BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai tingkat kepuasan *followers* XL dalam mengakses akun @XL123 dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat kepuasan GS yang dikatakan tinggi yaitu pada motif *convenience utility*, motif *information sharing*, motif *information seeking*, motif *expressions of opinions*, motif *entertainment*. Sedangkan untuk GS yang dikatakan sedang yaitu motif *surveillance/knowledge about others* , motif *social interaction*, motif *pass time*, motif *relaxation*, dan juga motif *communicatory utility*.
2. Tingkat kepuasan GO yang dikatakan tinggi yaitu pada kepuasan *convenience utility*, kepuasan *information seeking*, kepuasan *surveillance/knowledge about others*. Sedangkan untuk kepuasan yang dikatakan sedang yaitu pada kepuasan *information sharing*, kepuasan *communicatory utility*, kepuasan *expressions of opinions*, kepuasan *relaxation*, kepuasan *entertainment*, kepuasan *social interaction*.

3. Kepuasan pada tabulasi silang GS dan GO dengan jenis kelamin,usia dan jenis pekerjaan pada responden, pria , usia 15 – 25 tahun, serta pelajar memiliki keinginan lebih tinggi
4. Kepuasan pada tabulasi silang GS dan GO dengan data responden yang paling dilihat dalam akun @XL123 yaitu *tweet* yang paling tinggi.

V.2. Saran

Setelah dilakukan penelitian dan pengamatan, maka saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dibuat dengan segala kekurangan serta keterbatasannya, terdapat kemungkinan bahwa tidak semua motif dan kepuasan dari responden dapat digambarkan dalam seluruh indikator dan pertanyaan yang telah disebar melalui kuisioner oleh peneliti. Banyak kecenderungan bahwa responden mengisi kuisioner dengan tidak sesuai dengan apa yang terjadi terkait mengakses akun @XL123. Penelitian ini juga kedepannya dapat disempurnakan dengan menggunakan metode lainnya.

V.2.2. Saran Praktis

Terdapat tujuh dari 10 indikator tentang kepuasan yang diperoleh responden terkait mengakses akun *twitter* @XL123. Indikator tersebut yaitu : *social interaction* (interaksi social), *information seeking* (pencarian informasi), *entertainment* (hiburan), *relaxation* (relaksasi), *expressions of opinions* (mengekspresikan pendapat), *convenience utility* (keperluan yang efisien), dan *information sharing* (berbagi informasi). Ketujuh indikator tersebut tentang akun *twitter* @XL123 yang belum memenuhi kepuasan responden. Responden merasa akun tersebut hanya sebatas cukup memenuhi motif nya saja, karena dalam nilai interval nya semua indikator tidak ada dalam ketegori rendah.

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu media tinjauan dan evaluasi, bagi PT.XL Axiata agar lebih memperbaiki penyajian akun tersebut agar dapat memuaskan responden nya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Hutton, G., & Fosdick, M,. 2011. The Globalization of Social Media – Consumer Relationships with Brands Evolve in The Digital Space.

Journal of Advertising Research.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis praktis riset komunikasi*.

Jakarta : Kencana prenada Media Group

Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*.

Jakarta: Kencana Prenada Media Group

McQuail, Dennis. (2009) *teori komunikasi massa Mcquail* edisi 6 , buku 2.

Jakarta : Salemba Humanika

McQuail, Dennis. (1987) *teori komunikasi massa* edisi .

Jakarta : Erlangga

Nurudin. (2013). *Pengantar media massa*.

Jakarta : Rajawali Pers

Ruslan, Rosady. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* cetakan kedua. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Ruslan Rosady (1995). *praktik dan solusi public relations dalam situasi krisis dan pemulihan citra*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Singarimbun, Masri., Effendi, Sofian. (2006) *metode penelitian survei*.

Jakarta : Pustaka LP3ES

Soemirat, Soleh., Ardianto, Elvinaro. (2012). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya

Ulber Silalahi, (2009) *Metodologi Penelitian Sosial,*

Bandung : Pt Refika Aditama

Jurnal

Anita Whitting & David William (2013) *why people use social media : a uses and gratifications approach*. Emerald Group Publishing Limited

Online

Liputan6.com. *60% Pengguna XL Berada di Jawa dan Bali***.** diakses pada 01/02/2016 pukul 15.00

SocialBakers.com. Akun Twitter Resmi XL Axiata Raih 1 Juta Followers. diakses pada 2/3/2016 pukul 20.00

Wawancara

Putro Pamungkas, *Corporate Communicatiomn East Region* Surabaya. 10 November 2015 Pk.10.00