

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil temuan data yang sudah dilakukan, dari 10 motif seperti motif interaksi sosial, motif pencarian informasi, motif menghabiskan waktu, motif hiburan, motif relaksasi, motif mengekspresikan pendapat, motif perangkat untuk berkomunikasi, motif perangkat yang menyenangkan, motif berbagi informasi dan motif keingintahuan terhadap orang lain dapat diketahui bahwa motif generasi milenial Surabaya dalam mengakses akun Twitter @e100ss adalah motif pencarian informasi dan motif terhadap orang lain dengan nilai *mean* yang sama sebesar 3,37.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti tentang motif generasi milenial Surabaya dalam mengakses akun Twitter @e100ss adalah motif pencarian informasi, maka peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

##### **V.2.1 Saran Akademis**

Peneliti ingin memberikan saran akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang @e100ss atau Suara Surabaya. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai @e100ss atau Suara Surabaya dengan subjek ataupun objek yang lebih bervariasi, menarik dan berbeda yang dimana dapat membantu memberikan informasi dasar tentang konteks yang berlaku agar dapat dijadikan sebagai sumber hipotesis dalam penelitian.

Saran selanjutnya adalah, peneliti juga berharap untuk subjek penelitian ini dapat diperluas oleh peneliti selanjutnya, tidak

hanya di lingkungan kota Surabaya saja melainkan mencakup daerah yang lainnya di seluruh Indonesia. Dengan begitu, hasil penelitian yang ditemukan juga akan ada perbedaan yang bervariasi serta penelitian tersebut akan memiliki hasil yang lebih menarik.

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

Peneliti ingin memberikan saran praktis untuk berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian motif generasi milenial Surabaya dalam mengakses akun Twitter @e100ss:

1. Berdasarkan penelitian, motif yang memiliki nilai *mean* terendah adalah *Social Interaction*, maka peneliti ingin memberikan saran kepada @e100ss untuk dapat memberikan fitur yang lebih menarik pada *thread* di Twitter @e100ss.

Peneliti juga berharap untuk peneliti selanjutnya bisa makin mengembangkan metode penelitian selain motif, baik itu menggunakan metode seperti preferensi, motif kepuasan, dan masih banyak lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abbas, M. R. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Jalaluddin, R. (2001). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter*. Zikri Fachrul Nurhadi.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Saputra, R. N. (2011). *Public Relations 2.0: Teori dan Praktik Relation di Era Cyber*. Bekasi: Gratama.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugihartati, R. (2014). *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turner, R. W. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi (Analisis dan Aplikasi)*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Turner, R. W. (2012). *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi. Terjemahan dari Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimus.

**Jurnal:**

Budiaji, Weksi. 2013. *Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert*. Vol (2), No 2.

Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons* 53(1): 59–68 (diakses pada 12 Januari 2020).

Nasution, Yusuf Ramadhan. 2018. *Penerapan Aplikasi Online Angket Persepsi Mahasiswa Terhadap Kinerja Dosen UIN Sumatera Utara Medan*. Vol (3), No 2.

Nurrachmi, Syafrida dan Ririn Puspita. 2018. *Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial*.

Setiawan, Titus Permadi. 2012. *Survei Online Penunjang Penelitian Praktis dan Akademis*.

Zikri Fachrul Nurhadi. Juli 2017. *Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter*. Vol (3), No 3. (diakses pada 30 April 2020).

Acmad W., Vincentius P., Didin D., Herry W. dan Tri R. 2019. *POTRET GENERASI MILENIAL PADA ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. Vol (2), No 2.

Naldo dan Widi S. 2018. *Studi Observasi Terhadap Penggunaan Aplikasi LINE oleh Generasi Millenial*. Vol (1), No 1.

Rahmat T., Eka M. dan Andhy R. 2018. *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK KONSUMSI STATUS PADA GENERASI MILLENNIAL*. Vol (4), No 2.

Sari, Sapta. 2019. *LITERASI MEDIA PADA GENERASI MILENIAL DI ERA DIGITAL*. Vol (6), No 2.

**Sumber Internet:**

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/1180306>

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

<https://hot.liputan6.com/read/3930979/7-fitur-tersembunyi-di-twitter-belum-banyak-yang-tahu>

<http://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/154>