

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data di lapangan dan di dukung oleh konsep dan terutama teori persamaan media, penelitian dengan judul “Komunikasi Virtual Pengguna *Instastory* (Studi Deskriptif pada Lima Mahasiswa Universitas Andalas) diperoleh kesimpulan sebagai berikut;

1. Proses komunikasi virtual yang terjadi pada mahasiswa Unand karena mahasiswa tertarik berkomunikasi menggunakan *Instastory* dan tidak bisa lepas kesehariannya dengan *Instastory*. Bagi mahasiswa berkomunikasi melalui *Instastory* tetap bisa merasakan kedekatan dengan orang-orang sekitar walaupun sedang berjauhan kota, oleh karena itu berkomunikasi secara virtual melalui *Instastory* membuat mahasiswa merasakan tetap berdekatan orang-orang yang sedang berjauhan. Komunikasi virtual yang dilakukan pada *Instastory* ini melibatkan pengguna sebagai komunikator dan teman yang ada pada *Instastory* atau yang dikenal dengan *followers* tersebut adalah komunikannya. *Followers* dapat secara langsung menanggapi apa saja hal yang diunggah oleh si pengguna, sehingga terjadi komunikasi virtual yang menyebabkan adanya *feedback* yang terjadi secara terus-menerus.
2. Penggunaan *Instastory* pada mahasiswa Unand dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa mahasiswa aktif dalam menggunakan jejaring sosial *Instastory* yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa

kehadiran *Instastory* menjadi salah satu tempat *sharing*, berbagi informasi, dan tempat berbagi kegiatan sehari-sehari. Mahasiswa yang mempunyai bisnis online shop merasa, dengan mengakses *Instastory*, mereka merasa banyak keuntungan dari mem-*posting* promosi-promosi di *Instastory* dan banyak mendapatkan informasi melalui *Instastory*, bahkan mahasiswa terkadang juga ingin mengikuti perkembangan *trend* pada saat ini, setelah melihat pengguna lainnya.

5.2 Saran

1. Berkomunikasi secara virtual seharusnya tidak untuk hal lelucon saja tetapi untuk hal yang juga bisa berbagi hal yang baik.
2. *Instastory* merupakan bagian dari *Instagram* sebuah jejaring sosial sebaiknya dapat dijadikan alat untuk berkomunikasi bukan untuk *update* hal yang sebagai ajang pamer karena sesuatu yang kita anggap menarik dan baik belum tentu di anggap baik bagi orang lain.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk lebih mengembangkan lebih lanjut pengaruh yang terjadi di jejaring sosial khususnya *Instastory*.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Afrizal. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arifin, Anwar. 2008. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Rajawali pers: Jakarta.
- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Media Kita: Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2006, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Deddy Mulyana, 2002, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT RemajaRosdakarya.
- Fajar Marhaeni, 2009, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Yogyakarta Graha Ilmu, Jakarta Barat Universitas Mercu Buana
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah Rulli, 2015. *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media. PT Remaja Rosda Karya: Bandung
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Panji, Aditya. 2014. *Hasil.Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia*
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.

Rohim Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi. Perspektif, Ragam, Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Jurnal dan Skripsi

Abdi Wildi Cahyani, 2016. *Snapchat Sebagai Ajang Media Eksistensi Diri* (Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Snapchat Sebagai Ajang Media Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Fisip Unpas). Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Pasundan, Bandung.

Arif Ahmad, 2017. *Analisis Sikap Narsisme dalam Aplikasi Instagram* (Studi pada Mahasiswa SMA N 2 Bandar Lampung). Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Primada Qurrota Ayun, 2015. *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial Dalam Membentuk Identitas*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Diponegoro, Semarang.

Taufiqoh Ulit, 2017. *Komunitas Virtual pada Komunitas Online Shop Community Surabaya (Wosco) di Surabaya*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Tri Hastuti Caisari, 2014. *Fenomena Penggunaan Path sebagai Ajang Menunjukkan Eksistensi Diri*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Diponegoro, Semarang



Sumber Internet

<https://www.instagram.com/asihaulianisa> (Di akses pada 06 Maret 2018, 07.41)

<https://www.instagram.com/mymakeupstore22/> (Di akses pada 25 Feb 2018, 14.22)

<https://www.instagram.com/aufarahima> (Di akses pada 07 Maret 2018, 10.05)

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker

(Diberitakan:Kominfo 07/11/2013 – Di akses pada 07/10/2017, 17.07)

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161221151205-185-181269/stiker-baru-dan-pamer-lokasi-di-instagram-stories/>

(Diberitakan Rabu, 21/12/2016 23:07 WIB - Diakses 07/10/2017 18.17)

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-2538258/alkisah-negeri-media-sosial>

(Diberitakan Kamis, 27 Mar 2014 11:26 WIB - Di akses Kamis 22 Maret 2018 17.30)

<https://kbbi.web.id/intensitas> (Di akses pada 17 Juli 2018 17.20)

