

## **BAB V**

### **Kesimpulan Dan Saran**

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

Berdasarkan penjabaran pada hasil penelitian di bab sebelumnya mengenai motif remaja Surabaya dalam menggunakan media sosial instagram, maka dapat disimpulkan bahwa :

Motif *entertainment* (Hiburan) menjadi motif yang paling cenderung menjadi alasan bagi responden mengakses sosial media instagram. oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa, remaja Surabaya mempunyai keinginan yang mendorong mereka untuk mengakses sosial media instagram untuk mengakses video dan foto yang memuat konten yang dapat menghibur.

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

Setelah peneliti melakukan penelitian dan pengamatan, maka peneliti memberikan saran yang berhubungan dengan hasil pembahasan dari penelitian ini dengan tujuan penelitian ini dapat berguna bagi pihak yang terkait. Berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti :

##### **V.2.1 Saran Teoritis**

Tentunya penelitian ini tidak lepas dari segala kesalahan dan kekurangan, sehingga ada kemungkinan yang dimana peneliti tidak memaparkan semua motif dari responden dalam seluruh indikator dan pernyataan yang telah disebar peneliti melalui *online* dan dengan membagikan kuisioner kepada responden dengan teknik penarikan sample *accidental sampling*.

### **V.2.1 Saran Praktis**

Pada penelitian ini terdapat 3 motif tertinggi yang mendorong remaja surabaya untuk menggunakan sosial media instagram, yang pertama motif entertainment (hiburan), motif relaxation (melepas penat), dan yang terakhir knowledge about other (pengetahuan akan orang lain). Dengan adanya 3 indikator ini dengan angka yang tertinggi dapat menjadi masukan bagi sosial media instagram untuk selalu berinovasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). Instagram Handbook Tips Fotografi ponsel. Jakarta. Media Kita.
- Burhan, Bungin. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta . Kencana Prenada Media Group
- Fauziah. (2010). Pengantar Teknologi Informasi. Bandung. CV. Muara Indah
- Hurlock, E. B. (1997). Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Indah Suryawati. (2002). Jurnalistik Suatu Pengantar. Bogor. Ghalia Indonesia
- Jalaludin Rakhmad. (1985). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Jalaludin Rakhmad. (2011). Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Ulber Silalahi. (2009)Metode Penelitian Sosial. Bandung. PT Refika Aditama
- Kriyantono, Rachmat. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono Rachmat. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Onong Uchjana Effendy. (1993). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti
- Onong Uchjana Effendy. (2007). Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

- Richard West. (2008). Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 Analisis dan Aplikasi. Salemba Humanika.
- Rulli Nasarullah. (2011). Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi. Simbiosis Rekatama Indonesia.
- Ruslan Rosady. (2010). Manajemen Publik Relations & Media Komunikasi, Konsep & Aplikasinya : Cetakan Kesepuluh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Singa Rimbun. (2006). Metode Penelitian Survey. Jakarta.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. CV. Alfabeta. Pustaka LP3ES
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. CV. Alfabeta

**Website :**

- [http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1515&data-data\\_page=2](http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1515&data-data_page=2) (DiAkses pada tanggal 2 maret 2017)
- [https://surabayakota.bps.go.id/website/pdf\\_publicasi/Surabaya-Dalam-Angka-2014.pdf](https://surabayakota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Surabaya-Dalam-Angka-2014.pdf). (DiAkses pada tanggal 1 maret 2017)
- <http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=326&iddoc=1186>. (DiAkses pada tanggal 8 may 2017)
- <http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1521> (DiAkses pada tanggal 8 may 2017)
- <http://statistik.kominfo.go.id/site/data?idtree=424&iddoc=1519> (DiAkses pada tanggal 8 may 2017)
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> (DiAkses pada tanggal 1 November 2017)

<https://visual.ly/community/infographic/social-media/surabaya-digital-native-ber-jejaring-sosial-lewat-smartphone> (DiAkses pada tanggal 4 Januari 2018)

<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/instagram-new-logo-head-of-design-explains-how-app-chose-new-icon-and-why-you-might-hate-it-a7025451.html> (DiAkses pada tanggal 7 Januari 2018)

<https://apjii.or.id/download/file/PROFILPENGGUNAINTERNETINDONESIA2014.pdf> (DiAkses pada tanggal 7 januari 2018)

<https://www.instagram.com/surabaya/> (DiAkses pada tanggal 7 januari 2018)

<https://icca.co.id/social-media-overdosis/> (DiAkses pada tanggal 7 januari 2018)

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran\\_pers.](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-2014+tentang+Riset+Kominfo+dan+UNICEF+Mengenai+Perilaku+Anak+dan+Remaja+Dalam+Menggunakan+Internet+/0/siaran_pers.) (DiAkses pada tanggal 7 januari 2018)

### **Jurnal :**

Whitting, Anita & William, David. (2013). “*Why People Use Social Media: A Uses And Gratification Approach*”. Emerald Group Publishing Limited.

Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Atlantic Journal of Communication.

### **Laporan Teknis / Penelitian :**

Mahendra, I.T. (2017). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan*

*Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi.* UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA: Skripsi.