

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan yang sudah dibahas dan dijabarkan terkait penelitian penulis mengenai eksistensi platform YouTube sebagai media komunikasi persuasif dalam membentuk konsep diri dalam skripsi ini, penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Kelompok klasifikasi motif para *subscriber* dalam memilih tayangan pada *channel* YouTube Sherly Annavita Rahmi yang dianalisis menggunakan Teori *uses and gratification* yaitu terdapat 4 (empat) motif, diantaranya:
  - a. *Passing time*, dalam motif ini narasumber berusaha mengisi waktu luangnya dengan menonton channel YouTube Sherly dengan fokus pada *content self development* yang mampu membuat ia sadar, bahwa membentuk konsep diri itu penting, mulai dari kemampuan mengatur waktu dan mengerjakan hal positif agar produktif. Sedangkan dari penjelasan narasumber lain, saat ini ia menonton *channel* YouTube Sherly hanya di waktu luangnya saja. Dari pemanfaatan waktu luang tersebut, ia lebih merasa menjadi pribadi yang mampu memanfaatkan waktu untuk hal-hal positif dan merasa optimis dalam melakukan suatu hal.
  - b. *Relaxation*, dalam motif ini yang narasumber rasakan setelah menonton tayangan pada *channel* YouTube Sherly adalah ia merasakan lebih tenang dan mampu membantunya untuk lebih berpikir secara jernih.

- c. *Excitement*, dalam motif ini menjelaskan bahwa video motivasi pada *channel* YouTube Sherly Annavita Rahmi dapat membantu bahagiannya mereka untuk memunculkan kembali rasa semangat dalam diri. Kini, narasumber termotivasi untuk selalu meningkatkan kualitas dirinya, sedangkan narasumber lain pun merasa termotivasi dengan kembalinya rasa semangat pada dirinya dan ia bisa lebih mengafirmasikan hal-hal positif pada dirinya hingga berkurangnya rasa *insecure*.
- d. *Information*, motif ini muncul dari eksistensi *channel* YouTube Sherly Annavita Rahmi yang dapat membantu *subscriber*-nya untuk mendapatkan informasi seputar tips yang dapat mengatasi permasalahan mengenai konsep diri yang sedang mereka alami. Berdasarkan pengamatan peneliti tentang motif penggunaan YouTube sebagai media informasi, YouTube merupakan cara yang efektif dan efisien untuk sarana mendapatkan informasi di era digitalisasi ini. Dengan adanya penyampaian informasi yang dilakukan melalui platform ini, membuat masyarakat lebih mudah untuk mengakses informasi terbaru. Selain hal tersebut, makin meluasnya *channel* Sherly Annavita Rahmi dalam kalangan generasi milenial, membuat para *subscriber*-nya mendapatkan wadah baru untuk lebih mengenal diri sendiri, agar tau potensi apa yang dimiliki dan siap untuk memasang strategi untuk mengembangkan potensi tersebut agar dapat bermanfaat untuk diri sendiri dan orang disekitar.

2. Eksistensi platform YouTube sebagai media komunikasi persuasif dalam membentuk konsep diri dalam *channel* YouTube Sherly Annavita Rahmi ini dapat dilihat dari kepuasan yang dicari oleh para *subscriber*, yaitu terpenuhinya kebutuhan informasi yang ingin mereka dapatkan. Kepuasan yang dicari oleh para *subscriber* dalam *channel* YouTube Sherly Annavita Rahmi ini termasuk dalam *gratification sought*. Dari pernyataan narasumber yang sudah dijelaskan dalam skripsi ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Sherly sangat mempengaruhi para *subscriber*-nya, mulai dari mempengaruhi pola pikir hingga pada usaha untuk menyesuaikan perilaku yang komunikator sampaikan. Kepuasan yang didapat oleh *subscriber* dari data wawancara, menjadi bukti bahwa platform YouTube *channel* Sherly Annavita Rahmi dapat dijadikan sebagai media komunikasi persuasif dalam membentuk konsep diri bagi para *subscriber*-nya. Kepuasan yang didapat oleh para *subscriber* ini termasuk *gratification obtained*. Berdasarkan perbandingan antara *gratification sought (GS)* dan *gratification obtained (GO)* maka dapat disimpulkan bahwa para *subscriber* telah merasa puas, mendapatkan kepuasan dalam eksistensi platform YouTube *channel* Sherly Annavita Rahmi sebagai media komunikasi persuasif dalam membentuk konsep diri. Hal ini bisa dilihat dari kesesuaian antara *gratification sought (GS)* dan *gratification obtained (GO)*.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Eksistensi Platform YouTube Sebagai Media Komunikasi Persuasif Dalam Membentuk Konsep Diri yang telah dipaparkan, peneliti bermaksud untuk memberikan saran-saran yang bisa dijadikan sebagai acuan untuk para generasi milenial maupun akademis selanjutnya, saran tersebut diantaranya:

1. Peneliti berharap, bagi peneliti berikutnya agar lebih peka dan kritis mengenai *problematic* yang terjadi pada generasi milenial serta mampu menganalisis masalah yang sedang terjadi dan mampu menjadi jembatan penyelamat untuk remaja yang sedang hilang arah. Jika kalian menganalisis hubungan antara khalayak dan media, teori *uses&gratification* ini sangat membantu dalam penelitian kalian nanti, kalian akan tahu apa yang sedang dicari (motif) dan yang akan diterima (kepuasan) oleh objek penelitian kalian.
2. Bagi pengguna media sosial, bijaklah dalam penggunaan media sosial. Pilih dan pilihlah *content* yang baik untuk kalian konsumsi, karena apa yang kalian lihat dan dengar akan membentuk karakter pada diri kalian. Jadikan era digitalisasi ini menjadi tangga penghubung untuk terus meng-*upgrade* ilmu dan skill kalian supaya menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
3. Peneliti berharap studi ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan serta referensi bagi mahasiswa yang hendak melakukan penelitian dengan topik dan masalah yang serupa.