

BAB IV

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini berusaha mendeskripsikan pemanfaatan fitur dari media Campaign #ForChange dengan menggunakan kriteria dari teori Kekayaan Media atau *Media Richness Theory* menurut Daft & Legel. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, kesimpulan dari penelitian ini adalah aplikasi Campaign #ForChange memenuhi aspek kekayaan media seperti yang dipaparkan oleh Daft & Legel.

Aspek yang pertama adalah *speed of feedback*, di mana fitur dalam aplikasi Campaign #ForChange seperti *like*, komentar, *share*, dan juga *Chat*. Mendorong adanya kegiatan komunikasi atau proses timbal balik yang *real time*. Hal ini sesuai dengan kriteria *speed of feedback* yang menjelaskan kemampuan media untuk memberikan umpan balik yang cepat. Kedua, *multiple cues* yaitu dalam aplikasi Campaign #ForChange ini turut menggunakan berbagai macam tanda komunikasi seperti *emoji* dan juga stiker khusus dengan maskot dari Campaign.com yaitu Champ. Penggunaan elemen tanda seperti ini dapat membuat aplikasi ini dapat menyampaikan pesan tertentu seperti emosi atau ekspresi pengguna.

Ketiga, *language variety* yaitu berdasarkan hasil penelitian, karakteristik ini tergambar dalam aplikasi Campaign #ForChange dalam bentuk opsi pilihan bahasa aplikasi yaitu pilihan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris, dan juga penggunaan istilah khusus seperti; *organizer*, *sponsors*, *changemakers*, dan *unlock donations*. Keempat, *ability to personalize the message* yaitu karakteristik kekayaan media yang terakhir ini tergambar dari aplikasi Campaign berupa tampilan gambar visual dan deskripsi yang berhubungan dengan kegiatan kampanye yang diluncurkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kriteria dari teori Kekayaan Media atau *Media Richness Theory* ini tergambar dalam fitur-fitur di aplikasi Campaign #ForChange. Hal ini diterapkan dalam aplikasi Campaign #ForChange yang digunakan juga sebagai media komunikasi utama dalam

kampanye sosial. Sehingga, peneliti menyimpulkan bahwa pemanfaatan media Campaign #ForChange ini termasuk dalam kategori media yang ‘kaya’.

5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini, penelitian ini diharapkan dapat terus dikembangkan sesuai dengan perubahan media baru yang kian pesat untuk digunakan dalam media komunikasi. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memilih objek penelitian yang berbeda, yang terbaru. Memberikan pembahasan yang lebih dalam dan menambahkan landasan teori dan konsep yang sesuai dengan konteks atau fenomena komunikasi yang juga akan kian berubah di masa depan

5.2.2 Saran Praktis

Fenomena kemunculan media komunikasi baru akan terus terjadi, terutama dengan fenomena kampanye sosial yang dapat dilakukan dimana saja, mendorong berbagai pihak untuk menciptakan *platform* kampanye sosial yang serupa. Penting bagi perusahaan untuk melakukan *tracking* terkait perkembangan fitur dari media sosial untuk mendorong perbaikan aplikasi, seperti ada fitur video yang sebelumnya belum didukung di aplikasi ini.

Selain itu, fitur video juga kian pesat mengalami perubahan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran untuk melakukan *tracking* terkait kecepatan pemberian *feedback* untuk meminimalisir *error* atau keterlambatan pesan yang tidak terjadi secara *real time*.

5.2.3 Saran Sosial

Fenomena penggunaan media baru dalam pelaksanaan kegiatan kampanye sosial ini sangat sering ditemukan saat ini. Hal ini memberikan pandangan baru terkait kegiatan kampanye sosial yang sebelumnya berkaitan dengan komunikasi tatap muka langsung, namun karena adanya perkembangan teknologi yang lebih canggih

memungkinkan kita untuk melaksanakannya dengan lebih efektif melalui media komunikasi *online*.

Sehingga, dari penelitian ini dapat semestinya memberikan saran bahwa dalam kegiatan mendorong perubahan sosial kian semakin menjadi mudah. Pemanfaatan media baru dapat mendorong perubahan yang lebih baik dan menjadikan komunikasi menjadi lebih efektif pula.

