

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosial Media *online dating* memiliki fenomena populer dimana memiliki strategi yang cukup unik yaitu untuk menemukan teman maupun pasangan di dalam media sosial.
2. Model yang digunakan oleh penulis adalah variabel independen seperti *Goal*, *Concerns of use*, dan variabel dependen sebagai *Information seeking behavior*.
3. Hasil data yang dikumpulkan oleh penulis melalui kuesioner yang disebarluaskan secara *online* dengan menggunakan *google form*. Data tersebut disebarluaskan ke mahasiswa UIB yang ber-angkatan 2016, angkatan 2017, angkatan 2018, dan angkatan 2019.
4. Hipotesis dalam penelitian terdapat 4 yang berhubungan antara variabel independen dan dependen, seperti *Goal* dapat mempengaruhi *Information seeking behavior* pada kalangan yang menggunakan aplikasi *online dating* (tidak dapat diterima), *Concerns of use* dapat mempengaruhi *Information seeking behavior* pada kalangan yang menggunakan aplikasi *online dating* (dapat diterima), *Goal* tidak dapat mempengaruhi *Information seeking behavior* pada kalangan yang menggunakan aplikasi *Online Dating* (tidak dapat ditolak), *Concerns of use* tidak dapat mempengaruhi *Information seeking behavior* pada kalangan yang menggunakan aplikasi *Online Dating* (tidak dapat diterima).
5. Dari hasil independen *Goal*, *Concerns of use*, *Desire for uncertainty* dan dependen *Information seeking behavior*, variabel *Goal* lebih mempengaruhi *Information seeking behavior* karena hasil tersebut menunjukkan bahwa pengguna aplikasi *online dating* memiliki tujuan yang ketidakpastian terhadap tujuan tersebut. Dan *Concerns of use* memiliki keprihatian yang ketidakpastian terhadap pengguna tetapi yang diinginkan pengguna memiliki tujuan yang jelas saat menggunakan aplikasi *online dating*.

5.2 Saran

Saran yang dapat digunakan dari penelitian ini untuk ke depannya antara lain sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan bisa memperluas lagi dibidang penelitian yang berpengaruh dengan *Information seeking behavior*.
2. Untuk penelitian selanjutnya bisa menguji dengan skala usia yang lebih jauh dan tidak hanya pada remaja.
3. Jumlah responden dalam penelitian bisa ditambahkan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.