

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Melalui temuan data yang diperoleh peneliti menemukan adanya korelasi atau hubungan antar dua variabel terpaan konten dan sikap *followers* dengan keeratan yang rendah namun pasti. Peneliti juga menemukan pengaruh yang signifikan dari terpaan konten media sosial terhadap sikap *followers* Instagram @kokobuncit mengenai kuliner, yakni semakin tinggi terpaan maka sikap juga akan semakin positif.

Pada penelitian ini, responden kurang diterpa oleh konten media sosial Instagram @kokobuncit atau masuk dalam kategori *light viewers*, hal ini mengakibatkan sikap *followers* tidak sepenuhnya positif dikarenakan komponen konatif (tindakan) yang masih sangat rendah, sehingga sikap *followers* tidak sepenuhnya positif. Meskipun *followers* mengetahui atau menyukai konten, tidak menjamin mereka akan membagikan konten atau bahkan memposting ulang dan komen pada konten Koko Buncit. Padahal, ketika *followers* membagikan konten, maka sosialisasi tidak berhenti disitu saja dan dapat menyebar lebih luas.

Selain itu, jenis konten yang sangat diminati oleh *followers* @kokobuncit ialah konten video mengenai kuliner legend, viral dan baru di reels. Hal ini dikarenakan konten tersebut sangat membantu *followers* yang ingin mencari informasi seputar kuliner. Sehingga masyarakat Surabaya *followers* dapat terbantu dengan adanya konten Koko Buncit dalam seputar kuliner.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian yang serupa dapat dilakukan menggunakan objek yang sama namun menggunakan subjek penelitian yang berbeda. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan teori kultivasi pada media sosial dengan pendekatan yang berbeda yakni menggunakan pendekatan kualitatif, dimana dapat diteliti menggunakan wawancara. Peneliti juga menyarankan agar

penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai interaktivitas melalui terpaan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan dasar untuk penelitian selanjutnya mengenai kuliner konten Koko Buncit.

V.2.2 Saran Praktis

Sebagai landasan, peneliti mengajukan beberapa saran kepada konten kreator untuk terus melakukan riset dan pengembangan konten khususnya konten utamanya yaitu kuliner. Serta dengan adanya konten Koko Buncit mengenai kuliner dapat lebih mengeksplor banyaknya makanan yang berbagai macam-macar ciri khas di Indonesia dan *up to date* mengenai tempat kuliner yang viral, legend, dan baru sedang ramai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto Elvinaro. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (5 ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. (2021). *Sikap Manusia* (2 ed.). Pustaka Pelajar.
- Cangara Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2 ed.). Rajawali Pers.
- Creeber, G. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media* 160. New York: UK by Bell & Bain.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Paktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips : Essential Advice & Strategy For Business* (A. Macarthy (ed.)). Andrew Macarthy.
- Moerdijati. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Revka Petra Media.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2019). *Pengantar Komunikasi Massa* (1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Zulmiyetri, & Nurhastuti. (2019). *Penulisan Karya Ilmiah* (1 ed.). Jakarta: Kencana.

Jurnal:

- Afandi. (2021). Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *KOMUNIKOLOGI*, 5(1), 15–28.
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten di Media Sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1, 149–160.
- Aksa Yudha Asmara Dwi. (2015). Pengaruh Media Internal Terhadap Sikap Menerima Informasi Kerja di Kantor Dinas Bea Cukai Rawamangun Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 173-182.
- Aulia, A., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya Pengaruh Terpaan

- Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya. *PROLOGIA*, 6(2), 304–311.
- Awaludin Asep, A. P. (2019). TERPAAN PERSONAL VLOG JURNALRISA PADA MAHASISWA (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF TERPAAN PERSONAL VLOG JURNALRISA DALAM SITUS YOUTUBE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SUBANG YANG AKTIF TAHUN AKADEMIK 2017 DAN 2018). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Hakim, F. (2022). Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa. *PIKMA*, 5(1), 78–85.
- Hasny, F. A. (2021). Pengaruh Terpaan Informasi Pada Whatsapp Messenger Terhadap Kepatuhan Masyarakat Dalam Menyikapi Protokol Kesehatan Covid-19. *Medialog : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4, 232–243.
- Herdono, I., & Ningtyas, A. W. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube “Londokampung” Terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan Pada Subscribers di Surabaya. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 93–101.
- Khalid, A. (2020). Cultivation Effects of Social Media on Cognitive, Social and Moral Skills of Adolescents in Pakistan. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(2), 419–436.
- Maharani, D., Hendrayani, Y., & Mahdalena, V. (2020). PENGARUH ISI PESAN STOP BODY SHAMING PADA SIKAP FOLLOWERS TERHADAP BODY SHAMING. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 112–122.
- Mutie, M. (2023). Terpaan Media Instagram Terhadap Brand Image Pada Followers Akun Instagram @menantea.toko. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 205–217.
- Nafiatun, A. (2022). Pengaruh Terpaan Media Sosial Pada Akun Tiktok Jogjafoodhunter Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(1), 122–134.
- Nevzat, R. (2018). *Reviving Cultivation Theory for Social Media*. 1–13.
- Nugraheni, Y., Finsensius, &, & Purnama, Y. (2014). Cultivation Aanalysis Pengaruh Terpaan Program Sinetron TBNH dan Sikap Ibu-ibu di JawaTimur Mengenai Keluarga Bahagia ((Uji Statistik Deskriptif Konsep Mainstraiming dan Resonance dengan Metode Survei Terhadap Ibu-Ibu di Jawa Timur Penonton Sinetron TBNH). *KOMUNIKATIF*, 3(1), 65–87.
- Pangkey, W. (2022). Pengaruh Penggunaan Facebook Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Menjaga Keamanan dan Ketertiban Kota Manado. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1).

- Tranggono, D. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Followers Akun @nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141–155.
- Vardiansyah, D. (2018). KULTIVASI MEDIA DAN PERAN ORANGTUA: AKTUALISASI TEORI KULTIVASI DAN TEORI PERAN DALAM SITUASI KEKINIAN. *Komunikologi*, 15(1), 64–78.

Website:

- Kemp, S. (2023, Mei 11). Instagram Users, Stats, Data & Trends. Dari Kepios website: <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- We Are Social Hootsuite. 2021. Most Used Social Media Platforms. Diakses pada 10 Mei 2022 melalui [https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5 billion social-media users/](https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/)