

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai motif masyarakat Surabaya dalam mengakses *channel* Youtube BKKBN Official mengenai program Keluarga Berencana, peneliti sudah mengambil beberapa kesimpulan.

Terdapat 10 motif yang mendasari masyarakat Surabaya dalam mengakses channel Youtube BKKBN Official. Motif-motif tersebut adalah motif *social interaction*, motif *information seeking*, motif *pass time*, motif *entertainment*, motif *relaxation*, motif *expression of opinions*, motif *communicatory utility*, motif *convenience utility*, motif *information sharing*, dan motif *knowledge about others*. Motif tertinggi dimiliki oleh motif *information sharing*/ berbagi informasi dengan nilai mean sebesar 3,273. Sedangkan motif terendah yaitu ada pada motif *pass time* sebesar 2,586. Motif *information sharing* menjadi yang tertinggi karena responden menggunakan media sosial untuk saling berbagi informasi satu sama lain. Dalam hal ini dengan menggunakan media sosial Youtube, responden dapat berbagi informasi tentang program KB (Keluarga Berencana) kepada teman dan keluarganya.

Berdasarkan analisis tabulasi silang, pada umur 25-34 tahun sebesar 61,5% memiliki motif *information sharing* tertinggi dan terendah sebesar 100%. Jenis kelamin perempuan dengan motif *information sharing* tertinggi sebanyak

54,2% dan terendah 75%. Sedangkan pada domisili, motif *information sharing* tertinggi terletak pada Surabaya Selatan dengan 28,1% dan terendah pada Surabaya Barat sebesar 75%.

V.2. Saran

Berkaitan dengan penelitian motif masyarakat Surabaya dalam mengakses channel Youtube BKKBN Official mengenai program Keluarga Berencana, berikut saran yang dapat dipertimbangkan:

V.2.1. Saran Akademis

Dalam hal ini diharapkan akan terdapat lebih banyak lagi penelitian mengenai kegunaan teori *uses and gratification* mengenai motif. Penelitian tentang motif dalam lingkup media sosial diharapkan bisa lebih diperkaya dengan memperbanyak penelitian kuantitatif sejenis.

V.2.2. Saran Praktis

Dapat dijelaskan bahwa platform channel Youtube Bkkbn Official bisa untuk mempertimbangkan dalam memperlebar sosialisasi kepada masyarakat. Gencarnya sosialisasi melalui media sosial bisa lebih ditingkatkan kembali agar masyarakat lebih peka terhadap isu-isu mengenai keluarga berencana.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Alyusi, Shiefti Dyah. (2016). *Media Sosial: Interaksi Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Ardianto, E., Erdinaya, L.K. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hartanto, Hanafi. (2015). *Keluarga Berencana dan Kontrasepsi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Naisbitt, John. (1999). *High Tech High Touch*. Jakarta: Penerbit Mizan.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli, Asep S.M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger, Teknik SEO dan Tips Media Sosial)*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Retika Aditama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suryanto. (2018). *Kapita Selekta Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

JURNAL:

- Alfi. (2015). "Pengaruh Motif Menonton Berita Olahraga Kabar Arena di TVOne Terhadap Kepuasan Menonton Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau". *JOM FISIP*. 2 (2). 1-15.
- Atika, Lubis, D.P. & Rangkuti, P.A. (2017). "Tingkat Pemenuhan Informasi Petani Melalui Radio Komunitas". *Jurnal ASPIKOM*. 3 (3). 435-446.
- Fitriawardhani, Tira. (2017). "Pemanfaatan Social Media Sebagai Sarana Komunikasi Keluarga Dalam Upaya Meminimalisir Perilaku Menyimpang pada Masyarakat di Surabaya". *Jurnal Cakrawala*. 11 (2). 181-194.
- Hardyanti, Winda. (2017). "Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesenjangan Kepuasan Membaca Situs eramuslim.com

- Di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang”. *Jurnal Sospol*. 3 (1). 180-201.
- Hidayatullah, M. Taufiq. (2018). “Kesenjangan Motif dan Kepuasan Menonton Channel Youtube “ Kok Bisa?” dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Riau”. *JOM FISIP*. 2 (2). 1-12.
- Izzati, Afifah Nurul, Pratama, A., Aristamy, I.M., Najwa, N.F. & Rakhmawati, N.A. (2018). “Kategorisasi Jenis Interaksi Pemerintah dan Masyarakat Serta Popularitas Media Sosial Pemerintah Daerah”. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*. 14 (1). 1-8.
- Jati, Rocky Prasetyo, & Herlina, M. (2013). “Hubungan Antar Radio Streaming Dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di PT. MNC Skyvision Jakarta”. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*. 2 (1). 589-602.
- Linardi, Lea Natasha. (2015). “Kepuasan Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Tayangan Stasiun Dangdut di JTV”. *Jurnal E-Komunikasi*. 3 (1). 1-11.
- Mooy, Ryzki Mentari Putri. (2015). “Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”. *Jurnal E-Komunikasi*. 3 (2). 1-12.
- Nofanry, Rifki. (2015). “Kepuasan Khalayak Terhadap Isi Berita Tabloid Otomotif”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. XIV (2). 110-200.
- Pradita, Anggi. (2017). “Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru”. *JOM FISIP*. 4 (2). 1-12.
- Sari, Dini Riyantini, Sekarwana, N., Hinduan, Z.R., & Sumintono, B. (2016). “Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan Tenaga Pelaksana Eliminasi Menggunakan Pemodelan Rasch”. *JSK*. 2 (1). 47-55.
- Sundar, Shyam S., & Limperos, Anthony M. (2013). “Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 57 (4). 504-525.
- Suleman. (2013). “Pemanfaatan ICT (Information and Communication Technology) dalam Promosi Pariwisata Indonesia”. *Jurnal Komputer dan Informatika Akademi Bina Sarana Informatika Yogyakarta*. 1 (1).
- Whiting, Anita & Williams, David. (2013). “Why people use social media: a uses and gratification approach”. *Qualitative Market Research: An International Journal*. 16 (4). 362-369.

INTERNET:

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2018). “Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018”. Diakses pada tanggal 11 Juni 2020 dari <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- BKKBN. “Visi dan Misi”. Diakses 13 Juni 2020 dari <https://www.bkkbn.go.id/pages/visi-dan-misi>
- BPS Kota Surabaya. (2019). “Proyeksi Penduduk Kota Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur Tahun 2019”. Diakses 15 April 2020 dari

- <https://surabayakota.bps.go.id/dynamictable/2018/04/18/23/proyeksi-penduduk-kota-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur-tahun-2019.html>
- Carnelian, Chikitta. (2019). "8 Jenis Aplikasi Berguna untuk Mengisi Waktu Luang | Lupakan Dulu Media Sosial!". Diakses pada tanggal 16 April 2020 dari <https://www.rukita.co/stories/aplikasi-terbaik-iphone-android/>
- Dahono, Yudo/AB. (2019). "Ini Aneka Pengaruh Negatif Media Sosial". Diakses 13 Juni 2020 dari <https://www.beritasatu.com/nasional/550696-ini-aneka-pengaruh-negatif-media-sosial>
- Dispendukcapil Surabaya. "Statistik Kependudukan". Diakses pada 11 Juni 2020 dari http://dispendukcapil.surabaya.go.id/stat_new/index.php
- Don/Ono. (2019). "Perceraian di Jatim Tinggi, BKKBN Singgung Kelompok Milenial Begini". Diakses pada tanggal 23 Januari 2020 dari <https://www.wartabromo.com/2019/12/15/perceraian-di-jatim-tinggi-bkkbn-singgung-kelompok-milenial-begini/>
- Ihsan, Danang Nur. (2020). "Laki-Laki Muda Mayoritas Masih Single, Perempuan Banyak yang Sudah Nikah". Diakses 11 Juni dari <https://www.solopos.com/laki-laki-muda-mayoritas-masih-single-perempuan-banyak-yang-sudah-nikah-1040370>
- Jahang, Ferry. (2016). "Kenapa Wanita Malas Ikut Program KB". Diakses 12 Juni dari <https://kupang.tribunnews.com/2016/09/28/kenapa-wanita-malas-ikut-program-kb>
- Newswire. (2018). "Perempuan Indonesia Paling Banyak Gunakan Internet untuk Media Sosial". Diakses 13 Juni dari <https://m.bisnis.com/bola/read/20181128/105/863944/perempuan-indonesia-paling-banyak-gunakan-internet-untuk-media-sosial>
- Purba, Tika Anggreni. (2018). "Berikut Kegiatan Produktif yang Bisa Dilakukan Saat Senggang". Diakses pada tanggal 16 April 2020 dari <https://lifestyle.bisnis.com/read/20181205/220/866540/berikut-kegiatan-produktif-yang-bisa-dilakukan-saat-senggang>
- Riyanto, Andi Dwi. (2019). "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2019". Diakses 12 Maret 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
- S, Riki. (2019). "BKKBN Sumbar Ajak Pasangan yang Baru Menikah Mengaplikasikan Moto 'Dua Anak Cukup'". Diakses pada tanggal 23 Januari 2020 dari <http://news.klikpositif.com/baca/48866/bkkbn-sumbar-ajak-pasangan-yang-baru-menikah-mengaplikasikan-moto--dua-anak-cukup->
- Sulaiman, M.Reza. (2020). "BKKBN Ungkap Alasan Hanya 5 Persen Suami yang Ikut Program KB". Diakses 11 Juni 2020 dari <https://www.suara.com/health/2020/05/11/193121/bkkbn-ungkap-alasan-hanya-5-persen-suami-yang-ikut-program-kb>
- Tempo.co. (2017). "Survei Media Sosial di Inggris: Youtube Berdampak Paling Positif". Diakses pada tanggal 15 April 2020 dari <https://tekno.tempo.co/read/878873/survei-media-sosial-di-inggris-youtube-berdampak-paling-positif/full&view=ok>

Widyarti, Yayuk. (2018). "Bingung Mengisi Waktu Luang, Coba 13 Tips Kegiatan Bermanfaat Ini". Diakses pada tanggal 16 April 2020 dari <https://cantik.tempo.co/read/1152518/bingung-mengisi-waktu-luang-coba-13-tips-kegiatan-bermanfaat-ini>
--. www.youtube.com/bkkbnoofficial