

BAB V

KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembaca merasa puas dalam membaca berita *online* di Portal media beritajatim.com. Terdapat 4 indikator mengenai kepuasan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan. Dari keempat indikator tersebut terdapat dua indikator yang mempunyai nilai mean tinggi atau puas yaitu kepuasan hiburan dan motif identitas pribadi sebaliknya indikator yang tidak puas adalah motif integrasi dan interaksi sosial. Hal ini pembaca lebih menginginkan topik hiburan seperti *lifestyle, beauty*, atau *entertainment* yang ada pada media berita sedangkan beritajatim.com tidak memiliki ketiga topik tersebut. Hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa pembaca beritajatim paling banyak berada di wilayah Jawa Timur dengan berjenis kelamin laki-laki.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Dengan memanfaatkan teori kepuasan yaitu *Uses and Gratification*, pada penelitian ini. Kajian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dan tentu saja dapat berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya di bidang media *online*. peneliti berharap agar kedepannya terdapat penelitian yang serupa dengan menambahkan identitas responden secara lengkap dan memperluas jangkauan responden agar lebih menarik.

V.2.2 Saran Praktis

Melalui hasil penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi pihak Beritajatim.com, untuk memperbaiki permasalahan yang ada sebaiknya menambahkan kategori berita hiburan seperti *entertainment* dan topik hiburan lainnya dan masih adanya penggunaan kata yang salah seperti kata 'di' yang ada di artikel dan adanya beberapa kalimat yang *typo* di dalam artikel yang menjadikan asumsi pembaca bahwa masih ada *typo* lainnya di berbagai artikel.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Barney, D. (2005). Democracy and New Media. In *Canadian Journal of Communication* (Vol. 30, Issue 3). <https://doi.org/10.22230/cjc.2005v30n3a1526>
- Humaizi. (2018). Uses and Gratifications Theory. In *Engaging Theories in Family Communication*. <https://doi.org/10.4324/9781315204321-30>
- Kriyanto, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Revisi ke-).
- Masri Singarimbun, S. E. (2006). *Metode Penelitian Survei*.
- Moerdijati, S. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Revka Petra Media.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Muchlis (ed.); Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nadie, L. (2019). *MEDIA MASSA DAN PASAR MODAL Strategi Komunikasi bagi Perusahaan Go Public*.
- Nurudin. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa*.
- Pavlik, J. (2016). Journalism and New Media. In *Journalism and New Media*. <https://doi.org/10.7312/pavl11482>
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi* (edisi revi). www.simbiosarekatama.co.id
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian* (T. A. Prabawati (ed.)). CV.ANDI OFFSET.
- Romli, A. S. M. (2015). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2013). MASS MEDIA. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Shen, D. (2008). *Digital Media : The Next Web Frontier* Henky Agusleo (Issue November).
- Silalahi, U. (2012). *METODE PENELITIAN SOSIAL*.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA CV.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Jurnal :

- Arianti, G. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 180.
<https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.21>
- Chita Putra, R. F., Muljono, P., & Fatchiya, A. (2016). Kepuasan Siswa Sma (Peserta Program Kunjungan) Terhadap Kinerja Media Promosi Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 13(2), 64–72. <https://doi.org/10.46937/13201513780>
- Firdausi, T. I., & Putri, K. Y. S. (2021). MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNJ ANGKATAN 2019 DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM E-mail : media untuk membantu kegiatan sehari-hari mudah diakses dimanapun , kapanpun yang beragam membuat penggunaanya setiap tahun media sosial di Ind. *Jurnal Common*, 5(1).
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/4033>
- Nathania, N., & Rusdi, F. (2019). Studi Kesenjangan Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun @tmcoldametro di Instagram. *Koneksi*, 2(2), 486.
<https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3927>
- Panjaitan, J. E. R. (2021). Sosio-demografi dan Kepuasan Pengguna Podcast di Indonesia. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 9(1), 13–23. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v9i1.155>
- Pratama Putra, R., & Rachma Putri, Y. (2015). Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Pemanfaatan Situs Smb.Telkomuniversity.Ac.Id Sebagai Media Informasi. *Jurnal Sositologi*, 14(1), 77–88. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.1.9>
- Riyanto. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA INTERNET TERHADAP KEPUASAN KHALAYAK MEDIA. *Inter komunika Jurnal Komunikasi*, 2, 61–70.
- Setya Tumewu, M. C. I., & Kurniasari, N. (2022). Motif Dan Kepuasan Komunitas Acid Pada Media Sosial Discord Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 25–37. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1680>
- Zulvia, P., Haryanto, N. D., & Buana, A. A. P. (2022). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Perbaikan Kualitas Informasi Di Kompas.Com. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(2), 81–94. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4734>
- Papacharissi, Zizi & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 282–300.
<https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402>
- Willianti, C., & Oktavianti, R. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Followers @pluffyschoice). *Prologia*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6205>
- Hardyanti, W. (2017). Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang. *Jurnal Sospo*, 180 - 201.

Website :

- Finaka, A. W. (2023). Media Digital Semakin Mendominasi.
[https://indone\(Finaka, 2023\)siabaik.id/infografis/media-digital-semakin-mendominasi](https://indone(Finaka, 2023)siabaik.id/infografis/media-digital-semakin-mendominasi).
- Pratama, R. A. (2023, 2 4). Jumlah Media Cetak Terus Merosot, Pers Hadapi Tantangan Distribusi.
<https://katadata.co.id/rezsaaji/berita/63ddda9326a15/jumlah-media-cetak- terus- merosot-pers-hadapi-tantangan-distribusi>.
- Pusparisa, Y. (2021, 6 29). Mayoritas Masyarakat Indonesia Akses Berita Lewat Ponsel.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/masyarakat-indonesia- mayoritas-akses-berita-lewat-ponsel>.
- Redaksi. (2023, 2 7). Pembaca Media Online Jawa Timur Masih Rendah.
<https://bacaini.id/pembaca-media-online-jawa-timur-masih-rendah/>.
- Rohman, M. F. (2023, 2 25). Dukung Gelaran Jatim Media Summit 2023, Gubernur Khofifah: Agar Media Online di Jatim Naik Kelas.
<https://pilar.id/dukung- gelaran-jatim-media-summit-2023-gubernur-khofifah-agar-media-online-di- jatim-naik-kelas/>.
- Similarweb.com