

## **BAB V PENUTUP**

### **V.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan kesimpulan yaitu terdapat pengaruh antara terpaan konten akun instagram @emosijiwakucom terhadap citra Bonek di masyarakat Surabaya. Dimana H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh terpaan konten Instagram @emosijiwakucom terhadap citra Bonek di masyarakat Surabaya. Penelitian ini membuktikan adanya hubungan yang cukup berarti antara terpaan konten dengan indikator frekuensi, durasi dan atensi dengan citra dengan indikator kognisi, afeksi, dan konasi. Yang artinya ada hubungan cukup kuat antara variabel X dan variabel Y dengan hubungan yang positif. Artinya semakin tingginya variabel X (terpaan) semakin tinggi juga variabel Y (citra).

Pada Variabel X mendapatkan kesimpulan bahwa, meskipun frekuensi dan durasi yang kecil, yang dikarenakan konten instagram@emosijiwakucom tidak meng *upload* konten setiap harinya. Tetapi *followers* Instagram @emosijiwakucom memberikan atensi yang besar terhadap konten yang diupload menjadikan tingkat penonton kelompok terpaan tinggi menjadi tinggi. Sedangkan pada variabel Y menghasilkan kesimpulan penilaian responden terhadap citra Bonek cenderung positif. Meskipun variabel X (citra) mendapatkan hasil yang positif, akan tetapi beberapa responden tidak sepenuhnya merubah penilaian bahwa Bonek sudah

berubah menjadi suppoerter yang tidak terlibat kerusuhan dan dekat dengan masyarakat.

Peneliti juga mendapatkan hasil penelitian dimana terpaan yang tinggi termasuk berasal dari jenis kelamin laki laki, usia 19-25, pendidikan terakhir sarjana 1 dan SMA. dan hasil citra yang menunjukkan arah positif berasal dari jenis kelamin laki-laki, berusia 19-25 dan pendidikan terakhir sarjana 1.

## **V.2 Saran**

Dari penelitian ini tentang pengaruh terpaan konten instagram @emosijiwakucom terhadap citra Bonek di Surabaya yang telah dilakukan, maka peneliti berusaha menarik saran akademis dan praktis.

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

Penelitian ini berhubungan dengan pengaruh terpaan konten Instagram @emosijiwakucom terhadap citra Bonek di Surabaya dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner pada responden yang disebar melalui *direct message* pada *followers* dan kolom *comment* Instagram @emosijiwakucom. Dari penelitian ini mendapatkan hasil tentang pengaruh terpaan konten Instagram @emosijiwakucom terhadap citra Bonek di masyarakat Surabaya. Kelemahan penelitian ini, *followers* Instagram @emosijiwakucom ini tidak bisa acuan pasti, karena dari 385.000 *followers*, hanya diambil sebanyak 100 responden sehingga tidak bisa mewakili seluruh responden. Diharapkan penelitian ini menjadi dasar refrensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas terpaan terhadap citra.

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

Akun Instagram @emosijiwakucom harus melanjutkan upload konten sosial karena memberikan pengaruh yang cukup berarti bagi *followers* @emosijiwakucom. Dimana adanya pengaruh terpaan terhadap citra Bonek pada *followers* Instagram khususnya masyarakat di Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Burton, G. (2017). *Media dan Budaya Populer1* (A. Adlin (ed.)). Jelasutra.
- Cangara, H. (2016). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI Edisi Kedua* (2nd ed.). PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media a Critical Introduction* (M. Steele (ed.); 1st ed.). SAGE Publications Ltd.
- Gassing, S. S., & Suryanto. (2016). *Public Relations* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Ishaq, R. El. (2017). *PUBLIC RELATIONS TEORI DAN PRAKTIK* (2nd ed.). Intrans Publishing.
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1002. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.380>
- Knobloch-Westerwick, S. (2015). Choice and preference in media use : advances in selective exposure theory. In *Behavior Analysis and Learning*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315200682-9>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif & Kualitatif* (A. Adlin (ed.); 8th ed.). PERNADAMEDIA GROUP.
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (4th ed.). Simbiosia Rekatama Media.
- Nugraha, D. A. (n.d.). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (R. N. Widiastuti (ed.); 1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Rofahan, A., Muhajir, A., Nugraha, B. S., & Wisnuadji, H. (2014). *Media Sosial Masa Depan Media Komunitas* (1st ed.). Combine Rescure Institution.
- Ruslan, R. (2016). *manajemen Public relations dan media komunikasi* (13th ed., Vol. 4, Issue 1). PT RAJAGRAFINDOPERSADA.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial* (3rd ed.). PT. Refika Aditama.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *DASAR-DASAR PUBLIC RELATIONS* (11th ed.). PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2013th ed.). ALFABETA.

- Sujarweni, V. wiratn. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN* (1st ed.). Penerbit Pustaka Baru Press.
- Tench, R., & Yeomans, L. (2017). Exploring Public Relations Global Strategic Communication. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (4th ed.). PEARSON EDUCATION LIMITED.
- Triastuti, E., Prabowo, D. A. I., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja* (1st ed.).

## Jurnal

- Alamsyah, M. I., & Prasetyo, I. J. (2018). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Persebaya dan Bonek: Simbol-Simbol Komunikasi Supporter Sepakbola Komunitas "Syndicate Bonek Keputih (SBK)." 2(2), 223–238.* <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5032>
- Devani, K., & Putri, A. P. (2020). *Pengaruh Terpaan Informasi Prostitusi Seungri Eks Big Bang di Media Sosial Twitter terhadap Sikap Followers @SeungriID.* 8.
- Durhan, A. S., & Tahir, A. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Melalui Media Sosial Mengenai Vaksin Corona Sinovac Bagi Kesehatan Di the Influence of Information Through Social Media on the Level of Public Confidence in the Corona. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(2), 106–107.
- Haliem, P. O., Rusdi, F., & Utami, B. (2019). Pengaruh Terpaan Media Line Webtoon Wonderwall terhadap Opini Pembaca Mengenai Isu Kesehatan Mental. *Prologia*, 2(2), 458. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3730>
- Iskandar, J., & Syueb, S. (2018). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Kelompok terhadap Kohesivitas Kelompok pada Supporter Persebaya Korwil Suramadu. *Jurnal ULTIMA Comm*, 9(2), 90–109. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v9i2.812>
- Junaedi, F., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2017). Relasi Bonek dan Jawa Pos dalam Perspektif Strukturasi. *Komunikator*, 9(2), 124–138.
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>
- Kholisoh, N. (2018). Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 1002. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i5.380>
- Lukman, O. P., Tjahjo, J. D., & Aritonang, A. I. (2018). *Komunikasi Kelompok Antara Koordinator dan Anggota Kelompok Suporter Persebaya Surabaya*

*(Bonekmania) Dalam Memperbaiki Citra Oka. 6.*

- Muchtar, K. (2016). Komunikasi politik dan pembentukan citra partai. *Komunikasi, 14*, 140.
- Nadya, M. (2022). *Dampak Kerusakan Bonek Di Stadion Delta Sidoarjo, Kerugian Capai Rp 15 Milyar*. 28 September. <https://lenteratoday.com/dampak-kerusakan-bonek-di-stadion-delta-sidoarjo-kerugian-capai-rp-15-milyar/>
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (4th ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, D. A. (n.d.). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (R. N. Widiastuti (ed.); 1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Nurhadi. (2019). *Persebaya Surabaya vs PSS Sleman Kalah 2-3, Bonek Mengamuk*. [www.Bola.Tempo.Co](http://www.Bola.Tempo.Co). <https://bola.tempo.co/read/1265937/persebaya-surabaya-vs-pss-sleman-kalah-2-3-bonek-mengamuk>
- Pramelani. (2018). Terpaan Informasi Hoax McDonald di Whatsapp terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Komunikasi, 9*(2), 197–202. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/4392/2706>
- Pratama, P. J., & Yenny. (n.d.). *SOETOMO COMMUNICATION AND HUMANITIES Ekspresi komunikasi bonek dalam membangun citra di masyarakat. 1.*
- Prawira, Y. (2021). *Dilarang Rayakan HUT Persebaya, Bonek Mania Bentrok dengan Polisi*. [News.Okezone.Com](http://News.Okezone.Com). <https://news.okezone.com/read/2021/06/18/519/2427015/dilarang-rayakan-hut-persebaya-bonek-mania-bentrok-dengan-polisi>
- Purnomo, M. Y. S. M., & Krisdinanto, N. (2020). Chinese Bonek: Reject Racism Through Symbolic Communication. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 9*(1), 1–8. <https://doi.org/10.21070/kanal.v9i1.686>
- Rizky, R. R., & Wideasanty, G. (2021). Pengaruh Terpaan Media Youtube terhadap Citra Perusahaan PT. Garuda Indonesia. *Ilmu Komunikasi, 7*.
- Sujarweni, V. wiratn. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN* (1st ed.). Penerbit Pustaka Baru Press.
- Utari, M., & Rummyeni. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA. *Ilmu Komunikasi, 4*, 10.