



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN & SARAN

#### 5.1 Simpulan

Menurut Sally J. McMillan (2006), tradisi interaktivitas pada media baru terbagi tiga menjadi *user – to – user interactivity*, *user – to – document interactivity* dan *user – to – system interactivity*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan, berikut kesimpulan dari gambaran interaktivitas yang terjadi di akun Instagram *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv*.

1. *User – to – user Interactivity*.

Pada tradisi interaktivitas *user – to – user*, interaktivitas ini menjadi salah satu interaktivitas yang sering terjadi di lingkup media sosial Instagram *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv*. Karena interaksi yang dilakukan baik dalam komunikasi satu arah dan dua arah masih terbatas pada kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki.

- a. *Monolog*. Disimpulkan bahwa komunikasi ini dapat berjalan satu arah dikarenakan pengguna mematikan kolom komentar, dan dalam penggunaan media sosial Instagram, *Harian Kompas*, *Kompas.com*, dan *Kompas Tv* tidak mendukung terjadinya model ini. Hal tersebut dikarenakan, *Harian Kompas* menganggap interaksi sebagai peluang untuk menjangkau audiensnya, selain itu *Kompas.com* mengatakan bahwa interaksi yang terjadi di media

sosial merupakan hal yang penting, dan *Kompas Tv* juga menganggap bahwa interaksi merupakan aspek pendukung untuk menaikkan *engagement* audiens dan *pages views* di suatu *postingan*, sehingga ketiga akun tersebut selalu menyediakan kolom komentar untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, disisi lain kolom komentar yang dimatikan terkadang memberikan efek positif pada media itu sendiri untuk menyampaikan informasi satu arah.

b. *Feedback*. Dapat disimpulkan bahwa *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* mendukung ada model ini dengan menyediakan kolom komentar untuk audiens dapat memberikan umpan balik dengan kebutuhannya masing-masing. *Harian Kompas* dan *Kompas.com* sengaja menyediakan ruang untuk mendapatkan pengaruh atau menjadi bahan pembicaraan publik, dan *Kompas Tv* juga melakukannya untuk menerima masukan dan menaikkan *reach* serta *impression*. Tanggapan yang diterima dapat berupa tanggapan positif dan negatif, dalam hal ini ketiga akun *Kompas* media melakukan pembersihan pada komentar negatif.

c. *Responsive Dialogue*. Dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan media sosial Instagram interaksi ini dapat terlihat dari audiens yang mengirimkan pesan dengan personal di *direct message* mendapat respon balik dari admin *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv*, namun dalam menganggapi pesan

dari audiensnya, *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* masih membatasi interaksi ini.

- d. *Mutual Discourse*. Dapat disimpulkan pada model ini masing-masing akun Instagram *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* memberikan ruang kepada audiensnya untuk berdiskusi dan peran antara pengirim dan penerima pesan tidak dapat dibedakan dalam konteks ini. Pada model ini, admin dari ketiga akun tersebut tidak pernah terlihat perannya untuk terlibat dalam diskusi bersama audiensnya.

## 2. *User – to – document interactivity*

Interaktivitas *user – to – document* tidak semuanya diterapkan dalam penggunaan media sosial Instagram oleh *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv*, seperti *content exchange*.

- a. *Packaged Content*. Dapat disimpulkan bahwa pada model ini, *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* tidak mendukung adanya model ini dalam penggunaan media sosial karena ketiga media tersebut selalu berusaha untuk interaktif dan membuat audiens menjadi aktif. Meskipun begitu, nyatanya dalam penggunaan media sosial ketiga akun Instagram tersebut masih berada dalam tahap ini, yang mana komunikasinya masih berjalan satu arah karena audiensnya bersifat pasif.

- b. *Content On Demand*. Pada model ini, dapat disimpulkan bahwa *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* dalam penggunaan

media sosial Instagramnya menggunakan fitur yang disediakan untuk melihat konten apa yang diminati oleh audiensnya dan menyesuaikannya dengan kebutuhan audiens.

c. *Content Exchange*. Dapat disimpulkan bahwa *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* tidak mendukung adanya model ini dalam penggunaan media sosial Instagram. *Harian Kompas* tidak melakukan pertukaran konten dengan pengguna karena masih berfokus dalam kegiatan menanyakan pendapat saja, sedangkan *Kompas.com* tidak mendukung model ini karena masih berhati-hati dalam pemilihan informasi dan *Kompas Tv* memiliki alasan sangat menjaga konten yang diunggah.

d. *Co Created Content*. Dapat disimpulkan bahwa masing – masing akun Instagram dari *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* mendukung terjadinya model ini. Berkolaborasi dalam pembuatan konten menjadi salah satu kegiatan yang paling interaktif untuk bisa berkomunikasi dengan audiensnya. *Harian Kompas* melakukan kolaborasi dengan sesi tanya jawab bersama informan dan kuis, Sedangkan *Kompas.com* dan *Kompas Tv* melakukan kolaborasi dalam kegiatan kuis dan lomba untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing.

### 3. *User – to – system interactivity*

Pada tradisi interaktivitas *user – to – system* ini terjadi semua akun Instagram karena pengirim dan penerima pesan dalam hal ini

memanfaatkan dan menggunakan sistem atau fitur yang dalam memaksimalkan pemenuhan kebutuhannya. Semua model tradisi ini terjadi pada penggunaan media sosial akun Instagram oleh *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv*

a. *Computer Based Interaction*. Dapat disimpulkan bahwa interaksi ini dapat terlihat dari *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* yang memiliki fitur “*Follow*” pada profilnya, dan ketiga akun media sosial ini juga meletakkan link pada bagian bio, yang dapat mengantarkan audiens masuk ke laman *website* dengan beberapa pilihan.

b. *Human Based Interaction*. Dapat disimpulkan dalam penggunaan media sosial Instagram, *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* memiliki fitur yang sama dan dapat diakses oleh audiens yang aktif untuk menggunakannya sesuai dengan kebutuhan. Fitur yang dimaksud adalah *save* dan *share*.

c. *Adaptive Communication*. Pada model ini *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* membentuk interaksi melalui penggunaan fitur *see more* yang dapat memudahkan audiensnya

untuk membaca informasi lebih di halaman web yang berada di luar Instagram. Ketiga akun media sosial tersebut menggunakan fitur ini dengan rutin setiap harinya.

d. *Flow*. Model ini mengasumsikan pengguna sangat aktif dalam memanfaatkan fitur. *Harian Kompas*, *Kompas.com*, dan *Kompas Tv* mendukung model ini, ketiga akun tersebut memanfaatkan fitur interaktif sesuai dengan kegiatan seperti apa yang mereka lakukan dan sesuai dengan kebutuhannya. *Harian Kompas* dalam hal ini hanya memanfaatkan fitur interaktif *live* dan *ask question*. Sedangkan *Kompas.com* dan *Kompas Tv*, lebih banyak menggunakan fitur, seperti *live*, *polling*, *ask question*, dan *mood meter*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan seperti yang sudah peneliti jabarkan pada sub bab keterbatasan penelitian, fokus dari penelitian ini adalah membahas mengenai tradisi interaktivitas yang terjadi pada media sosial berupa Instagram dengan menggunakan konsep menurut Sally J. McMillan. Pada penelitian ini peneliti menemukan keterbatasan bahwa masih jarang penelitian pada media baru yang menggunakan konsep ini untuk meneliti interaktivitas pada media sosial Instagram. Oleh karena itu, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat melanjutkan dengan topik atau metode yang berbeda untuk meneliti mengenai interaktivitas yang terjadi pada media baru Instagram yang tengah berkembang dengan menggunakan alat ukur dalam periode tertentu.

### 5.2.2 Saran Praktis

Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang berkembang dan memiliki pengguna terbanyak posisi keempat peringkat dunia. Saran untuk media *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* sebagai media yang kredibel dapat memahami konsep mengenai interaktivitas dalam penggunaan media sosialnya, untuk mengerti bagaimana memaksimalkan penggunaan fitur yang telah disediakan oleh Instagram bisa menarik audiens dan menciptakan jangkauan yang lebih luas lagi dalam penyebaran informasinya. Akan lebih baik untuk *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* dapat menciptakan interaksi dengan melakukan pertukaran konten bersama dengan audiens agar dapat menjadi media yang lebih interaktif. Tidak hanya itu, disarankan untuk *Harian Kompas*, *Kompas.com* dan *Kompas Tv* juga, untuk bisa melakukan kegiatan yang interaktif dengan memanfaatkan fitur di Instagram dengan rutin atau terjadwal.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA