

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian pengolahan dan analisis data, maka peneliti menarik kesimpulan yang diselaraskan dengan tujuan penelitian ini. Ada tiga tujuan penelitian terkait dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram @lampung oleh *followers*, tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, dan hubungan yang terjadi antara penggunaan media sosial Instagram @lampung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Berikut adalah hasil kesimpulannya:

1. Diketahui untuk intensitas penggunaan media sosial Instagram @lampung termasuk dalam kategori sedang, dimana para pengguna memiliki kesadaran batasan atas media yang mereka gunakan baik dari segi seringnya mengakses dan durasi yang dihabiskan. Berdasarkan seringnya mengakses, 59% responden mengakses 1-4 kali dan 41% lainnya lebih dari 4 kali dalam sehari. Sementara dari segi durasi yang dihabiskan berkisar 5-10 menit dalam sehari. Hal ini berkaitan dengan penyajian konten objek wisata yang sebagian besar berbentuk video berdurasi 1 menit dan diunggah minimal 2 unggahan setiap harinya. Sehingga dapat disimpulkan dalam kisaran waktu 5-10 menit, *followers* bisa mengonsumsi lebih dari 2 konten objek wisata per hari untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka mengenai objek wisata yang ada di Lampung.

2. Secara keseluruhan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi *followers* akun Instagram @lampung mengenai objek wisata Lampung sudah sangat terpenuhi dengan baik dilihat dari perolehan nilai dan kategori yang didapat dari tiap sub variabel yang lebih dari 90% dan masuk dalam kategori tinggi. Akan tetapi diantara keempat kebutuhan yang diteliti, kebutuhan integrasi dan interaksi sosial memiliki perolehan jumlah skor yang lebih rendah dibandingkan ketiga sub variabel lainnya. Hal ini dikarenakan salah satu pertanyaan mengenai keikutsertaan *followers* untuk saling berinteraksi antar sesama pengguna di kolom komentar akun Instagram @lampung yang membahas wisata Lampung mendapatkan perolehan jawaban tidak setuju atau sangat tidak setuju sebesar 22%.
3. Terkait hubungan antara penggunaan akun Instagram @lampung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* diketahui mendapatkan perolehan nilai koefisien korelasi sebesar 0,561 yang tergolong cukup kuat. Dilihat dari tingkat signifikansinya, didapati nilai z hitung $> z$ tabel yaitu $5.581 > 1.96$ dengan nilai signifikansi sig.(2-tailed) $0.00 < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang nyata, signifikan dan kuat antara penggunaan akun media sosial Instagram @lampung dengan pemenuhan kebutuhan informasi *followers* mengenai objek wisata Lampung. Namun berdasarkan dari perhitungan nilai koefisien determinasi, diketahui bahwa kontribusi penggunaan akun Instagram @lampung oleh *followers* untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka mengenai objek wisata Lampung sebesar 31% dimana 69% merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Akun Instagram @lampuung merupakan media alternatif yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam mencari informasi seputar daerah Lampung khususnya objek wisata didalamnya. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada pihak Media Lampung Geh untuk dapat meningkatkan kuantiti, serta kualitas konten khususnya mengenai objek wisata di Lampung.
2. Saran untuk pemerintah daerah Lampung agar lebih memperhatikan dan memberikan dukungan kepada media-media alternatif seperti akun Instagram @lampuung yang secara tidak langsung telah turut andil membantu pemerintah dalam mempromosikan pariwisata daerah.
3. Saran untuk masyarakat Lampung dan sekitarnya agar bisa menggunakan akun penyedia informasi lokal seperti akun @lampuung dengan sebaik mungkin dengan memberikan aspirasi, dan partisipasi dalam bentuk berbagi informasi agar ekosistem media-media lokal khususnya di wilayah Lampung terus berkembang.
4. Saran untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya Ilmu Komunikasi Universitas Andalas yang akan melakukan penelitian selanjutnya dengan topik serupa untuk membahas lebih lanjut hingga kepuasan informasi yang diperoleh para pengguna media atau meneliti faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Agar memperkaya wawasan para pembaca atau masyarakat sekitar mengenai kebermanfaatannya dari akun-akun penyedia informasi lokal di media sosial.