

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai preferensi generasi millennial Surabaya dalam mengakses informasi trend masa kini melalui media sosial, dapat disimpulkan bahwa jenis media sosial yang menjadi pilihan utama bagi generasi millennial Surabaya untuk mengakses informasi trend masa kini adalah social network dan sebagai pilihan kedua adalah online communities and forum. Generasi millennial Surabaya yang mengakses informasi trend masa kini berusia 15-39 tahun memilih menggunakan social network dengan aplikasi Instagram, kemudian pilihan aplikasi kedua adalah Youtube, dan pilihan ketiga adalah Twitter.

Generasi millennial yang menggunakan sosial media Instagram untuk mengakses informasi trend masa kini paling banyak adalah bejenis kelamin perempuan yang bekerja sebagai mahasiswa. Dalam satu hari, mereka menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial selama >7 jam.

Alasan generasi millennial menggunakan jenis media sosial social network dengan aplikasi Instagram yang tujuannya untuk mencari inspirasi terkait trend masa kini dan adanya fitur untuk sharing/bertanya maupun adanya akun akun yang paling berpengaruh yang terkait informasi trend masa kini. Responden menggunakan aplikasi Instagram karena suka mencari informasi yang berisi gambar atau video, jadi lebih jelas mudah untuk diingat. Sedangkan jenis media

sosial yang menjadi pilihan kedua adalah online communities and forum dengan aplikasi Whatsapp, dan Line

.

V.2 Saran

Dalam penelitian ini, peneliti memberi saran mengenai preferensi generasi millennial Surabaya dalam mengakses informasi trend masa kini melalui media sosial, berupa saran akademis dan saran praktis.

V.2.1 Saran Akademis

Peneliti memberikan saran akademik bagi peneliti selanjutnya meneruskan penelitian ini lebih mendalam dengan menambahkan audience rating yang tidak hanya pada lingkup generasi milenial dan dengan penarikan sampel non probability. Penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan menambahkan media lainnya. Selain itu, juga dapat dilakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif, meskipun dengan responden lebih sedikit namun jawaban yang diperoleh menjadi lebih dalam dan lengkap.

V.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi generasi millennial Surabaya yang akan mengakses informasi trend masa kini 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 beragaam sehingga informaasi yang didapat lebih banyak dan diminati

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Deddy Mulyana, Islaminur Pempasa, Rahim Asyik 2015. Komunikasi Media dan Masyarakat (Membedah Absurditas Budaya Indonesia).
- Drs. Daryanto, & Dr. Muljo Raharjo ST, M.Pd (2015). Teori Komunikasi
- 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 : Fantasio x Loveable. 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 Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsat. Yogyakarta : Andi Offset

Kriyantono, Rachmat. (2012). “Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetak ke-6”.
 Hadirman,Budi, (2018) Ruang Publik , Melacak “Partisipasi Demokratis”
 dari Polis sampai Cyberspace. Pustaka Filsafat.

Hernowo Hasim . (2016) Flow Di Era Socmed : Efek Dahsyat Mengikat Makna.
 Penerbit Kaifa.

Mathews,William (1994) Etika Media Massa dan Kecendrungan untuk
 Melanggarnya. Gramedia Pustaka Utama.

McQuail, Denis. (1994). Teori Komunikasi Massa. Buku.1 Edisi 6 Erlangga.
 Jakarta.

Mulyana,Deddy,. (2011) Komunikasi Lintas Budaya, PT. Remaja Rosdakarya
 Munawar Syamsudin Aan . (2013) Metode Riset Kuantitatif Komunikasi
 Nurudin. (2013). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Raja
 Grafindo Persada

S. Arifianto (2018) Praktik Budaya Media Digital dan Pengaruhnya. CV. Aswaja
 Pressindo.

Silalahi,Ulber, M.A. (2012) Metode Penelitian Sosial. PT. Refika Aditama.
 Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif,
 Kualitatif, dan R&D. CV.Alfabeta. Bandung.

Toto Prihadi. 2013. Analisis Laporan Keuangan Teori dan Aplikasi. Jakarta: PPM
 Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr Teori Komunikasi (Sejarah,
 Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa) .

Sumber Online

<https://www.google.com/search?q=data+sosial+media+yang+sering+digunakan+di+indonesia>

<https://surabayakota.bps.go.id/dynamictable/2018/04/18/23/proyeksi-penduduk-kota-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur-tahun-2019.html>

<https://medium.com/hipe-indonesia/bagaimana-preferensi-komunikasi-generasi-milenial-dalam-dunia-kerja-30fe58ae628c>

<https://www.quipper.com/id/blog/tips-trick/generasi-milenial-x-dan-z/>

<https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>
<http://dispendukcapil.surabaya.go.id/>

Sumber Jurnal

- Amelinda, V., Sumiati., & Fatchur, R. 2018. "Preferensi Pelanggan Online Shop Instagram Berdasarkan E-Service Quality Dengan Menggunakan Analisis Cluster Dan A
- Annisa, A., Martha., & Dini, A. 2015. "Pengaruh Aktifitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka). " Vol. 2. No. 2.
- Agus, E., Puwani, I.S., & Nuryani, T, R. 2017. "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo. " Vol. 18. No. 2, 12-24.
- Ascharisa, M, A. 2017. "Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. " Vol. 1. No. 1.
- Fahlevi, Roma. 2017. "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. " Vol. 3. No. 2.
- Pamela, F., Christine, S., Vania, W., Gracia, M., Marcella, C., & Rayini, D. 2016. "Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja." Vol. 5. No. 1, 30-41. Rudy, S. 2013. "Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia. "Vol. 1. No. 2, 355-374.
- Suryono, J., & Astuti. 2013. "Model Media Iklan Potensial Yang Tepat Sasaran Produk Unggulan UKM. " Vol. 6. No. 2 nalisis Conjoint. " Vol. 8. No. 1.