sosial terkait feminisme yang sedang atau telah terjadi melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis. Sedangkan pada 81 responden berjenis kelamin laki-laki ditemukan bahwa, dimensi kepuasan informasi dengan hasil tertinggi dibandingkan dengan berbagai dimensi kepuasan lainnya. Adapun kepuasan informasi yang diperoleh oleh para responden berjenis kelamin laki-laki yaitu puas dalam memperoleh dan memahami informasi terbaru mengenai perkembangan feminisme di Indonesia melalui media sosial Instagram @indonesiafeminis.

Mengetahui bahwa dari hasil pengolahan data pada 400 responden memperoleh kepuasan informasi setelah mengakses media sosial Instagram @indonesiafeminis. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa para responden memperoleh kepuasan informasi setelah mengakses media sosial Instagram @indonesiafeminis karena media tersebut informatif dan terkini. Adapun kepuasan yang diperoleh antara lain memperoleh dan memahami informasi mengenai berbagai peristiwa atau fenomena sosial terkait feminisme yang sedang atau telah terjadi, memperoleh dan memahami informasi terbaru mengenai perkembangan feminisme di Indonesia, serta memperoleh dan memahami informasi mengenai peristiwa atau fenomena sosial dalam perspektif feminisme.

5.2. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan, ditemukan hasil yang menunjukkan bahwa motif pemanfaatan media sosial Instagram berpengaruh terhadap kepuasan *followers* generasi *millennial* terkait literasi feminisme. Namun penelitian ini tentu tidak lepas dari adanya keterbatasan penelitian, sehingga di masa yang datang diperlukan hadirnya penelitian lanjutan.

Maka dengan ini, peneliti menuliskan beberapa saran dari penelitian yang telah dilakukan. Adapun saran yang dituliskan terbagi menjadi saran akademis dan juga saran praktis.

5.2.1. Saran Akademis

Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengkaji kembali variabel X atau variabel independen lainnya di luar dari penelitian yang diteliti. Hal tersebut dinilai perlu diketahui dengan merujuk pada hasil yang menampilkan bahwa koefisien determinasi penelitian ini memiliki nilai persentase 73,78%, yang berarti nilai persentase tersisa yaitu 26,22% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar dari variabel penelitian ini yang dapat mempengaruhi kepuasan. Contoh faktor lainnya seperti misalnya berkaitan dengan konsep kualitas informasi ataupun penyajian tampilan konten pada media sosial Instagram @indonesiafeminis. Teori *Uses and Gratification* adalah suatu teori yang dipergunakan dalam penelitian ini. Dalam tujuan mengkaji lebih dalam faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan *followers*, teori *Uses and Gratification* dinilai masih tetap relevan untuk mengetahui kepuasan *followers* setelah mengakses suatu media.

Pada penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dikaji lebih dalam mempergunakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini, motif informasi merupakan dimensi dari motif pemanfaatan yang merupakan variabel X atau variabel independen yang memperoleh hasil tertinggi dibandingkan dimensi lainnya. Begitupun dengan dimensi kepuasan informasi merupakan dimensi dari kepuasan yang merupakan variabel Y atau variabel dependen yang memperoleh hasil tertinggi dibandingkan dengan dimensi lainnya. Melalui hal tersebut, pada penelitian selanjutnya dapat mengkaji serta menganalisis berbagai konten literasi feminisme yang disajikan oleh media sosial Instagram @indonesiafeminis dengan melalui metode analisis isi.

Metode analisis isi tersebut pun juga dapat turut dibandingkan dengan media sosial Instagram yang mempublikasikan mengenai literasi feminisme lainnya, sehingga hasil analisis lebih variatif dan dipenuhi oleh berbagai data. Selain itu, hasil penelitian berdasarkan pemisahan responden penelitian berdasarkan jenis

kelamin dapat dikaji serta dianalisis dengan melalui metode wawancara kualitatif dengan secara mendalam sehingga dapat diperoleh informasi yang spesifik dan subjektif. Berbicara mengenai feminisme tentu kaitannya segala hal mengenai perempuan, sehingga saran untuk penelitian selanjutnya dapat digali lebih mendalam bagaimana isu feminisme tidak hanya pada kalangan perempuan namun juga pada kalangan laki-laki. Apa dan bagaimana motif yang dituju *followers* berjenis kelamin perempuan dan terutama *followers* berjenis kelamin laki-laki, serta bagaimana kepuasan yang mereka peroleh dapat dikatakan penting untuk diketahui.

Berbagai informan yang terlibat dalam metode wawancara secara mendalam pun dapat divariasikan seperti dengan mengambil beberapa sampel informan dari beberapa kategori generasi berbeda sehingga tidak hanya terbatas pada kategori generasi *millennial*. Saran akademis lainnya yang dapat digali lebih dalam untuk penelitian selanjutnya yaitu apakah terdapat perbedaan persepsi antara generasi *millennial* awal atau generasi *digital immigrant* dengan persepsi generasi *millennial* akhir atau generasi *digital native*. Selain itu yang diperlukan sebagai catatan yaitu, apakah faktor usia menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap kepuasan akan berbagai konten yang terdapat dalam media sosial Instagram @indonesiafeminis.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan terhadap para pengelola media sosial Instagram yang mempublikasikan literasi feminisme, khususnya pengelola media sosial Instagram @indonesiafeminis. Dimensi motif informasi yang memperoleh hasil tertinggi menunjukkan bahwa media sosial Instagram @indonesiafeminis menjadi media publikasi literasi feminisme yang informatif dan terkini. Melalui hal ini diharapkan media sosial Instagram @indonesiafeminis serta berbagai media sosial Instagram yang mempublikasikan literasi feminisme lainnya, dapat terus mempublikasikan informasi mengenai literasi feminisme secara aktif dan terus diperbarui. Media sosial Instagram @indonesiafeminis dapat lebih mengembangkan serta memperkaya variasi tampilan serta penyajian konten literasi feminisme, sehingga dapat turut memenuhi

berbagai dimensi motif lainnya dan tak hanya tertuju pada dimensi motif informasi saja.



