



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 DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Juli 2018 hingga Agustus 2018, menunjukkan postingan Facebook dan Twitter Tirto.id didominasi oleh format Tradisional. Meskipun postingan Facebook dan Twitter Tirto.id didominasi dalam bentuk tradisional, peneliti menemukan upaya Tirto.id dalam memanfaatkan kedua media sosial tersebut untuk berinteraksi dengan pembacanya seperti melampirkan pesan pribadi, mengajukan pertanyaan, dan mengajak pembaca melakukan sesuatu.

Meskipun didominasi oleh bentuk pendekatan tradisional, Facebook Tirto.id mendapatkan interaksi yang baik dari pembacanya. Hal ini ditandai dengan banyaknya postingan Facebook Tirto.id yang termasuk dalam dimensi reader response dan reader interactive.

Tirto.id lebih aktif menggunakan Twitter dibanding Facebook. Ini dapat dilihat dari populasi yang didapatkan oleh peneliti pada bulan Juli hingga Agustus 2018, yaitu sebanyak 266 postingan Facebook dan 1192 postingan Twitter. Selain itu upaya Tirto.id dalam membangun interaktivitas di Twitter lebih beragam ketimbang di Facebook. Dalam hal ini, bentuk-bentuk interaktivitas yang ditemukan oleh peneliti

dalam Twitter Tirto.id seperti pesan personal ke pembaca, interaktif dengan teman, dan mengajak pembaca untuk melakukan sesuatu dan lain-lain.

Mengacu pada pertanyaan penelitian, maka hasil penelitian digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan dirangkum dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

Tabel 5.1 Hasil Analisis Spektrum Spektrum Interaktivitas

	Dimensi	Jumlah	Presentase
Facebook	Tradisional	94	58%
	Informal	65	41%
	Newspaper sharing	0	0%
	Newspaper interactive	1	1%
	Reader response	160	100%
	Reader interactive	123	77%
Twitter	Tradisional	201	67%
	Informal	95	32%
	Personal	1	0,3%
	Sharing: colleagues	0	0
	Sharing: external	0	0
	Interactive: colleagues	0	0
	Interactive: external	2	0,7%

Dilihat dari hasil analisis di atas, nampaknya Tirto.id belum memanfaatkan potensi media sosial dengan baik. Tirto.id masih menggunakan media sosial sebagai sarana promosi yaitu dengan cara penyebaran berita melalui media sosial sehingga pembaca tertarik untuk mengunjungi situs berita Tirto.id. Dari hasil spektrum interaktivitas yang didominasi bentuk tradisional, hal ini menginterpretasikan bahwa Tirto.id masih belum membangun interaktivitas dengan baik kepada pembacanya. Dari

hasil selama penelitian, peneliti lebih menemukan bahwa interaktivitas dalam media sosial Tirto.id lebih dilakukan diantara pembacanya dalam kolom komentar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

5.2.1 Saran Akademis

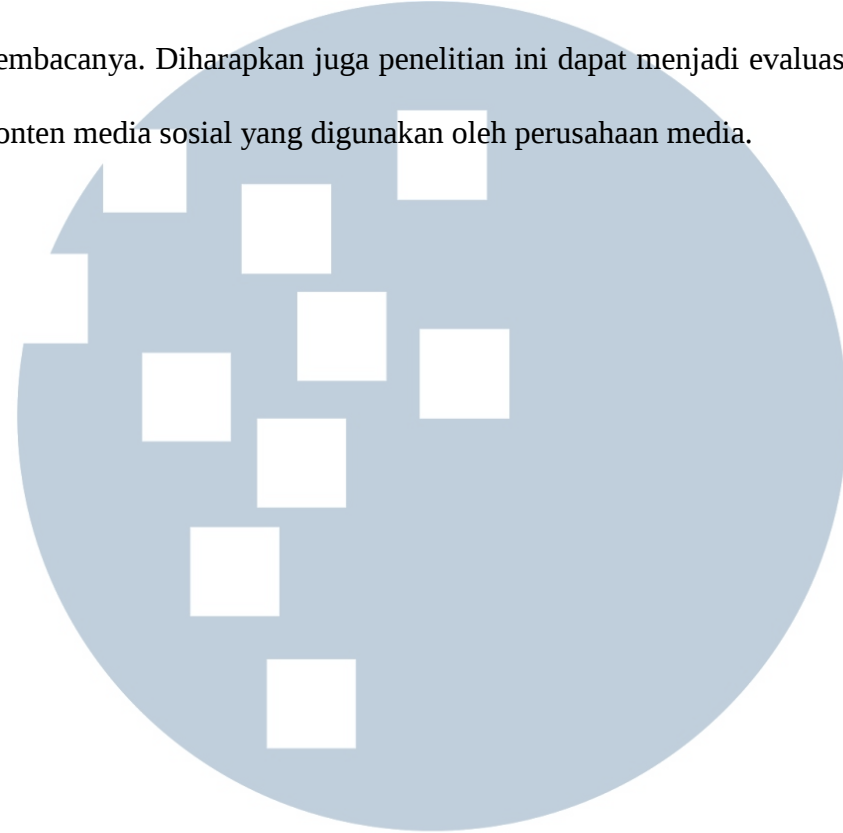
Peneliti mengharapkan dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat menemukan dan menggunakan sumber-sumber dan literasi yang lebih banyak mengenai spektrum interaktivitas. Sehingga penelitian selanjutnya tidak hanya terpaku pada konsep spektrum interaktivitas yang dijelaskan dari sumber asing.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian tentang spektrum interaktivitas dengan mengeksplorasi dengan pendekatan lain seperti studi kasus, wawancara, dan *focus group discussion*. Sehingga penelitian tentang spektrum interaktivitas akan semakin banyak dan berguna bagi penelitian selanjutnya

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi, tidak hanya teruntuk Tirto.id, namun juga perusahaan-perusahaan media di Indonesia agar dapat memanfaatkan media sosial sebaik mungkin untuk berinteraksi dengan

pembacanya. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi evaluasi pada konten-konten media sosial yang digunakan oleh perusahaan media.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA