BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan, serta hasil pembahasan penelitian mengenai motif dan tingkat kepuasan pengikut dalam mengonsumsi konten *sustainable fashion* di akun TikTok @dosen_fashyun, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Motif yang melatarbelakangi pengikut dalam mengonsumsi konten *sustainable fashion* di akun TikTok @dosen_fashyun adalah ***Convenience utility, social interaction***, ***surveillance/knowledge about other***, ***pass time, information sharing, communicatory utility, expression of opinions, relaxation, information seeking, entertainment.*** Motif dengan rata-rata dimensi tertinggi adalah motif ***Convenience utility*** (3,315). Sementara itu, motif dengan rata-rata dimensi terendah adalah motif ***Entertainment*** (3,105).
2. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengikut setelah mengonsumsi konten *sustainable fashion* di akun TikTok @dosen_fashyun adalah ***Surveillance/knowledge about other***, ***social interaction, information seeking***, ***communicatory utility***, ***convenience utility***, ***entertainment***, ***pass time***, ***information sharing, relaxation***, ***expression of opinions***. Tingkat kepuasan pengikut dengan rata-rata dimensi tertinggi adalah ***Surveillance/knowledge about other*** (3,435). Sementara itu, tingkat kepuasan pengikut dengan rata-rata dimensi terendah adalah ***Expression of opinions*** (3,24).
3. Pengikut akun TikTok @dosen_fashyun merasa puas dalam mengonsumsi konten *sustainable fashion* di akun TikTok @dosen_fashyun. Kepuasan ini terlihat dari hasil **perbandingan nilai rata-rata dimensi per variabel** di mana, sepuluh dimensi yang diukur menunjukkan nilai GS lebih kecil daripada GO (GS < GO), dengan ***information seeking*** implikasi terbesar terhadap kepuasan. Untuk hasil akhir, **perbandingan rata-rata antar variabel** menunjukkan bahwa nilai GS (3,224) lebih kecil daripada GO (3,318) atau (GS < GO), ini artinya terjadi kesenjangan karena kepuasan

yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kepuasan yang diinginkan. Hal ini juga di dukung dengan nilai *Asymp. Sig* <.001 lebih kecil dari signifikansi 0,05 yang artinya terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan antara kedua variabel.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kajian penelitian, peneliti bermaksud memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kreator konten maupun peneliti selanjutnya, antara lain sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

@dosen_fashyun sebagai kreator konten disarankan untuk terus menjaga gaya komunikasi yang konsisten, menyajikan informasi yang kredibel, serta mengikuti tren terkini karena konten yang menggabungkan unsur edukasi dengan tren terkini terbukti dapat memberikan kepuasan tinggi. Bagi kreator konten lainnya, sangat penting untuk memahami apa yang audiens butuhkan di media sosial. Ketika konten dibuat untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka besar kemungkinan akan mendapatkan *engagement* yang tinggi pula.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode campuran untuk menggali lebih komprehensif mengenai bagaimana pengalaman subjektif pengikut terbentuk saat mengonsumsi konten edukatif di media sosial. Hal ini memerlukan pengembangan variabel baru atau adopsi pendekatan kualitatif untuk mengungkap motif tersembunyi yang tidak terdeteksi oleh kuesioner terstruktur. Sebagai perluasan, studi serupa dapat dilaksanakan pada platform media sosial berbeda, seperti Instagram atau YouTube, guna membandingkan tingkat kepuasan pengguna di berbagai platform.