

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan data dan pembahasan yang diperoleh, peneliti memberikan kesimpulan yang telah dilakukan ini berdasarkan rumusan masalah yang sebelumnya telah dirumuskan oleh peneliti. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kepuasan penggunaan media sosial pada generasi Z Indonesia dalam pemanfaatan fitur aplikasi Threads.

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti melakukan perbandingan nilai mean GS dan GO dan menghasilkan nilai mean *gratification sought* lebih kecil daripada nilai mean dari *gratification obtained* ($mean\ GS < GO$). Hasil hipotesis yang diterima adalah H1 yang berarti nilai GO lebih besar daripada GS. Maka hipotesis menjelaskan bahwa terdapat kepuasan penggunaan media sosial pada Generasi Z Indonesia dalam pemanfaatan fitur aplikasi Threads.

Terdapat empat indikator mengenai kepuasan pemanfaatan fitur aplikasi Threads yaitu *modality*, *agency*, *interactivity* dan *navigability*. Dari keempat indikator tersebut terdapat indikator yang

memiliki mean kepuasan terendah yaitu indikator *interactivity* dan *navigability*.

Hal tersebut juga menjawab permasalahan yang ditemukan peneliti yaitu faktor penyebab turunnya pengguna Threads adalah karena masih kurang beragamnya fitur terutama pada indikator *interactivity* dan *navigability*. Threads belum memenuhi kebutuhan interaksi penggunaannya melalui *Direct Message (DM)* dan kebutuhan mengeksplor konten Threads melalui fitur *search*. Namun meskipun terdapat beberapa fitur yang belum dipenuhi, Threads tetap dapat memenuhi kepuasan penggunaannya melalui fiturnya yang sudah ada.

Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa pengguna Threads paling banyak adalah Generasi Z berusia 19-21 tahun berjenis kelamin perempuan, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dan paling banyak berdomisili di Jawa Barat.

V.2. Saran

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan peneliti, adapun saran yang dipertimbangkan adalah sebagai berikut.

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori kepuasan baru yaitu teori *Uses and Gratification 2.0* dengan indikator yang baru pula maka belum banyak penelitian yang menggunakan teori ini sebagai dasar penelitian. Penelitian menggunakan teori ini dapat dilanjutkan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan harapan dapat memperkaya dan memperlihatkan sisi lain dari sebuah kepuasan penggunaan media sosial yaitu melalui pemanfaatan fiturnya.

V.2.2. Saran Praktis

Saran yang ingin peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian di atas adalah agar media sosial Threads dapat terus mengembangkan aplikasinya terutama pada fitur-fitur yang memungkinkan penggunanya untuk menelusuri dan mengeksplor konten lebih jauh seperti *search* serta fitur untuk berinteraksi yaitu *conference*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Baran, S. J. (2019). *Introduction to Mass Communication* (10th Edition). New York : McGraw-Hill Education.
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction* (3rd Edition; C. Fuchs, Ed.). Sage Publications Ltd.
- Griffin, Emory. A. (2011). *A First Look at Communication Theory* (8th Edition). New York : McGraw-Hill.
- Hardani, H., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Humaizi, M. A. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan.
- Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital*. Yogyakarta : Buku Litera Yogyakarta .
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (1st Edition). Jakarta : Prenadamedia Group .
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (N. S. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media .
- Nurudin. (2016). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st Edition). Jakarta: Rajawali Pers .
- Putriana, A., Kasoema, R. S., Gandasari, M. D., Retnowuni, A., Aminah, R. S. E. K., Kato, I., ... Sari, I. M. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis . Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/350955421>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st Edition; Sutopo, Ed.). Bandung : Alfabeta .
- Sujarweni, W. V. (2022). *SPSS Untuk Penelitian* . Yogyakarta : Pustaka Baru Press .
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. bookboon.com.
- West, R., & Turner, Lynn. H. (2010). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. (4th Edition). New York : McGraw-Hill.

Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Banyumas : Pena Persada .

Jurnal

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arianti, G. (2017). KEPUASAN REMAJA TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTRAGRAM DAN PATH. *WACANA*, 16(2), 180–192.
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNJ ANGGARAN 2019 DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal Common* , 5(1). <https://doi.org/10.34010/common>
- Mayolaika, S., Effendy, V. V., Delvin, C., & Hanif, M. A. (2021). PENGARUH KEBEBASAN BERPENDAPAT DI SOSIAL MEDIA TERHADAP PERUBAHAN ETIKA DAN NORMA REMAJA INDONESIA. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 826–836.
- Nurdianto, F. (2021). PENGARUH INTENSITAS DAN PEMANFAATAN INTERNET TERHADAP AKHLAK BERMASYARAKAT. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 120–128.
- Retnaningtyas, T. A., Padmaningrum, D., & Permatasari, P. (2021). Kesenjangan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Whatsapp oleh Penyuluh Pertanian di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(1), 16–32. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i1.158>
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses And Gratification). *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/29/092500765/update-virus-corona-di-dunia-29-maret--662.073-kasus-di-200->
- Saputra, A. (2019). SURVEI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA KOTA PADANG MENGGUNAKAN TEORI USES AND GRATIFICATIONS. *BACA: JURNAL*

DOKUMENTASI DAN INFORMASI, 40(2), 207.

<https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>

- Sari, N. A., Bukhari, Usman, & Kurniati Hamzah, P. (2019). Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram di Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2014-2017. *Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* , 10(2), 74–78. Retrieved from <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47–60.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). MOTIF DAN POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIMED. *Jurnal Interaksi* , 2(1), 61–84.
- Wang, R., Yang, F., Zheng, S., & Sundar, S. S. (2016). Why Do We Pin? New Gratifications Explain Unique Activities in Pinterest. *Social Media and Society*, 2(3), 1–9. <https://doi.org/10.1177/2056305116662173>
- Willianti, C., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). *Jurnal Prologia* , 3(1), 47–53. Retrieved from <https://tekno.kompas.com>
- Yaqi, Z., Lee, J.-Y., & Liu, S. (2021). Research on the Uses and Gratifications of Tiktok (Douyin short video). *International Journal of Contents*, 17(1). <https://doi.org/10.5392/IJoC.2021.17.1.037>
- Yuniati, U., & Euis Evi Puspitasari, D. (2019). MOTIF PENDENGAR RADIO DI ERA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI (STUDI KEPUASAN PENGGUNAAN MEDIA PADA GENERASI Z DI BANDUNG). *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIKA)*, 6(2). Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>

Internet

- Carr, D. F. (2023). Threads Usage Drops By Half From Initial Surge. Retrieved September 11, 2023, from similarweb website:
<https://www.similarweb.com/blog/insights/social-media-news/threads-week/>
- CNN Indonesia. (2023). Masa Bulan Madu Usai, Angka Pengguna Threads Anjlok Separuhnya. Retrieved September 11, 2023, from cnnindonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230718122200-185-974801/masa-bulan-madu-usai-angka-pengguna-threads-anjlok-separuhnya>
- Handayani, A. (2022, October). Apa itu Algoritma Media Sosial? Retrieved December 3, 2023, from Diskominfo Kota Bogor website:
<https://kominfo.kotabogor.go.id/index.php/post/single/820>
- Hasya, R. (2023a). Melihat Rerata “Screen Time” Gen Z Indonesia dalam Bermedsos, Berapa Lama dalam Sehari? Retrieved September 11, 2023, from Goodstats website: <https://goodstats.id/article/melihat-rerata-screen-time-gen-z-indonesia-dalam-bermedsos-berapa-lama-dalam-sehari-f3kLL>
- Hasya, R. (2023b, February). Konten Video Jadi Tipe Konten Favorit Gen Z Indonesia dalam Menikmati Media Sosial. Retrieved December 6, 2023, from <https://goodstats.id/article/konten-video-jadi-tipe-konten-favorit-gen-z-indonesia-dalam-menikmati-media-sosial-bgl9m>
- Hidayat, M. (2023). Pengguna Threads Terus Menurun, Ini Penyebabnya. Retrieved September 11, 2023, from Liputan 6 website:
<https://www.liputan6.com/tekno/read/5386873/pengguna-threads-terus-menurun-ini-penyebabnya?page=3>
- Kemp, S. (2023, February 9). Digital 2023: Indonesia . Retrieved February 19, 2023, from Data Reportal website: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Lidwina, A. (2021). Ragam Alasan Orang Menggunakan Media Sosial. Retrieved December 7, 2023, from databoks.katadata.co.id website:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/19/ragam-alasan-orang-menggunakan-media-sosial>
- Mahmudan, A. (2022, June 30). Survey: Kian Muda Generasi, Penetrasi Internet Makin Tinggi . Retrieved March 1, 2023, from Data Indonesia website:
<https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-kian-muda-generasi-penetrasi-internet-makin-tinggi>
- Mardiana, A. (2023). 6 Fitur Threads Instagram dan Cara Mudah Mendaftar Akunnya. Retrieved September 24, 2023, from Katadata.co.id website:
<https://katadata.co.id/agung/lifestyle/64ae680362974/6-fitur-threads-instagram-dan-cara-mudah-mendaftar-akunnya>

- MTS. (2023, July). Marketing via the Threads App: What Brands Need to Know. Retrieved October 10, 2023, from <https://martechseries.com/mts-insights/staff-writers/marketing-via-the-threads-app-what-brands-need-to-know/#:~:text=Understanding%20the%20Threads%20App%20and%20Its%20Target%20Audience&text=Its%20target%20market%20is%20mostly,clos e%20friendships%20and%20real%20communication.>
- Pradana, R. S. (2021, August 4). Ini Tiga Aplikasi Media Sosial Favorit Gen Z. Retrieved March 7, 2023, from Teknologi Bisnis website: <https://teknologi.bisnis.com/read/20210804/101/1425706/ini-tiga-aplikasi-media-sosial-favorit-gen-z>
- Riyanto, G. P., & Nistanto, R. K. (2023). 3 Fitur Baru Threads, Salah satunya Bisa Share ke DM Instagram.
- Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2023). Threads Instagram Dapat Update Besar Pertama, Ada Fitur Subscribe Akun. Retrieved September 11, 2023, from Tekno Kompas website: <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/20/09010037/threads-instagram-dapat-update-besar-pertama-ada-fitur-subscribe-akun>
- Sidauruk, E. D. M. (2017). Meski 'Digital Native', Gen Z Sangat Mementingkan Privasi di Media Sosial. Retrieved December 7, 2023, from <https://intisari.grid.id/read/0389640/meski-digital-native-gen-z-sangat-mementingkan-privasi-di-media-sosial->
- Widi, S. (2022, August 16). Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya . Retrieved March 8, 2023, from Data Indonesia website: <https://dataindonesia.id/varia/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>