



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah peneliti lakukan saat melakukan wawancara dengan dua orang informan, pada era digital seperti saat ini, televisi sebagai salah satu media massa konvensional yang harus merangkul media sosial sebagai alternatif media untuk dapat mendukung interaksi dengan pada penontonnya. Selain itu interaktivitas yang terjadi juga akan membantu untuk dapat mempertahankan jumlah penonton dan membuat media DAAI TV tetap bisa hidup di era digital saat ini.

DAAI TV memanfaatkan media sosialnya untuk mendukung interaktivitas dengan penontonnya ini. Salah satu media sosial yang paling berpengaruh dan dijadikan *content development* adalah facebook. Karena mendukung interaksi dengan pengguna di facebook, dan DAAI TV mengaplikasikan ketiga tipe interaktivitas dari Sally J. McMillan.

1. *User – to – user Interactivity*

Pada tipe ini interaktivitas yang menjadi salah satu interaktivitas yang sering terjadi di media sosial Facebook DAAI TV. Karena interaksi ini adalah interaksi yang dilakukan baik dalam

komunikasi satu arah maupun dua arah dan masih terbatas pada kebutuhan dan sumber daya yang dimiliki.

- a. *Monolog*: Peneliti menyimpulkan bahwa metode satu arah ini dapat berjalan jika pengguna atau admin mematikan kolom komentar dalam penggunaan media sosial DAAI TV. Namun, peneliti melihat bahwa metode ini tidak terjadi di media sosial DAAI TV. Hal tersebut dikarenakan, DAAI TV menganggap interaksi merupakan sebagai peluang untuk menjangkau audiens, dan juga media sosial merupakan penting bagi DAAI TV untuk mendukung engagement dengan audiens. Maka dari itu DAAI TV tidak pernah mematikan kolom komentarnya. Jika komentar dari pengguna lain mengganggu dan memberikan efek negatif maka tim DAAI akan langsung menghapusnya.
- b. *Feedback*: Disimpulkan bahwa DAAI TV mendukung model ini dengan membuka dan menyediakan kolom komentar untuk audiens dapat memberikan umpan balik dengan kebutuhannya masing-masing. DAAI TV memberikan ruang untuk audiensnya memberikan komentar yang positif dan negatif, dalam hal ini DAAI TV melakukan pembersihan pada komentar negatif yang dapat menimbulkan konflik.
- c. *Responsive Dialogue*: Dalam metode ini disimpulkan bahwa interaksi ini dapat terlihat saat audiens mengirimkan pesan personal ke *messenger* dan mendapatkan respon dari admin

facebook DAAI TV. Namun, messenger ini jarang terjadi dan jika pun terjadi admin akan berusaha membalas jika berkaitan dengan DAAI TV. Interaksi dua arah ini dapat terjadi di kolom komentar, admin dengan bebas memilih komentar yang mana yang ingin dibalas. Karena belum tentu semua komentar yang masuk sesuai dengan kebutuhan DAAI TV.

- d. *Mutual Discourse*: Dapat disimpulkan dalam model ini akun facebook DAAI TV memberikan ruang kepada audiensnya untuk bisa berdiskusi dan peran antara pengirim dan penerima tidak bisa dibedakan dalam model ini. Pada model ini, admin DAAI TV terlihat tidak pernah ikut dalam diskusi bersama dengan audiensnya.

2. *User – to – document interactivity*

Dalam tipe interaktivitas ini tidak semuanya diterapkan di media sosial DAAI TV yaitu:

- a. *Packaged Content*: Dalam model ini disimpulkan bahwa DAAI TV tidak mendukung dengan adanya model ini dalam penggunaan media sosial. Karena, DAAI TV selalu berusaha untuk interaktif dan membuat audiens menjadi aktif.
- b. *Content on Demand*: Dalam model ini, peneliti menyimpulkan bahwa pengguna DAAI TV dapat membalas konten yang diberikan oleh admin. Jika dalam konten tersebut adanya

komentar dari pengguna maka akan terjadi interaksi antara admin dan pengguna. Konten yang diberikan komentar oleh audiens merupakan konten yang diminati oleh audiens. Dalam hal ini konten yang banyak memiliki komentar adalah seputar tayangan tentang Yayasan Buddha Tzu chi yang membantu dalam misi kemanusiaan.

- c. *Content Exchange*: Dalam model ini disimpulkan bahwa DAAI TV tidak mendukung model ini. DAAI TV masih sebatas menanyakan pendapat tidak sampai bertukar konten dengan penggunanya. Hal ini karena DAAI TV masih menjaga dan sangat hati-hati dalam pemilihan konten maupun informasi, dan juga memiliki alasan sangat menjaga konten yang akan diunggah.
- d. *Co Created Content*: Dapat disimpulkan bahwa DAAI TV belum mendukung adanya model ini di facebooknya. Namun, pada April nanti akan tayang hasil kolaborasi DAAI TV dengan penontonnya yang merasa lebih baik hidupnya setelah menonton DAAI TV. Adapun juga sesi kuis maupun pertanyaan dengan pengetahuan yang akan di bagikan kepada audiensnya.

Pada interaktivitas ini hanya ada dua model yang digunakan di facebook DAAI TV yaitu content on demand dan mutual discourse.

3. *User – to System interactivity*

Pada interaktivitas ini terjadi semua di akun facebook DAAI TV karena pengirim dan penerima dalam hal ini memanfaatkan dan menggunakan sistem atau fitur yang dalam memaksimalkan pemenuhan kebutuhannya.

- a. *Computer Based Interaction*: Dapat disimpulkan bahwa interaksi ini dapat terlihat dari DAAI TV yang memiliki fitur yang mengantarkan untuk masuk kedalam lama website dengan *login* dan *sign-up*.
- b. *Human Based Interaction*: Dapat disimpulkan dalam menggunakan media sosial facebook, DAAI TV memiliki fitur yang sama dan dapat diakses oleh audiens yang aktif untuk dapat menggunakan sesuai kebutuhannya. Fitur yang dimaksud adalah *likes, share, save, maupun follow*.
- c. *Adaptive Communication*: Dapat disimpulkan dalam model ini DAAI TV membentuk interaksi melalui penggunaan fitur nonton tayangan atau konten yang ada di feeds facebook bersama dengan teman maupun grup.
- d. *Flow*: Dalam model ini disimpulkan bahwa DAAI TV belum memaksimalkan menggunakan fitur-fitur yang ada. Penggunaan fitur hanya dalam batas sesuai dengan kebutuhan oleh admin. Contohnya di facebook DAAI TV belum pernah menggunakan live story yang seharusnya dapat menjadi kekuatan tambahan

dari segi visual untuk DAAI TV. Misalnya live pada saat terjadi proses syuting suatu program.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan seperti yang sudah peneliti jelaskan pada sub bab keterbatasan penelitian, fokus penelitian ini adalah membahas mengenai interaktivitas yang terjadi pada media sosial facebook DAAI TV dengan menggunakan konsep Sally J. McMillan. Oleh karena itu, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat melanjutkan dengan topik dan metode yang berbeda untuk dapat meneliti mengenai interaktivitas yang terjadi pada media baru seperti youtube dan lainnya yang tengah berkembang dengan menggunakan alat ukur dalam periode tertentu.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan pandangan baru terhadap penggunaan media sosial oleh televisi terutama dan pekerja media televisi itu sendiri. Peneliti berharap penelitian ini berguna bagi media-media televisi terutama televisi yang berformat tayangan yang menginspirasi dan mengedukasi agar dapat mengaplikasikan hasil penelitian ini di media sosialnya masing-masing agar televisi bisa semakin memanfaatkan media sosialnya dengan semaksimal mungkin untuk mendukung interaktivitasnya dengan penontonnya.

Sementara untuk DAAI TV sendiri, semoga penelitian ini bisa menjadi evaluasi untuk DAAI TV agar dapat memanfaatkan media sosialnya agar lebih maksimal lagi dalam mendukung dan membuat interaksi dengan penontonnya. terutama dalam pembuatan konten yang ada di facebook DAAI TV agar kedepannya DAAI TV dapat membuat dan memilih konten yang terbaik bagi seluruh media sosialnya yang akan semakin mendukung terjadinya interaktivitas.