

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Dari hasil kuesioner yang telah peneliti sebarakan sebanyak 100 responden, disimpulkan bahwa motif *social interaction* mempunyai nilai tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Sedangkan motif terendah dimiliki oleh indikator motif *relaxation* atau relaksasi. Motif *social interaction* paling banyak dipilih karena *follower* dapat memanfaatkan *autobase @collegemenfess* untuk menanyakan tentang hal-hal seputar perkuliahan, dapat memanfaatkan *autobase @collegemenfess* untuk membuat topik diskusi, serta juga dapat saling bertukar tanggapan lewat kolom komentar di setiap *tweet* yang diposting oleh *@collegemenfess*. Motif terendah yaitu motif *relaxation* karena *follower* cenderung tidak mengakses *@collegemenfess* untuk mengurangi stress dari kegiatan sehari-hari dengan melihat *tweet-tweet* yang ada pada akun *@collegemenfess* serta *follower* juga cenderung tidak mengakses *@collegemenfess* untuk mengisi waktu luang dan bersantai sambil membaca *tweet-tweet* yang ada pada akun *@collegemenfess*.

Hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) dapat dilihat dari identitas responden berdasarkan usia dan jenis kelamin dalam motif *social interaction*. Dalam hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) usia responden didapatkan cenderung tinggi yaitu pada umur 24-27 tahun. Dalam hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) jenis kelamin laki-laki cenderung juga yang tertinggi. Sedangkan dalam hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) yang dikaitkan dengan motif terendah yaitu motif *relaxation* didapatkan hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) usia paling tinggi pada usia 24-27 tahun,

dan hasil analisis tabulasi silang (*crosstabs*) jenis kelamin sama juga di dominasi oleh laki-laki. Secara keseluruhan maka dapat disimpulkan motif *followers* dalam mengakses @collegemenfess di media sosial Twitter cenderung diakses oleh laki-laki yang berada di usia 24-27 tahun dengan motif *social interaction* yang tertinggi dan motif *relaxation* yang terendah.

V.2. Saran

V.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, peneliti hanya dapat membahas sampai motif yang dimiliki oleh responden. Harapan untuk penelitian selanjutnya, peneliti dapat menganalisis hingga sampai tahap kepuasan. Selain itu, peneliti juga berharap akan adanya penelitian baru yang bertemakan tentang kemajuan teknologi sosial media sehingga penelitian akan lebih banyak tereksplor.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap *followers* @collegemenfess selalu paham akan peraturan yang telah ditetapkan oleh admin sehingga pengguna Twitter yang lain juga nyaman untuk sama-sama mengakses @collegemenfess. Hal seperti ini perlu diperhatikan agar jangan sampai *autobase* yang informatif seperti @collegemenfess ini terancam tidak ada karena ulah beberapa *followers* yang masih sering melanggar peraturan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Junaedi, Fajar. (2007). *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Santusta.
- Kriyantono, Rakhmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Lipschultz, Jeremy Harris. (2015). *Social Media Communication Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. New York: Routledge
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa ed. 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miller, Vincent. (2013). *Understanding Digital Culture*. California: Sage Publications.
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rivers, Jensen, dkk. (2004). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Suryanto. (2018). *Kapita Selekta Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- West, Richard, dkk. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *Digimarketing the essential guide to new media & digital marketing*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia)

Jurnal:

- Anggreini, Nike Meilinda. (2016). “Pemanfaatan Media Sosial Twitter di Kalangan Pelajar SMK Negeri 5 Samarinda”. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*. 4 (2). 240.
- Burhanuddin. (2015). “Pengaruh Media Sosial Twitter @LOWKERPKU Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers”. *Jom FISIP*. 2 (2). 2-3.
- Dewi, Rosanti Utami S.Y & Nurjaman, Zam Zam. (2017). “Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Pada Restoran Ranjang 69”. *Jurnal Komunikasi dan Media*.1 (2). 51.
- Dooley, Jennifer Allyson., Jones, Sandra C., Iverson, Donald C. (2012). “Web 2.0 Adoption and User Characteristics”. *Web Journal of Mass Communication Research*, 42. 4.
- Faraj, Samer., Jarvenpaa, Sirkka L., Majchrzak, Ann., (2011). “Knowledge Collaboration in Online Communities”. *INFORMS. Organization Science*. 22 (5). 1224.
- Fitri, Mellyna Eka Yan & Chairuel Lucy. “Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Gender Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa”. *Jurnal Benefita* 4 (1). 164-167.
- Irfan, Muhammad. (2014). “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Strike! Courier di Samarinda”. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 2 (2). 34.
- Jannah, Miftahul., Yacob, Fakhri & Julianto. (2017). “Rentang Kehidupan Manusia (*Life Span Development*) dalam Islam”. *International Journal of Child and Gender Studies*. 3 (1). 107-109.
- Kadir, Latifa. (2014). “Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Facebook (Siswa SMK Negeri 7 Samarinda)”. *eJurnal Ilmu Komunikasi*. 2 (4). 54.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. (2017). “Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter”. *Jurnal ASPIKOM*. 3 (3). 540.
- Syahreza, M. Fachri & Tanjung, Irwan Syari.(2018). “Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa

- Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED”. *Jurnal Interaksi*. 2 (1). 62.
- Putra, Yoga Maulana. (2015). “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @TA_FEB)”. *e-Proceeding of Management*. 2 (1). 149-150.
- Setiawan, Retno Agus & Setyohadi, Djoko Budiyo. (2017). “Analisis Komunikasi Sosial Media Twitter sebagai Saluran Layanan Pelanggan Provider Internet dan Seluler di Indonesia”. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*. 3 (1) 16-25.
- Supratman, Lucy Pujasari. (2018). “Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 15 (1). 47-60.
- Utomo, Dea Anggraeni. (2013). “Motif Pengguna Jejaring Sosial Google+ di Indonesia”. *JURNAL E-KOMUNIKASI*. I (3). 148.
- Whitting, Anita & William, David. (2013). “Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach”. *Qualitative Market Research: An International Journal* 16 (4). 362-369.

Internet

- Alatas, Fahreza. (2018, Oktober). “Cara Membuat Auto Base Twitter DM Bot ke Tweet (Menfess)”. Diakses pada tanggal 20 Januari 2019 pukul 20.30 WIB dari <https://www.shukanbunshun.com/2018/10/cara-membuat-auto-base-twitter-dm-bot.html>
- Astuty, Annisa Wida. (2019, Januari). “Masih Ramai, Ini 5 Kelebihan Twitter Dibanding Media Sosial Lain!”. Diakses pada tanggal 13 Maret 2019 pukul 11.46 WIB dari <https://www.idntimes.com/life/inspiration/annisa-widi-astuty/kelebihan-pakai-twitter-c1c2-1/full>
- Hananni, Nabilah. (2019, Oktober). “Pengertian Twitter Beserta Sejarah dan Manfaat Twitter yang Dibahas Secara Lengkap”. Diakses pada tanggal 1 September 2019 pukul 23.22 WIB dari <https://www.nesabamedia.com/pengertian-twitter/>
- Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2019. (2019, Februari). Diakses pada tanggal 28 Agustus 2019 pukul 17.56 WIB

dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

- Nugraha, Sigit. (2018). “Karakter Tweet Bertambah, Pengguna Twitter Jadi Lebih Sopan”. Diakses pada tanggal 20 Januari 2019 pukul 23.43 WIB dari <https://telset.id/234541/karakter-tweet-bertambah-pengguna-twitter-jadi-lebih-sopan/amp/>
- Rizkha, Ajeng. (2019). “Kamus Medsos 4.0 Edisi Rumit. Kalau Belum Tahu, Berarti Browsingmu Kurang Jauh Nih~”. Diakses 7 Oktober 2019 pukul 18.34 WIB dari <https://www.hipwee.com/hiburan/kamus-bahasa-gaul-2019/>
- Yud. (2018, November). “Menristekdikti: Mahasiswa Indonesia Mencapai 7,5 Juta”. Diakses 17 November 2019 pukul 23.47 dari <https://www.beritasatu.com/nasional/521969/menristekdikti-mahasiswa-indonesia-mencapai-75-juta>