

## BAB V

### PENUTUP

Penelitian ini diakhiri dengan penutup didalam penelitian peneliti mengenai Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok pada Kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*. Pada penelitian ini, peneliti memberikan kesimpulan yang menjawab dari rumusan masalah yang ada pada penelitian ini serta peneliti memberi saran untuk akademis dan praktis.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan dari penggunaan TikTok pada kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*. Motif dan kepuasan yang menjadi acuan dari dalam penelitian ini ada pada Teori *Uses and Gratifications*, yang dimana teori ini merupakan sebuah teori yang mencoba memahami mengapa dan bagaimana orang dapat aktif dalam mencari media tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Peneliti juga melihat pada bagian kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant* yang memicu adanya penelitian ini. Temuan tersebut didapatkan oleh peneliti dengan mewawancarai 4 informan. 2 dari kalangan *Digital Native* dengan umur 20 dan 24 tahun, serta 2 lagi dari kalangan *Digital Immigrant* 45 dan 46 tahun dengan gender laki-laki dan perempuan dengan lama penggunaan TikTok lebih dari 1 tahun dan durasi minimal 5 jam per hari. Para informan merasa puas dengan 5 motif yaitu untuk kalangan *Digital Immigrant* (Information Sharing, Information Seeking, Hiburan, Communicatory Utility, Pass Time) sedangkan untuk kalangan *Digital Native* (Information Sharing, Information Seeking, Hiburan dan Pass Time)

Pada teori *Uses & Gratification* yang digunakan peneliti, terdapat 3 komponen aspek yang digunakan yaitu Kebutuhan Kognitif, Kebutuhan Afektif, dan Kebutuhan Sosial. Karena dilihat dari informan yang melihat TikTok sebagai sebuah media yang dapat memenuhi kebutuhannya terkait dengan perolehan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Berkaitan dengan emosi yang dirasakan seperti hiburan dan lainnya. Serta adanya interaksi sosial dari dalam individu yang

terhubung dengan orang lain. Melalui jawaban keempat informan mengenai penggunaan TikTok, mereka beranggapan bahwa TikTok merupakan suatu hal yang mudah untuk digunakan dan menggunakan media sosial tersebut karena banyaknya konten yang to the point dan tidak harus berteman terlebih dahulu untuk melihat sesuatu yang ada di dalamnya.

Temuan yang didapat dalam motif penggunaan TikTok ini bahwa pada dimensi-dimensi yang ada. Dalam berinteraksi sosial *Digital Native* lebih senang berinteraksi dan senang mendapatkan informasi baru dari para pengguna, pada *Digital Immigrant* tidak berharap adanya interaksi dua arah jika bukan teman yang dikenal. Lalu pada bagian *Entertainment* atau hiburan, konten yang disenangi kalangan *Digital Native* adalah konten seperti referensi fashion, referensi masak, video lucu, Kpop, Podcast dan lainnya. Sedangkan, pada kalangan *Digital Immigrant* konten yang disenangi seperti ceramah, quotes, konten terkait dengan hubungan keluarga dan agama. Kedua kalangan tersebut memilih untuk mencari segala bentuk informasi dan konten melalui TikTok karena merasa dimudahkan dan nyaman karena tidak bertele-tele, durasi yang tidak panjang seperti YouTube, tidak perlu mengikuti akun tersebut seperti Instagram. Saat merasakan emosional dalam diri seperti sedih, marah, senang dan emosi lainnya, dua kalangan ini mencari TikTok sebagai tempat untuk merelaksasikan diri dan mencari kesenangan tersendiri. Dalam memberikan sebuah opini kalangan *Digital Native* senang memberikan sebuah semangat dan komentar yang baik terkait konten yang menghibur, sedangkan *Digital Immigrant* akan memberikan komentar pada akun ceramah dan mengomentari konten yang tidak pantas. Menurut kedua kalangan tersebut TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang memberikan seluruh informasi, pembelajaran, ilmu, dan insight baru karena dari yang peneliti lihat konten yang dijelaskan oleh para informan terlihat lebih banyak positif dibanding negatif.

Masuk kedalam Kepuasan, temuan yang didapat adalah kebanyakan dari dua generasi masuk kedalam dimensi Convenience Utility, dimana hal ini menunjukkan bahwa TikTok berhasil membuat seluruh penggunanya merasa puas dan nyaman dalam memakai media sosial tersebut, karena kemudahannya menggunakan TikTok, karena konten yang dibutuhkan dapat dengan langsung

melalui algoritma atau keseringannya pengguna melihat konten tersebut dan TikTok akan menyesuaikan. Kedua kalangan merasa sangat puas karena hiburan yang didapat dari bermain TikTok ada, seperti filter yang sekarang marak digunakan, video lucu, video berbagi yang membuat 4 informan peneliti mengatakan bahwa merasa senang dan terhibur ketika melihat konten tersebut. Kepuasan selanjutnya walaupun pada 1 informan *Digital Immigrant* tidak selalu menggunakan fitur komen dan direct message, tapi informan tersebut merasa dimudahkan. Sedangkan pada ketiga informan lainnya merasa senang menggunakan fitur komentar, like, dan direct message untuk bertukar pesan, informasi, video, dan lainnya disana.

Para pengguna TikTok juga mengatakan bahwa adanya kelebihan serta kekurangan, dimana kelebihannya dapat memberikan informasi, pengetahuan, dan ilmu baru untuk mereka yang belum mengetahuinya. Untuk kekurangannya, pengguna TikTok merasa lupa waktu ketika sudah bermain TikTok tersebut.

## 5.2 Saran

Setelah peneliti menjabarkan terkait pengelolaan yang dilakukan oleh masing masing informan. Terdapat saran yang dapat dijadikan bahan untuk mengevaluasi terkait motif dan kepuasan penggunaan TikTok, sebagai berikut

### 5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat lebih luas jangkauannya dalam mencari Motif dan Perilaku penggunaan TikTok pada Kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*, tidak hanya pada daerah Jakarta saja, melainkan diluar daerah.
2. Penelitian ini dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya dengan menggunakan penelitian kuantitatif terkait motif dan kepuasan penggunaan TikTok pada kalangan *Digital Native* dan *Digital Immigrant*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dengan adanya kesimpulan terkait motif penggunaan TikTok peneliti menyarankan TikTok dapat terus meningkatkan seluruh fitur dengan baik dan lebih banyak memperkenalkan konten-konten yang menghibur serta memberikan banyak informasi serta pengetahuan bagi para penggunanya, karena dapat dilihat bahwa pengguna mulai mencari TikTok untuk mencari hiburan dan informasi.

