

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian di lapangan mengenai motif penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif kognitif penggunaan media sosial Instagram menunjukkan adanya pemenuhan kebutuhan informasi berasal dari pertukaran informasi (*sharing*) yang menjadi sisi menarik Instagram, adanya kebutuhan mencapai tingkat ideasional dengan melakukan penyortiran konten sehingga apa yang ditampilkan merupakan pencitraan ideal serta mencapai tingkat emosional sebagai upaya mencari perhatian sekaligus memenuhi kesenangan emosional.
2. Motif afektif penggunaan media sosial Instagram ditunjukkan melalui keinginan memperoleh pengalaman baru berdasarkan konten orang lain, keinginan mendapatkan respon pada konten yang diunggah, keinginan akan pengakuan atas *image* pemilik akun sehingga mendorong realitas semu, serta keinginan akan rasa aman berupa perasaan tenang ketika menggunakan Instagram.

5.5 Saran

Berdasarkan temuan penelitian di lapangan, maka ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan bagi pihak-pihak terkait antara lain:

1. Pengguna Instagram harus siap menerima konsekuensi atas komentar negatif atau yang tidak sesuai dengan harapan dari pengguna Instagram lainnya ketika

konten berupa foto, video, komentar yang diunggah mendapatkan kritikan atau bahkan menjadi bahan cacian, karena ketika konten tersebut telah diunggah di Instagram maka telah masuk ke ruang publik sehingga hal yang bersifat privasi tersebut telah menjadi bagian dari milik publik.

2. Pengguna Instagram harus lebih bertanggung jawab dalam mengunggah berbagai konten di Instagram agar tidak menyakiti atau menyinggung pihak-pihak tertentu karena berbagai bentuk tindakan tidak menyenangkan dan lainnya dapat diperkarakan dengan adanya undang-undang informasi dan transaksi elektronik.
3. Pemilik akun Instagram memiliki kesempatan untuk memanfaatkan keberadaan Instagram sebagai media yang dapat memberikan manfaat bagi dirinya seperti digunakan untuk membangun *link* bisnis, menjaga komunikasi dengan pihak-pihak tertentu, membuka jalinan pertemanan baru atau lainnya yang dapat dikelola dengan lebih baik oleh masing-masing pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (cetakan kedua). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Cetakan kesembilan). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- _____. 2008. *Sosiologi Komunikasi: teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (cetakan ketiga). Bandung: Kencana Prenada Media Group.
- DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (cetakan ketiga). Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Gurnelius, Susan. 2011. *30-Minute Sosial Media Marketing*. McGraw-Hill Companies.
- Hamidati, Anis; dan Junaedi, Fajar. 2011. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom) bekerja sama dengan Buku Litera.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Indriani, Eka. 2017. *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. Jurnal Ilmuti.org (1-7).
- Kaplan, Andreas M & Michael Haenlein. 2010. *Journal "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media"*. Business Horizons 53 (1): 59–68.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.

- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Cetakan kedua puluh sembilan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2006. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian* (cetakan kesembilan). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pavlik, John Vernon. 2001. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*. Jurnal Communication, Vol.VIII, No.1, April 2017, 51-65.
- Rahim, Muhammad; Endang Erawan; Johantan Alfando. 2018. *Motif Penggunaan Instagram Story Pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 3, 2018: 263-275.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi* (cetakan kedua puluh tujuh). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramanigopal, C. S.; G. Palaniappan; N. Hemalatha. 2012. *Social Networking: Problems and Prospects of the Knowledge Society*. International Journal of Research in Management, Economics and Commerce, Vol. 2, Issue 2 February: 116-129.
- Sakinah. 2018. *Selebgram: Meraih Popularitas Melalui Dunia Maya*. Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia, Vol.3. No.1 (48- 71).
- Satori, Djam'an & Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cetakan keenam). Bandung: Alfabeta.
- Severin, Warner & James W. Tankard Jr. 2011. *Communications: Theories, Origins, Methods, Uses in Mass Media* (*Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media massa*. Terj. Sugeng Hariyanto, cetakan kelima). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siddiqui, Shabnoor & Tajinder Singh. 2016. *Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects*. International Journal of Computer Applications Technology and Research Vol 5, Issue 2: 71-75.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

Soehartono, Irawan. 2011. *Metode Penelitian Sosial: Suatu teknik Penelitian Bidang kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya* (cetakan kedelapan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ketujuh belas). Bandung: Alfabeta.

Syahreza, M. Fachri & Irwan Syari Tanjung. 2018. *Motif dan Pola penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan UNIMED*. Jurnal Interaksi, Vol.2, No.1, Januari 2018: 61-84.

Watie, Errika Dwi Setya. 2011. *Komunikasi dan Media Sosial*. Jurnal The Messenger, Vol.III, No.1, Edisi Juli: 69-75.

Widiastuti, Tuti. 2016. *Rekayasa Gambar Diri Remaja dalam Mencapai Pengakuan Sosial di Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.14, No.3, September-Desember 2016: 215-224.016: 215-224.

Sumber Online:

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma & Reska K. Nistanto. 2019. *Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia*. Diakses dalam situs <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia>, pada 9 Mei 2019, pukul 22.18 WIB.

Wahyunanda Kusuma Pertiwi & Reza Wahyudi. 2018. *Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia*. Diakses dalam situs <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>, pada 1 Agustus 2019, pukul 12.10 WIB.



KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

Nama Mahasiswa
Fakultas
Program Studi
Tingkat
Semester Akademik / Semester
Pembimbing
Judul Skripsi

: 20150400014
: KEVIN AZARIA INTAN
: Sosial dan Humaniora
: Ilmu Komunikasi
: Strata Satu
: 2018/2019 Genap
: Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
: **Motif Penggunaan Media Sosial Instagram dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma**

Tanggal	Catatan	Paraf
20/02 ¹⁹	Revisi Bab 1	
27/02 ¹⁹	Pembahasan Bab 2	
15/03 ¹⁹	Revisi Bab 2	
22/03 ¹⁹	Pembahasan Bab 3	
19/04 ¹⁹	Revisi Bab 3	
5/05 ¹⁹	Pembahasan Lampiran, tabel, gambar	
6/05 ¹⁹	Pembahasan Penyusunan	
17/06 ¹⁹	Revisi Bab 4	
20/06 ¹⁹	Revisi Bab 4	
26/06 ¹⁹	Revisi Bab 5, Penyelesaian	

Tanda Tangan,
Program Studi,

Mad Husni Mubarak, S.Pd., M.IKom

Tangerang, 27 Juni 2019
Pembimbing,

Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom