

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan:

1. Mayoritas pengakses *website* Pemerintah Kota Surabaya (Pemkot Surabaya) mengakses www.surabaya.go.id karena motif *information seeking* dan minoritas responden mengakses karena motif *entertainment*.
2. Secara keseluruhan *website* pengakses memiliki tingkat kepuasan yang rendah terhadap *website* Pemkot Surabaya www.surabaya.go.id.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dengan segala kekurangan dan keterbatasannya, membuka celah ada kemungkinan bahwa tidak semua motif dan kepuasan responden dapat tertuang kedalam poin-poin indikator dan pertanyaan yang telah diajukan. Kecenderungan responden lupa apa yang pernah diakses dan pengisian kuisioner dengan sembarangan juga menjadi pertimbangan sendiri. Penelitian ini kedepannya bisa disempurnakan dengan menggunakan metode kualitatif.

Indikator *entertainment* merupakan salah satu indikator yang masuk ke dalam teori *internet gratifications*. Namun dalam konteks *website* pemerintahan, ada baiknya indikator tersebut tidak dicantumkan. Terutama karena *website* Pemkot Surabaya tidak memiliki konten yang ditujukan untuk menghibur pengaksesnya.

V.2.2. Saran Praktis

Adanya kesenjangan pada indikator motif *interpersonal utility* dan motif *information seeking*. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu media tinjauan dan evaluasi, bagi Pemerintah Kota Surabaya agar lebih memperbaiki penyajian informasi, terkait kedua indikator tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Capriotti, P., & Moreno, A. (2007). *Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate websites*. *Public Relations Review*, 33, 84-91.
- Desmita. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Hong, S.Y., & Rim H. (2010). *The influence of customer use of corporate websites: Corporate social responsibility, trust, and word-of-mouth communication*. *Public Relations Review*, 36, 389-391.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana
- Naisbitt, John. (2001). *High Tech High Touch*. Finland: WS Bookwell.
- Putra, Yoka Ifana. (2015). *1 Jam Pasti Bisa Membuat Website Gratis Otodidak Tanpa Guru*. Jakarta: Dan Idea.
- Ruslan, Rusady. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Santoso, Singgih. (2002). *Aplikasi Excel dalam Statistik Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sundar, S.S., & Limperos, A. (2013). *Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media*. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 505.

Internet:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. [On-line]. Diakses pada tanggal 11 Februari 2015 dari <http://www.apjii.or.id/v2/read/page/halaman-data/9/statistik.html>.

Himawan, Adhitya. (2015, 23 November). Inilah Dua Penyebab Industri Media Cetak Terpukul. [On-line]. Diakses pada tanggal 26 Januari 2016 dari <http://www.suara.com/bisnis/2015/11/23/145446/inilah-2-penyebab-industri-media-cetak-terpukul>.

Pemerintah Kota Surabaya. (2015). Demografi. [On-line]. Diakses pada tanggal 24 Mei 2016 dari <http://www.surabaya.go.id/berita/8228-demografi>.

Suleman. (2013). Pemanfaatan ICT dalam Promosi Pariwisata Indonesia. [On-line]. Diakses pada tanggal 30 November 2015 dari <http://lppm3.bsi.ac.id/jurnal/index.php/biangmatika/article/view/10/10>.

Surabaya Raih Kabta Awards 2015. [On-line]. Diakses pada tanggal 23 November 2013 dari <http://energeek.co.id/demo/bagianpemerintahan/surabaya-raih-kabta-awards-2015/>.