

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Setelah melewati proses penelitian dan pemaparan data serta analisis data di atas, untuk menjawab kesimpulan dari hasil penelitian tersebut maka berikut ini peneliti memaparkan kesimpulan-kesimpulan dari penelitian tersebut. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Instagram* sudah menjadi bagian dari keseharian para Alumni Prodi Ilmu Komunikasi Unwira angkatan 2016. *Instagram* digunakan sebagai panggung untuk membangun suatu citra tertentu. Informan mengaku tidak memiliki maksud untuk menjadi terkenal atau dikenal banyak orang melalui akun *Instagram* mereka, namun faktanya ada kesan-kesan tertentu yang berusaha mereka pertahankan melalui akun *Instagram* masing-masing

Instagram stories juga mempengaruhi kehidupan para Alumni Prodi Ilmu Komunikasi Unwira angkatan 2016 dalam hal ini *Instagram Stories* sebagai media representasi diri. Melalui *Instagram Stories* pengguna dapat menunjukkan sisi diri yang lain. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya *Instagram Stories* dalam kehidupan para Alumni Prodi Ilmu Komunikasi Unwira angkatan 2016.

Berdasarkan hasil penelitian juga peneliti menyimpulkan bahwa parapengguna dalam hal ini Alumni Prodi Ilmu Komunikasi Unwira angkatan 2016 terikat secara emosional dengan realitas maya atau semu yang didapat dari *instagram*. Melalui *Instagram Stories* pengguna menampilkan realitas lain dari kehidupan nyata.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka pada bagian ini peneliti memiliki beberapa saran atas kesimpulan-kesimpulan tersebut. Dalam bidang akademis, peneliti memiliki saran yakni bagi calon peneliti yang ingin melakukan penelitian mengenai media sosial agar menerapkan perspektif yang berbeda dengan menggunakan analisis fenomenologis. Selain itu peneliti juga memiliki saran bagi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira untuk menambah pengetahuan mengenai media sosial dan penelitian *fenomenologis* sehingga penelitian-penelitian selanjutnya lebih disempurnakan dari penelitian yang telah dilakukan sebelum- sebelumnya. Bagi pembaca yang tertarik dengan penelitian analisis *fenomenologis* media sosial bisa mencoba mencari tahu tentang *self-discourse*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bachtiar, Irmah Halimah dan Nurfadila. 2019. *Akuntansi Dasar Buku Pintar Untuk Pemula*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Deepublish.
- Diamond. 2015. *The Visual Marketing Revolution*, Jakarta : Serambi. Farid, Muhammad. 2018. *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Nusantara.
- Jhonson, Cinthya. 2019, *Platform: The Art and Science of Personal Branding*,
Lorena Jones Books: Illustrated Editions.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisionall ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2013. *Psikologi Komunikasi: individu hingga massa*. Jakarta : Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nicolaus Driyarkara, A. Sudiarja. 2006. *Karya Lengkap Driyakara*. Gramedia PustakaUtama
- Nurhalimah, Sitti dkk. 2019. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Raharjo, Fraco Siswiyanto. 2019 *The Master Book of Personal Branding*,
Yogyakarta: Quadrant
- Sukendro, Gregorius dkk. 2022. *Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal Online dan Artikel

<http://repository.radenfatah.ac.id/>, di akses pada 6 Oktober 2022

<http://repository.radenfatah.ac.id/4627>, diakses pada 7 Oktober 2022.

<https://kominfo.go.id>, diakses pada 7 Oktober 2022.

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle>, diakses pada 7 Oktober 2022

<https://tekno.kompas.com>, diakses pada 7 Oktober 2022

<https://media.neliti.com/media/publications/197920-none.pdf> [diakses pada tanggal 6 Oktober 2022](#)

<http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/26351>, diakses pada tanggal 6 Oktober 2022

<http://bonarsitumorang.com/2016/03/jean-baudrillard-hiperrealitas>, diakses pada 6 Oktober 2022

<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>, diakses pada tanggal 6 Oktober 2022

<https://binus.ac.id/malang/2017/09/instagram-dan-gaya-hidup/>, diakses pada tanggal 7 Juni 2023

<https://komunikasi.fisip.undip.ac.id/v1/kemahasiswaan/profil-hubungan-alumni-2/>

diakses pada tanggal 7 Juni 2023

https://www.pricebook.co.id/article/tips_tricks/8143/mengenal-instagram-story-dan-fiturnya, diakses tanggal 17 Juni 2023