

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan paparan peneliti dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai motif *followers* akun Instagram @wwf_id dapat disimpulkan bahwa, motif *followers* mengakses akun Instagram @wwf_id adalah *Information Seeking*.

Motif Responden yang paling tinggi dalam mengakses akun Instagram @wwf_id adalah *Information Seeking*, maka dari itu peneliti menyimpulkan *followers* akun Instagram @wwf_id mengakses Instagram WWF Indonesia @wwf_id untuk mencari informasi mengenai perlindungan alam.

Karena keberagaman informasi perlindungan alam yang diberikan Responden gemar mengakses Instagram khususnya akun @wwf_id. Setelah motif *Information Seeking* urutan tertinggi hingga terendah motif lain yang muncul adalah (2) motif *entertainment*, (3) motif *expression of opinions*, (4) motif *communicatory utility*, dan (5) motif *pass time*

Dapat disimpulkan juga bahwa jenis kelamin yang paling dominan adalah jenis kelamin perempuan dengan usia sekitar 21 – 24 tahun, Responden yang berasal dari luar Surabaya merupakan Responden terbanyak yang diperoleh peneliti. Responden memiliki frekuensi akses media sosial 5 – 10 jam dalam sehari, dengan media sosial Instagram sebagai media sosial yang paling sering diakses.

5.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian, maka beberapa yang saran peneliti berikan berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah

5.2.1. Saran Akademik

Saran akademik dari penelitian ini adalah bagi peneliti selanjutnya agar meneliti lebih lanjut *followers* dengan akun yang berbeda. Penelitian ini juga dapat disempurnakan dengan menggunakan metode penelitian lainnya.

5.2.2. Saran Praktis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu tinjauan dan evaluasi bagi pihak WWF Indonesia agar dapat terus menjadi media komunikasi online yang baik dan efektif bagi khalayak pengguna Instagram, khususnya *followers* akun @wwf_id maupun pihak WWF Indonesia sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Alyusi Shiefti Dyah, 2016. *Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*.

Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Darmawan Deni, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Kriyantono Rachmat, Ph.D., 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.

Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Kriyantono Rachmat, Ph.D., 2012. *Public Relation Writing*.

Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nasrullah Rulli, M.Si., 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*.

Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nurudin, 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*.

Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rohmadi Arif, 2016. *Tips Produktif Ber-social Media*.

Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ruslan Rosady, 2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Kominukasi*.

Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Santoso Edi., Setiansah Mite, 2012. *Teori Komunikasi*.

Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sarwono Sarlito W., 2012: *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.

Severin Werner J., Tankard James W, 2014. *Teori Komunikasi Sejarah Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*.

Jakarta: Prenadamedia Group.

Silalahi Ulber, 2012. *Metode Penelitian Sosial*.

Bandung: PT. Refika Aditama.

Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian (2006). *Metode Penelitian Survey*.

Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, anggota IKAPI

Sulianta Feri, 2015. *Keajaiban Sosial Media*.

Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sugiyono, Dr. Prof (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*,

Bandung: Alfabeta,CV

Whiting, A., & Williams, D. (2013). *Why people use social media: a uses and gratifications approach*, 366 – 367.

Sumber Online:

<https://www.apiji.or.id/content/utama/39>**diakses tanggal 20 Januari 2017
pukul 22.08 WIB.**

<http://www.wwf.or.id/>**diakses tanggal 27 Oktober 2017 pukul 19.53
WIB**

https://www.instagram.com/wwf_id/**diakses tanggal 07 Januari 2018
pukul 14.03**

<http://www.greenpeace.org/seasia/id/about/>**diakses tanggal 07 Januari
2018 pukul 14.40**

https://www.unicef.org/indonesia/id/overview_3108.html**diakses tanggal
07 Januari 2018 pukul 14.17**

<http://profauna.net/id/tentang-profauna/apa-itu-profauna> **diakses tanggal 07
Januari 2018 pukul 14.32**

Sumber Wawancara:

Mochamad Gautama. Vanue Officer WWF, tanggal 28 Oktober 2017 pukul 11.47

Lucy. Tim Sosial Media WWF Indonesia, tanggal 06 April 2018 pukul 14.52

Aufa (19), *followers* @wwf_id 23 Januari 2018 pukul 22.30

Fathir (27), *followers* @wwf_id 24 Januari 2018 pukul 18.07

Fina (20), *followers* @wwf_id 24 Febuari 2018 pukul 19.52.

Iwan (25), *followers* @wwf_id 13 Febuari 2018 pukul 21.50

Meilinda (22), *followers* @wwf_id 24 Febuari 2018 pukul 17.43

Delvin. 0815677348911 wawancara tanggal 20 Oktober 2017 pukul 17.38

Patrick. 0822601511103 wawancara tanggal 20 Oktober 2017 pukul 19.00