

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian pada bab sebelumnya mengenai motif *followers* facebook E100 Suara Surabaya dalam mengomentari postingan berita dan informasi pada dinding facebook E100 Suara Surabaya, maka dapat disimpulkan bahwa motif informasi menjadi motif yang paling dicari responden dalam mengomentari informasi dan berita di postingan facebook E100 Suara Surabaya. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa *followers* memiliki keinginan yang mendorong mereka untuk berkomentar untuk mendapatkan informasi berlanjut dan informasi tambahan mengenai suatu kejadian perkara, kemacetan, kecelakaan serta orang hilang.

Setelahnya, motif identitas pribadi menjadi motif paling dicari kedua ketika responden mengomentari informasi dan berita di postingan facebook E100 Suara Surabaya. Responden memilih setuju untuk berkomentar pada postingan facebook E100 Suara Surabaya untuk mengetahui update berita dan informasi yang berkaitan tentang pekerjaan, komunitas dan daerah tempat tinggal. Lalu motif ketiga yang paling dicari ialah motif integrasi dan motif interaksi sosial. Responden menggunakan komentar untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi dan menambahkan informasi. Serta motif hiburan menjadi urutan terakhir motif yang paling dicari ketika mengomentari postingan, motif ini tidak

banyak digunakan responden saat berkomentar, karena pada dasarnya komentar yang diberikan adalah sesuatu hal yang serius.

## **V.2. Saran**

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan, maka peneliti memberikan saran yang berkaitan dengan hasil pembahasan dari penelitian ini dengan harapan dapat berguna bagi pihak yang terkait. Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

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

Penelitian ini tidak terlepas dari segala kekurangan maupun keterbatasan, sehingga ada kemungkinan dimana tidak semua motif dari responden dapat dipaparkan dalam seluruh indikator dan pernyataan yang telah disebarkan oleh peneliti melalui kuisisioner online. Penelitian ini juga sangat mungkin untuk disempurnakan dengan menggunakan metode lainnya.

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

Terdapat dua indikator motif tertinggi yang mendorong responden untuk berkomentar pada dinding E100 Suara Surabaya. Indikator tersebut yaitu: Motif informasi dan motif identitas sosial. Dengan adanya dua indikator dengan angka tinggi tersebut, maka peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi masukan bagi SS Media selaku pengelola akun media sosial facebook E100 Suara Surabaya untuk dapat terus mengembangkan akun tersebut sehingga menjadi media

komunikasi yang baik dan efektif bagi masyarakat maupun Suara Surabaya Media sendiri sebagai pihak pengelola akun tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Juju & Sulianta. (2010). *Hitam Putih Facebook*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- M. Romli, Asep. (2012). *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rakhmat, J. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Ruslan, Rosady. (1995). *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Severin & Tankard. (2005). *Teori Komunikasi Massa (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)*. Jakarta: Prenada Media.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

### **Sumber Jurnal**

Anita Whitting & David William dalam tulisannya berjudul "*why people use social media: a uses and gratifications approach*."

Eka Maria. "*Connected Generation Dalam Masyarakat Cyber (Studi Kasus Penggunaan Sosial Media di Suara Surabaya Media Dalam Membangun Network Society)*."

Fannani Norromah, 2012, *Penggunaan Twitter oleh Perusahaan Media*, digilib.uns.ac.id.

### **Sumber Internet**

Suarasurabaya.net

[www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)

<https://www.jurnalweb.com/8-fakta-facebook/> (diakses 3/12/2017)

[www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)