

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang motif dan kepuasan pengguna instagram pada mahasiswa UMS dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat motif mahasiswa UMS penggunaan media sosial instagram
 - a. Motif informasi mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,14.
 - b. Motif identitas pribadi mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 2,81.
 - c. Motif integrasi dan interaksi sosial mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,05.
 - d. Motif hiburan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,07.

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat motif mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram adalah termasuk kategori tinggi dengan motif informasi sebagai motif yang paling tinggi.

2. Tingkat kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram
 - a. Kepuasan informasi mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,00.

- b. Kepuasan identitas pribadi mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 2,69.
- c. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 2,98.
- d. Kepuasan hiburan mahasiswa UMS penggunaan media sosial instagram termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,30.

Berdasarkan hasil secara keseluruhan dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram adalah termasuk kategori tinggi dengan kepuasan hiburan sebagai faktor yang paling tinggi.

- 3. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial instagram
 - a. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 19%.
 - b. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 16%.
 - c. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek integrasi dan

interaksi sosial termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai kesenjangan sebesar 16%.

- d. Tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori rendah dengan nilai kesenjangan sebesar 22%.

Hasil secara keseluruhan menunjukkan bahwa tingkat kesenjangan mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram termasuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara motif dan kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa UMS penggunaan media sosial Instagram.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa hendaknya mampu memilih media sosial yang memberikan banyak manfaat bagi dirinya sebagai mahasiswa, yaitu media sosial yang mampu menyuguhkan informasi yang dapat meningkatkan prestasi belajar mahasiswa dan mengembangkan minat dan bakat mahasiswa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pijakan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan menambahkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna media sosial, sehingga diketahui faktor apakah yang paling dominan berhubungan dengan kepuasan penggunaan media oleh masyarakat.