

Bab V

Kesimpulan dan Saran

V.1 Kesimpulan

Masyarakat dalam mencari informasi terkait film bisa melalui platform digital baik melalui media sosial ataupun website, dari hasil penelitian didapat bahwa masyarakat Surabaya lebih banyak menggunakan media sosial mencari untuk informasi terkait film. Media sosial yang digunakan masyarakat adalah youtube, instagram, tiktok, facebook dan twitter, media sosial yang paling banyak diakses adalah youtube ketimbang instagram, tiktok dan lain-lain. Sedangkan website yang digunakan masyarakat adalah kompas.com, CNN, tribunnews, detik hot, liputan 6 terkait website masyarakat Surabaya lebih memilih kompas.com dibandingkan CNN, tribunnews dan lain-lain. Pemilihan informasi pada media sosial didasari dengan kejelasan dalam membawakan informasi baik dari segi pemberitaan maupun visual suatu informasi apakah bisa dimengerti dengan baik oleh masyarakat atau sebaliknya. Sedangkan pada pemilihan website didasari dari kejelasannya suatu informasi dan seberapa cepat dalam menyampaikan informasi agar sampai ke masyarakat.

Berdasarkan data dari tabulasi silang masyarakat yang lebih memilih menggunakan media sosial sebagai sumber informasi adalah masyarakat yang berusia 19 sampai 22 tahun dengan pendidikan terakhir SMA/SMK yang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa dengan pengeluaran dibawah dua juta. Sedangkan masyarakat yang memilih menggunakan website adalah masyarakat yang berusia 19 sampai 22 tahun dengan pendidikan terakhir S1 yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan pengeluaran dibawah dua juta.

V. 2 Saran

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan saran akademis dan praktis terkait penelitian tentang preferensi masyarakat Surabaya dalam mencari informasi film melalui platform digital.

V.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap di masa mendatang akan ada penelitian yang terkait dengan preferensi dalam mencari tahu bagaimana bentuk informasi tentang film yang bisa diterima dan dimengerti masyarakat sekaligus platform mana saja yang bisa digunakan sebagai penyebaran informasi selain yang sudah disebutkan peneliti. Peneliti juga berharap penelitian pengambilan data tidak hanya tersebar di kota besar saja tetapi juga di beberapa daerah lainnya.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap penelitian ini bisa berguna untuk masyarakat yang mencari informasi pada platform digital dapat memilih informasi dari media yang sesuai sekaligus dapat memastikan informasi apakah sesuai sumber yang terpercaya. Peneliti berharap platform digital bisa memberikan informasi yang berkualitas sesuai fakta dan platform digital juga dapat jenis informasi baru yang bisa dimengerti masyarakat luas.

Daftar pustaka

Buku

1. Al-Khowarizmi, S.kom., M. K. (2021). Pengantar Teknologi Informasi (Dalam Perkembangan Data Science). Medan: UMSU Press.
2. Anshori, M., & Iswanti, S. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: Citapustaka Media. ISBN 979-3216-90-5
3. Astuti, S. I., Prananingrum, E. N., Astuti, S. I., Prananingrum, E. N., Ratri, L., Nurhajati, L., Lotulung, L. J. H., & Kurnia, N. (2021). *Budaya bermedia digital*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan komunikatif.
4. Brian Clegg. (2017). Mahadata. In *Kepustakaan Populer Gramedia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
5. Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia. Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
6. Catur Nugroho. S.Sos. M.I.Kom. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi - Catur Nugroho, S.Sos., M.I.Kom. - Google Buku*. Jakarta: KENCAN A.
7. Daniel Ginting, et al. (2021). Inovasi Pengajaran dan Pembelajaran Melalui Platform Digital. In *Media Nusa Creative*. Malang: Media Nusa Creative.
8. Diah Ajeng Purwani. (2021). *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Bursa ilmu.
9. Dr. Garaika Darmanah, S. E. M. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN*. Lampung: CV. HIRA TECH.
10. Fary SJ Oroh. (2015). *Let`s Get Digital*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
11. Feriyansyah, M. I. & J. S. (2019). *Kewargaan Digital: Warga Digital Dalam Kepungan Hiperkoneksi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
12. Humphry Wangke. (2020). Diplomasi Digital dan Kebijakan Luar Negeri Indonesia. In *Yayasan Pustaka Obor Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

13. Janner Simarmata., et. al. (2021). Literasi Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.
14. R. Sapto Wibowo, S. I. P. (2018). Literasi Informasi: SNIPER internet untuk Netizens. Lampung: CV. Perahu Litera Group.
15. Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi. Edisi 1*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
16. Dr.Humaizi, M. . (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication*. USU Press.
17. Astuti, S. I., Prananingrum, E. N., Astuti, S. I., Prananingrum, E. N., Ratri, L., Nurhajati, L., Lotulung, L. J. H., & Kurnia, N. (2021). *Budaya bermedia digital*. Kementerian Kebudayaan dan komunikatif.
18. Panuju, R. (2019). *Buku Ajar Film Sebagai Gejala Komunikasi Massa*. 124.
19. Vicenovie Ilona. (2020). *Media Konvensional dan Media Online*. Graha Ilmu.

Jurnal

1. Anugraheni, D. T., & Kusdiartini, V. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial Dalam Mencari Dan Membeli Produk Secara Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 8–17. <http://repository.unika.ac.id/20028/2/780-1670-1-SM.pdf>
2. Febriani, N. S. (2020). Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif. *Nyimak: Journal of Communication*, 4(1), 89. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v4i1.2225>
3. Halomoan Harahap. (2017). Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Preferences of Jabodetabek Media. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 43–58.
4. Muhammad Yaumul & Yollanda Stellarosa. (2017). Preferensi Penonton Terhadap Film Indonesia. *Journal of Communication*, 4(1). <https://journal.lspr.edu/index.php/communicare/article/view/24/15>

5. Yuli Nugraheni & Anastasia Yuni Widyaningrum. (2020). Preferensi keluarga dan informasi politik. *Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 6(1), 89–90.
6. Wono, H. Y., & Aji, I. D. K. (2020). Preferensi Komunikasi Pemasaran Terpadu Perguruan Tinggi Di Surabaya Pada Era Posmoderen. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 171.
<https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2146>
7. Sholeh, A. N., & Budiyanto, A. (2020). Preferensi (Komunikasi Pemasaran dan E-Service Quality) Mahasiswa Manajemen Universitas Pamulang Terhadap Pemilihan Situs Belanja Online. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 304–318.
<https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.134>
8. Mirandani, K. R., & Fitria, S. E. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Toko Pakaian Batik Di Pasar Mayestik Jakarta Selatan). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 2162–2169.
9. Qodddhar, M. N., Deoranto, P., & Anggarini, S. (2013). STUDI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PASTA MANGGA PODANG (*Mangifera indica* L .) DENGAN METODE CONJOINT (STUDI KASUS PADA HOTEL-HOTEL DI KOTA BATU) STUDY OF CONSUMER PREFERENCE TOWARDS PODANG MANGO PASTE (*Mangifera indica* L .) WITH CONJOINT METHODS (CAS. *Jurnal Industria*, 2(1), 17–26.
10. Yusnita, M., & Irwansyah. (2020). Perilaku dan Preferensi Membaca Di Kalangan Mahasiswa. *BIBLIOTIKA : Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 4(2), 187–198.
<http://journal2.um.ac.id/index.php/bibliotika%0APERILAKU>
11. Intan, T., & Revia, B. (2019). *PREFERENSI SISWA SMA SURABAYA DALAM PENCARIAN INFORMASI STUDI LANJUT PERGURUAN TINGGI*. 6(2), 223.
12. Nur, J., Rohman, A., & Husna, J. (2015). SITUS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI : SEBUAH SURVEI TERHADAP MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DIPONEGORO. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6, 171–180.

Internet

- [https://www.rumusstatistik.com/2020/05/menentukan-jumlah-sampel-minimal.html#:~:text=Rumus%20penentuan%20ukuran%20sampel%20untuk%20mengestimasi%20parameter%20proporsi%20\(p\)%20populasi,%CE%B1%20adalah%20tingkat%20signifikansi%2C%20p](https://www.rumusstatistik.com/2020/05/menentukan-jumlah-sampel-minimal.html#:~:text=Rumus%20penentuan%20ukuran%20sampel%20untuk%20mengestimasi%20parameter%20proporsi%20(p)%20populasi,%CE%B1%20adalah%20tingkat%20signifikansi%2C%20p)
- https://rumahmillennials.com/2019/02/14/hasil-survey-kegemaran-menonton-film-millennials/#.Yk_2bZBzIU
- <https://ms.zhujiworld.com/id/904507-surabaya/>
- <https://www.kompas.com/edu/read/2022/05/31/103951971/berapa-lama-orang-indonesia-menggunakan-internet-setiap-hari?page=all#>
- https://www.researchgate.net/publication/360453580_SURVEI_MINAT_REMAJA_TERHADAP_JENIS_FILM
- <https://www.receh.in/2022/02/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html>
- <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Riyanto Galuh. (n.d.). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022* Halaman all - Kompas.com. Kompas.Com. Retrieved November 25, 2022, from <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all>