

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan beberapa poin utama terkait pengaruh terpaan dan kredibilitas konten TikTok @InfoBMKG terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut mengenai gempa megathrust:

1. Terpaan konten TikTok @InfoBMKG secara positif dan signifikan memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi pengikut mengenai gempa megathrust. Di antara dimensi terpaan (frekuensi, durasi, dan atensi), dimensi atensi memiliki pengaruh paling dominan. Hal ini secara jelas menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dan perhatian penuh pengikut saat menyimak konten lebih menentukan pemenuhan kebutuhan informasi, daripada sekadar seberapa sering atau berapa lama mereka mengakses informasi tersebut. Temuan ini secara kuat mendukung asumsi Teori *Uses and Gratification* bahwa khalayak adalah pengguna media yang aktif dan berorientasi pada tujuan, dengan inisiatif untuk mencari gratifikasi spesifik, dalam hal ini pemahaman akan isu kebencanaan.
2. Kredibilitas konten TikTok @InfoBMKG juga secara positif dan signifikan memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi pengikut. Ketiga dimensi kredibilitas yaitu, keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*attractiveness*) berkontribusi terhadap persepsi pengikut, dengan dimensi keahlian menunjukkan kekuatan pengaruh terbesar. Ini mengindikasikan bahwa kompetensi dan otoritas sumber informasi menjadi fondasi utama dalam membentuk kepercayaan pengikut, terutama untuk informasi krusial seperti gempa megathrust, sejalan dengan konsep *surveillance* dalam Teori *Uses and Gratification*.
3. Terpaan dan kredibilitas konten TikTok @InfoBMKG secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikut mengenai gempa megathrust. Secara parsial, kredibilitas konten memiliki pengaruh yang sedikit lebih dominan dibandingkan terpaan konten. Hasil ini menekankan pentingnya sinergi antara kuantitas (terpaan) dan kualitas (kredibilitas) informasi, dengan penekanan pada aspek kepercayaan dan

keahlian sumber. Ini menegaskan kembali relevansi Teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa khalayak secara selektif memilih media yang dianggap paling mampu dan terpercaya untuk memenuhi kebutuhan mereka, khususnya dalam konteks komunikasi risiko dan mitigasi bencana.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat:

1. Penelitian ini hanya membatasi ruang lingkup pada akun TikTok @InfoBMKG dan secara khusus membahas informasi gempa megathrust. Oleh karena itu, hasil temuan belum tentu dapat digeneralisasi secara langsung ke platform media sosial lain (misalnya Instagram, X/Twitter, YouTube) atau ke jenis informasi kebencanaan lainnya yang mungkin memiliki dinamika komunikasi dan karakteristik audiens yang berbeda.
2. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, penelitian ini berhasil mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara variabel. Namun, desain ini tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausalitas (sebab-akibat) secara definitif. Ada kemungkinan faktor-faktor lain di luar variabel terpaan dan kredibilitas yang turut memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi.
3. Adanya kendala teknis dalam pengumpulan data, seperti responden yang tidak merespons atau tidak aktif, dan adanya data *outlier* (responden yang mengisi kuesioner tanpa mencerminkan keterpaparan konten, seperti menjawab ekstrem rendah) yang memicu masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Peneliti telah mengatasinya dengan menggunakan metode *Weighted Least Square* (WLS) untuk memastikan akurasi analisis, namun ini tetap menjadi indikator kompleksitas data persepsi.

C. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dan temuan spesifik penelitian ini, serta mempertimbangkan keterbatasan yang ada, berikut adalah beberapa rekomendasi yang diajukan.

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model teoritis yang lebih kompleks. Penting untuk menggali bagaimana faktor psikologis seperti literasi media atau *self-efficacy* memoderasi hubungan yang

ditemukan, memperkaya pemahaman Teori Uses and Gratification dengan perspektif teori lain.

- b. Untuk meningkatkan generalisasi hasil, penelitian di masa depan sebaiknya memperluas cakupan studi. Lakukan penelitian serupa pada *platform* media sosial atau topik kebencanaan berbeda untuk melihat konsistensi temuan tentang atensi dan keahlian sumber.
- c. Demi pemahaman yang lebih mendalam, peneliti selanjutnya sangat dianjurkan menggunakan metode campuran (*mixed methods*). Pendekatan kualitatif dapat menggali secara rinci bagaimana dan mengapa atensi serta keahlian sumber menjadi penting, yang tidak terungkap dari data kuantitatif semata.
- d. Peneliti selanjutnya juga dapat fokus pada optimalisasi pengambilan sampel dalam penelitian media sosial. Eksplorasi metode pengambilan sampel yang lebih inovatif atau kolaborasi dengan *platform* media sosial dapat membantu mendapatkan data yang lebih representatif dan mengurangi *non-response bias*.

2. Bagi Humas BMKG selaku Pengelola Akun TikTok @InfoBMKG

- a. Prioritaskan penguatan kredibilitas konten, khususnya aspek keahlian. @InfoBMKG harus secara konsisten menyajikan informasi yang akurat, terverifikasi, dan berasal dari sumber yang jelas keahliannya. Hal ini dapat diwujudkan dengan secara eksplisit menyebutkan kualifikasi narasumber atau referensi data yang valid.
- b. Optimalkan strategi terpaan dengan penekanan pada atensi pengikut. @InfoBMKG perlu terus berinovasi dalam format visual dan narasi konten TikTok agar lebih menarik dan mampu mempertahankan perhatian pengikut. Penggunaan visualisasi data yang kreatif, narasi singkat, serta *call-to-action* yang jelas dapat meningkatkan atensi.
- c. Sinergikan kuantitas terpaan dengan kualitas dan kredibilitas informasi untuk pemenuhan kebutuhan optimal. Tidak hanya berfokus pada seberapa sering konten diunggah, tetapi juga memastikan setiap konten berkualitas tinggi, akurat, dan dapat dipercaya. Kombinasi ini akan memaksimalkan kemampuan @InfoBMKG dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikut dan mendukung komunikasi risiko bencana