

## BAB V

### PENUTUP

#### V.I. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai motif remaja surabaya dalam mengakses akun Instagram @Indozone.id dapat disimpulkan bahwa, motif remaja Surabaya yang mengakses akun Instagram @eventsurabaya adalah motif *information seeking* atau motif dalam mencari informasi.

Motif yang paling tinggi dalam jawaban responden yang mengakses akun Instagram @Indozone.id ialah pada motif *information seeking*. Oleh karena itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa remaja Surabaya yang mengakses akun Instagram @Indozone.id memiliki keinginan yang mendorong mereka untuk mencari informasi-informasi seputar berita-berita terbaru dan info terkini baik yang ada di Surabaya dan sekitarnya dengan mengakses akun @Indozone.id sebagai media komunikasi. Selain itu, dari urutan tertinggi hingga terendah motif lainnya adalah (2) motif *pass time*, (3) motif *relaxation*, (4) motif *entertainment*, (5) motif *convenience utility*, (6) motif *communicatory utility*, (7) motif *knowledge about others*, (8) motif *social interaction*, dan (9) motif *information sharing*, dan (10) motif *expfression of opinion*.

Kesimpulan dari peneliti mengenai identitas responden pada penelitian ini yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan,. Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin yang dominan ialah jenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang dan dari segi usia sekitar 20-24 tahun sebanyak 63%. Dari indikator pekerjaan, pelajar/ mahasiswa menjadi dominan..

## **V.2. Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian dan pengamatan, maka saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan hasil dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

### **V.2.1. Saran Akademik**

Saran akademik dari penelitian ini untuk bagi penelitian selanjutnya agar dapat meneliti lebih lanjut mengenai @Indozone.id dengan objek yang berbeda, sehingga dapat ditemukan perbedaan dan variasi penelitian dengan hasil yang didapat lebih menarik. Penelitian ini dibuat dengan segala kekurangan dan keterbatasannya, bahwa tidak semua motif dari jawaban responden dapat digambarkan dan dituliskan oleh peneliti kedalam seluruh indikator dan pernyataan yang telah ditulis oleh peneliti dalam kuesioner. Peneliti mengharapkan bahwa kedepannya Penelitian ini dapat disempurnakan dengan menggunakan metode yang lainnya.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Dari 10 indikator motif yang ada terdapat tiga indikator yang menjadi motif tertinggi yang menarik responden remaja Surabaya untuk mengakses akun Instagram @Indozone.id. Indikator tersebut adalah *information seeking* (pencarian informasi), *pass time* (mengisi waktu luang), dan *relaxation* (relaksasi). Dengan ketiga indikator motif tertinggi tersebut peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dan evaluasi bagi pihak @Indozone.id agar dapat menjadi media komunikasi online yang baik dan efektif bagi khalayak maupun pihak @Indozone.id sendiri.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bungin, Burhan. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Jalaludin Rakhmad. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Jalaludin Rakhmad. (1984). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Morissan. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2010. *Pengantar Komunikasi massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Rumini, Sri dan Sri Sundari. 2013 *Perkembangan Anak Dan Remaja*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

**Jurnal:**

Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII). 2017. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Humas kementerian perdagangan RI. 2014. *Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, Kementri Perdagangan RI

Ruggiero, Thomas E. 2000. *Uses and Gratifications Theory in the 21 Century*. Journalism Mass Communication & Society: University of Texas.

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

Juliandi, Azuar. (2008). *Uji reliabilitas instrumen penelitian dengan Cronbach Alpha : Manual*. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1067928> DOI: 10.5281/zenodo.1067928

**Internet:**

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/http://www.detik.com/inet/cyber-life/d-3239352/pengguna-instagram-tembus-500-juta/>

<http://www.indozone.id/about-us>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>

<https://digitalmarketingcommunity.com/indicators/36298/>