

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai preferensi generasi *millennial* Surabaya dalam mengakses informasi *fashion* melalui media sosial, dapat disimpulkan bahwa jenis media sosial yang menjadi pilihan utama bagi generasi *millennial* Surabaya untuk mengakses informasi *fashion* adalah *social network* dan sebagai pilihan kedua adalah *online communities and forum*. Generasi *millennial* Surabaya yang mengakses informasi *fashion* berusia 19-24 tahun memilih menggunakan *social network* dengan aplikasi Instagram, kemudian pilihan aplikasi kedua adalah Youtube, dan pilihan ketiga adalah Facebook.

Generasi *millennial* yang menggunakan sosial media instagram untuk mengakses informasi *fashion* paling banyak adalah bejenis kelamin perempuan yang bekerja sebagai pegawai swasta dan wiraswasta. Dalam satu hari, mereka menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial selama >7 jam. Generasi *millennial* menggunakan jenis media sosial *social network* dengan aplikasi instagram yang tujuannya untuk mencari inspirasi mengenai *fashion*. Sedangkan jenis media sosial yang menjadi pilihan kedua adalah *online communities and forum* dengan aplikasi Whatsapp, aplikasi yang menjadi pilihan kedua adalah Line, dan yang ketiga adalah Facebook Messenger.

V.2. Saran

Dalam penelitian ini, peneliti memberi saran mengenai preferensi generasi *millenial* Surabaya dalam mengakses informasi *fashion* melalui media sosial, berupa saran akademis dan saran praktis.

V.2.1. Saran Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan di masa yang akan datang, akan ada penelitian yang meneruskan penelitian ini lebih mendalam dengan menambahkan *audience rating* dan dengan penarikan sampel non probability. Penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan menambahkan media lainnya.

V.2.2. Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi generasi *millennial* Surabaya yang akan mengakses informasi *fashion* menggunakan media sosial baik itu *social network* maupun *online communities and forum*. Diharapkan di masa yang akan datang semakin banyak media sosial dengan kegunaan yang lebih beragam sehingga informasi yang didapat lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Fiske, John. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 3. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa
- Kotler, Philip dan Lane Keller. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Lipschultz, Jeremy Harris. (2015). *Social Media Communication : Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. New York : Routledge.
- MarComm, MIX. (2018). *Millenials*. Jakarta : Fantasioous xLoveable.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail: McQuail's Mass Communication Theory (edisi 6, buku 2)*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Motion, Judi, Robert L. Heath, & Shirley Leitch. (2016). *Social Media and Public Relations*. New York : Routledge.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Rahmawati, Destiana. (2018). *Millenials and I-Generation Life*. Yogyakarta : Laksana.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sari, E.S. (1993). *Audience Research: Pengantar Stidi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa*. Yogyakarta : Andi Offset

Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2006). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.

Vivian, John. (2015). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Kencana

Winarno, Edy et.al. eds. (2015). *Panduan Lengkap Berinternet*. Jakarta : PT Elex Media Komutindo.

JURNAL

Budiyono. (2016). "Media Sosial dan Komunikasi Politik : Media Sosial sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017." *Jurnal Komunikasi*, Vol. 11, No.1, 47-48.

Faqiah, Fatty et.el. (2016). "Youtube Sebagai sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No.2, 259-260.

Harahap, Halomoan. (2017). "Preferensi Masyarakat Jabodetabek dan Faktor Yang Mempengaruhinya." *Jurnal Studi Komumikasi dan Media*, Vol. 21, No.1, 46-47.

Kharina & Amsal Amri. (2017). "Preferensi Orang Tua Terhadap Tayangan Edukatif di Televisi Dalam Pendampingan Anak Menonton Televisi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP UnsyiahI*, Vol. 2, No.4, 114.

Kusuma, Satria. (2016). "Posisi media Cetak Di tengah Perkembangan Media Online Di Indonesia." *Interact*, Vol. 5, No.1, 62-63.

Nugraheni, Yuli & Anastasia Yuni. (2017). "Sosial Media Habbit Remaja Surabaaya." *Jurnal Komunikatif*, Vol. 6, No.1, 17-18.

- Palupiningstyas, Zaskia Fardina. (2013). "Preferensi Audiens Terhadap Elemen-Elemen Iklan TVC Produk Teh Pucuk harum 2013." *Commonline Departemen Komunikasi*, Vol. 3, No.3, 675.
- Riyantini, Rini & Sherra Triarosdianan. (2015). "Efektivitas Infografis media Online (Survey Pemberitaan Tempo.co Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III).", Vol. 26, No.1, 54-55.
- Sabani, Noveliyati. (2018). "Generasi Millenial dan Absurditas Debat Kusir Virtual." *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, Vol. 48, No.1, 95.
- Silvana, Hana. (2010). *Komunikasi Antarbudaya Para Surfer di Lokasi Pariwisata Pantai Batukaras*. Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Langlangbuana. Edisi 20
- Sugianto, Raphael Vivaldo & Ritzky Karina M.R Brahmana. (2018). "Pengaruh Self-Congruity, Curiosity, dan Shopping Well-Being Terhadap Pola Konsumsi Fast Fashion pada Generasi *Millennial* Surabaya." *Program manajemen bisnis*, Vol. 6, No.1, 1.
- Watie, Erika Dwi Setya. (2011). "Komunikasi dan media." *The Messenger*, Vol. 3, No.1.
- Wicaksono, M. Arif. (2017). "Pengaruh Media Sosial Instagram@wisatadawahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers." *JOM FISIP*, Vol. 4, No.2, 7.

Web

- Abidin, Zumrotul. (2016). “Hasil Penelitian: 83 Persen Remaja di Surabaya Tidak Bisa Lepas Dari Media Sosial.” Dari <http://kelanakota.suarasurabaya.net/news/2016/172190-Hasil-Penelitian-83-Persen-Remaja-di-Surabaya-Tidak-Bisa-Lepas-dari-Media-Sosial> , diakses pada 27 Maret 2019.
- Anwar, Muhammad Choirul. (2019). “Apa itu BBME yang Menggantikan Blackberry Messenger?.” Dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190419143932-37-67733/apa-itu-bbme-yang-gantikan-blackberry-messenger>, diakses pada 13 Agustus 2019.
- Azam, Moch. (2019). “Apa itu Messenger. Bagaimana Sejarah dan Fitur-fitur yang Diberikan oleh Messenger.” Dari <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-messenger/> , diakses pada 19 Februari 2019.
- Baidowi, Ardilas. (2014). “ Apa itu Line. Pengertian/Arti Katanya adalah – Android.”dari <http://www.ardilas.com/2014/10/apakah-itu-aplikasi-messenger-chatting-pesan-line-pengertian-arti-maksud-adalah-kata-android.html> , diakses pada 20 Februari 2019.
- DataBoks. (2018).” Prodok Fesyen dan Kecantikan Paling Diminati DiBelanja Online.” dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/07/produksi-fesyen-dan-kecantikan-paling-diminati-di-belanja-online> , diakses pada 22 September 2019.
- Dirgantara, Irianto Bina. (2019). “Mulai 31 Mei 2019, Blackberry Messenger akan dihapus. “ dari

- <https://www.unbox.id/video/mulai-31-mei-2019-blackberry-messenger-akan-dihapus/> , diakses pada 13 Agustus 2019.
- Haryoprast. (2017). “Pola Perilaku Konsumen Terkini. Ada Pergeseran.” Dari <https://haryoprast.com/2017/08/21/pola-perilaku-belanja-konsumen-terkini-ada-pergeseran/> , diakses pada 18 Februari 2019.
- Indonesia, proofn. (2017). “Bagaimana Preferensi Komunikasi Generasi Millenial dalam Dunia Kerja.” Dari <https://blog.proofn.id/bagaimana-preferensi-komunikasi-generasi-milenial-dalam-dunia-kerja-30fe58ae628c> , diakses pada 15 Februari 2019.
- Internet, Alexa. (2019). “Top Sites in Indonesia.” Dari <https://www.alexa.com/topsites/countries/ID> , diakses pada 23 Februari 2019.
- Josina. (2017). “Medsos Jadi Andalan Millenial dalam mengais Informasi.” Dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3716740/medsos-jadi-andalan-milenial-dalam-mengais-informasi> , diakses pada 15 Februari 2019.
- Khoirunnisa. (2018). “Ini 8 Fitur Baru BBM 2018.” Dari <https://selular.id/2018/01/ini-8-fitur-baru-bbm-2018/> , diakses pada 13 April 2019.
- Musofa, Dwi Zain. (2013). “Ketika media cetak mulai tergusur media online.” Dari <https://m.merdeka.com/teknologi/tekmat-is-ketika-media-cetak-mulai-tergusur-media-online.html> , diakses pada 17 Februari 2019.
- Prihatin, Intan Umbari. (2015). “Media cetak Indonesia bertumbangan, ada indikasi sindrom menular.” Dari

- <https://m.merdeka.com/peristiwa/media-cetak-indonesia-bertumbuhan-ada-indikasi-sindrom-menular-bisnis-media-massa-indonesia.html> , diakses pada 28 Februari 2019.
- Romdlon, Nur. (2016). “Aplikasi Chatting Bernama Telegram Yang Punya Karakteristik Mirip Banget Dengan WhatsApp.” Dari <https://www.brilio.net/gadget/10-keunggulan-telegram-dibandingkan-whatsapp-yang-jarang-orang-tahu-1605055.html#>, diakses pada 13 April 2019.
- Setya, Tryning Rahayu. (2016). “Profil Sinar Harapan.” Dari <https://m.merdeka.com/sinar-harapan/profil/> , diakses pada 28 Februari 2019.
- Surabaya.co.id. (2018). “Pemkot Surabaya Kembali Raih Penghargaan Kihajar Kategori Utama.” Dari <https://www.surabaya.go.id/id/berita/49430/pemkot-surabaya-kembali-raih-pe> , diakses pada 24 Februari 2019.
- Wijaya, Ketut krisna. (2014).”Survei Website E-Commerce Paling Populer di Indonesia.” Dari <https://id.techinasia.com/survei-website-ecommerce-populer-indonesia> , diakses pada 22 September 2019.
- Wijayanto, Nanang et.al. (2019). “Hampir Semua Ritel Beralih ke Toko Online.” Dari <https://economy.okezone.com/read/2019/01/30/320/2011244/hampir-semua-ritel-beralih-ke-toko-online> , diakses pada 18 Februari 2019.
- Winarso, Bambang. (2015). “Apa itu Jejaring Sosial Pinterest.” Dari <https://dailysocial.id/post/apa-itu-pinterest> 19 Februari 2019.

- Zebua, Ferdinand. (2017). "Laporan DailySocial:Survey Instant Messaging 2017." Dari <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-instant-messaging-2017>, diakses pada 12 April 2019.-
- Zuhra, Wan Ulfa Nur. (2017). "Kelahiran Generasi Z, Kematian Media Cetak." Dari <https://tirto.id/kelahiran-generasi-z-kematian-media-cetak-ctLa> , diakses pada 17 Februari 2019.