

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh melalui pembagian kuesioner, motif *followers* Explore Surabaya dalam mengakses akun instagram @exploresurabaya adalah motif *information seeking* (pencarian informasi). Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa *followers* akun instagram @exploresurabaya mempunyai keinginan dan kebutuhan yang mendorong mereka untuk mencari informasi khusus terkait tempat menarik yang ternyata selama ini ada di Surabaya dengan mengakses akun @exploresurabaya sebagai media komunikasi.

Pada penelitian ini, motif kedua setelah *information seeking* adalah motif *convenience utility* (perangkat yang menyenangkan), lalu yang ketiga ada motif *entertainment* (hiburan), keempat ada motif *relaxation* (relaksasi), kelima ada motif *information sharing* (berbagi informasi), selanjutnya yang keenam ada motif *knowledge about others* (keingintahuan tentang orang lain), ketujuh ada motif *social interaction* (interaksi sosial), kedelapan ada motif *communicatory utility* (perangkat untuk berkomunikasi), kesembilan ada motif *expression of opinions* (mengekspresikan pendapat), dan yang terakhir merupakan motif terendah adalah motif *pass time* (mengisi waktu). Namun jika dilihat dari 10 motif tersebut, hasil perhitungan rata-rata motif yang dimiliki oleh *followers* dalam mengakses akun @exploresurabaya tidak jauh berbeda.

Pada deskripsi identitas responden, temuan yang menarik adalah pada akumulasi berapa lama *followers* telah mengikuti akun instagram @exploresurabaya, karena justru banyak followers yang mengikuti akun instagram @exploresurabaya kurang dari 4 bulan. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa akun instagram @exploresurabaya merupakan salah satu akun sosial media yang mudah diakses dan cepat, baik dalam memberikan informasi maupun dalam berinteraksi.

Pada hasil perhitungan tabulasi silang, temuan yang menarik adalah pada kategori usia dan pekerjaan, karena responden sebagai mahasiswa dengan usia 18-24 tahun justru memiliki motif *information seeking* yang tinggi dibandingkan dengan responden yang berstatus sebagai pelajar dan berusia 13-17 tahun.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini, peneliti hanya terbatas sampai pada mengetahui motif *followers*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menganalisis sampai pada kepuasan dari *followers* akun instagram @exploresurabaya. Penelitian ini dibuat dengan segala kekurangan dan keterbatasannya, kemungkinan bahwa tidak semua motif dari responden dapat digambarkan dalam seluruh indikator dan pernyataan yang telah ditulis oleh peneliti dalam kuesioner. Penelitian ini juga diharapkan kedepannya dapat disempurnakan dengan menggunakan metode yang lainnya.

V.2.2 Saran Praktis

Terdapat tiga motif tertinggi yang mendorong responden untuk mengakses akun Instagram @exploresurabaya. Motif tersebut adalah *information seeking*, *convenience utility*, dan *entertainment*. Dengan adanya ketiga motif tertinggi tersebut peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu tinjauan dan evaluasi bagi pihak Explore Surabaya agar dapat terus menjadi media komunikasi online yang baik dan efektif bagi khalayak maupun pihak Explore Surabaya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marliani, Rosleny. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Pustaka Setia.
- McQuail. (1987). *Teori Komunikasi Massa ed. 2*, Jakarta. Erlangga.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penulis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill.

Jurnal :

- Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII). 2016. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Whitting, Anitta & William, David. 2013. *Why People Use Social Media: A Uses and Gratification Approach*. Emerald Group Publishing Limited

Web:

Akun Instagram Explore Surabaya. Diakses pada tanggal 4 Desember 2017 dari <http://www.instagram.com/exploresurabaya/>

Data pengguna internet. Diakses pada tanggal 10 April 2017 dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>

Data pengguna internet di Indonesia. Diakses pada tanggal 10 April 2017 dari <https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social>.

Data tentang Instagram tembus 500 juta pengguna. Diakses pada tanggal 19 April 2017 dari <https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-3239352/pengguna-instagram-tembus-500-juta>.

Data meningkatnya pengguna Instagram. Diakses pada tanggal 20 April 2017 dari <https://infokomputer.grid.id/2017/04/berita/berita-reguler/instagram-kini-punya-700-juta-pengguna-aktif-setiap-bulan/>

Data Statistik Pengguna Instagram. Diakses pada tanggal 10 Mei 2018 dari <https://pewinternet.org>

Data pengguna Instagram yang mengakses setiap hari. Diakses pada tanggal 10 Mei 2018 dari <https://m.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia&hl=id-ID>

Logo Instagram. Diakses pada tanggal 18 April 2017 dari <https://instagram.com/2016/05/11/instagram-new-logo-051116/>

Pernyataan tentang data oleh APJII. Diakses pada tanggal 18 April 2017 dari

https://nasional.kompas.com/read/2017/04/18/13294431/pengguna_medsos.tinggi.

Pernyataan Lembaga riset internasional Taylor Nelson Sofres Indonesia.

Diakses pada tanggal 10 Mei 2018 dari

<https://nasional.tempo.co/amp/736014/pengguna-instagram-di-indonesia-anak-muda-mapan-terpelajar>