

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penyebaran kuesioner dengan menjabarkan 25 pernyataan kepada 400 responden dan mengolah data dari hasil yang didapat. Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti telah jabarkan yaitu "Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial akun twitter @ohmybeautybank terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*?" dari hasil data yang didapatkan, maka peneliti menyimpulkan bahwa akun twitter @ohmybeautybank dapat memenuhi kebutuhan informasi mengenai dunia kecantikan secara lengkap untuk pengikutnya dengan persentase 99,3%, akun @ohmybeautybank juga memenuhi kebutuhan *followers* mengenai dunia kecantikan yang terkini dengan persentase 98,8%, kemudian akun @ohmybeautybank berisikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi yang pengikut-nya butuhkan dengan memperoleh persentase 99,6% . Pengaruh yang dihasilkan antara variabel X dan variabel Y adalah 0,774 yang tergolong kuat.

Kemudian nilai yang dihasilkan dari tabel koefisien determinasi menghasilkan persentase angka 59,9% dan 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini. Hasil dari hipotesis penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter pada Akun Twitter @ohmybeautybank Terhadap Pemenuhan Informasi Skincare pada *Followers*. Lalu, data yang diperoleh dari hasil regresi linear sederhana adalah $Y = 2.484 + 851 (13) = 13,547$ total skor memenuhi kebutuhan informasi *followers*.

Peneliti pun menemukan beberapa temuan, yaitu pada variabel X dimensi *Context* dengan item pernyataan "Informasi pada akun @ohmybeautybank mudah untuk dimengerti" di mana pada pernyataan ini memperoleh persentase 99,5% jawaban setuju, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang terdapat pada akun tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada pengikutnya.

Kemudian untuk temuan berikutnya adalah variabel X dimensi *Communication* dengan item pernyataan "*Reply* pada *menfess* @ohmybeautybank

mudah untuk saya pahami" di mana pada pernyataan ini memperoleh persentase 97,8% memilih jawaban setuju, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang terdapat pada menfess akun tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya.

Lalu untuk temuan berikutnya adalah variabel X dimensi *Connection* dengan item pernyataan "Admin @ohmybeautybank pernah mengadakan *giveaway* atau kegiatan sharing lainnya untuk meningkatkan interaksi antar *followers* di mana pada pernyataan ini memperoleh persentase 97,3% memilih jawaban setuju, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kerjasama antar pengikut akun @ohmybeautybank dan pengelola akun yang mencoba untuk menjalin hubungan yang sudah ada antar *followers*.

Terakhir, adalah variabel Y dimensi *Catching-up Need Approach* dengan item pernyataan "Akun @ohmybeautybank berisikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi yang saya perlukan" di mana pada pernyataan ini memperoleh persentase 98,6% memilih jawaban setuju, maka dapat disimpulkan bahwa akun @ohmybeautybank dapat membantu pengikutnya untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan.

Maka dapat disimpulkan bahwa akun @ohmybeautybank dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi *followers* dengan hasil dari koefisien korelasi yang kuat dan hasil dari koefisien determinasi yang menghasilkan angka 59,9% dalam mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini dikarenakan banyaknya pengguna Twitter yang menggunakan akun *autobase* yang dianggap dapat memberikan informasi yang cepat, lengkap, dan rutin seperti @ohmybeautybank. Dapat disimpulkan pula, bahwa akun @ohmybeautybank dapat dijadikan sebagai salah satu wadah yang tepat untuk melakukan pertukaran informasi.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat melihat atau meneliti aspek yang berbeda dari penelitian ini, meneliti hal yang belum pernah diteliti oleh peneliti lain guna

memperoleh pengetahuan baru dan menambahkan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Penelitian lain dapat menggunakan jenis akun *autobase* yang berbeda guna melihat apakah terdapat hasil serupa seperti akun *autobase* yang membahas mengenai dunia kecantikan.
3. Jika ingin meneliti akun sejenis, maka peneliti dapat menggunakan akun *autobase* mengenai kecantikan yg lain untuk melihat adakah pengaruh yang serupa dengan akun *autobase* yang digunakan dalam penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

Karena masih terdapat akun *autobase* sejenis @ohmybeautybank yang membahas mengenai dunia kecantikan dengan *followers* terbanyak, maka admin pada akun *autobase* sejenis mungkin dapat melakukan hal serupa untuk meningkatkan *followers* dan interaksi antar *followers*. Seperti pada akun @ohmybeautybank yang kerap kali mengadakan *giveaway* guna meningkatkan interaksi dan hubungan dengan *followers*.