



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini, penulis menganalisis data dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) untuk menguji pengaruh *Interactivity* dan *Sincerity* dalam *Social Network Sites* terhadap *Sense of Closeness* dan *Reciprocity* dalam *Tie Strength* dan implikasinya terhadap *Legal Purchase Intent* CD album Dua Drum. Pada penelitian ini, data penelitian tidak memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan yaitu pada hubungan *Sense of Closeness* dengan *Legal Purchase Intent* dan *Reciprocity* dengan *Legal Purchase Intent*. Namun, untuk model pengukuran seluruh indikator memiliki kriteria valid dan semua variabel memiliki nilai reliabilitas yang baik.

Berdasarkan model structural dari keenam hipotesis penelitian yang diajukan, ternyata tidak semua hipotesis sesuai dengan hasil temuan dari Daellenbach *et al.* (2014). Hasil dari model structural tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Interactivity* memiliki pengaruh positif terhadap *Sense of Closeness*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak dan tinggi tingkat interaksi yang dilakukan oleh Dua Drum dalam akun Instagram @DuaDrum dengan *fansnya*, akan membuat *fans* merasa suatu perasaan dekat dengan Dua Drum, dan dapat dianggap sebagai “teman” secara *virtual* atau *online*.
2. *Interactivity* memiliki pengaruh positif terhadap *Reciprocity*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak dan tinggi tingkat interaksi

yang dilakukan oleh Dua Drum dalam akun Instagram @DuaDrum dengan *fansnya*, akan membuat *fans* melakukan sesuatu bagi Dua Drum dalam hal melakukan hubungan timbal balik yang telah terjadi.

3. *Sincerity* memiliki pengaruh positif terhadap *Sense of Closeness*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya ketulusan, dapat dipercaya, dan kredibel yang dilakukan oleh Dua Drum didalam akun Instagram @DuaDrum, akan membuat *fans* merasakan kedekatan dengan Dua Drum, dan dapat dianggap sebagai “teman” secara *virtual* ataupun *Online*
4. *Sincerity* memiliki pengaruh positif terhadap *Reciprocity*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya ketulusan, dapat dipercaya, dan kredibel yang dilakukan oleh Dua Drum didalam akun Instagram @DuaDrum, akan membuat *fans* akan melakukan sesuatu bagi Dua Drum dalam hal melakukan hubungan timbal balik yang telah terjadi
5. *Sense of Closeness* memiliki pengaruh positif terhadap *Legal Purchase Intent*. Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan yang terjadi antara Dua Drum dengan *fans* didalam akun Instagram @DuaDrum, dan *fans* sudah menganggap Dua Drum sebagai “teman” mereka, maka yang terjadi adalah kemungkinan *fans* akan membeli CD album Dua Drum yang asli
6. *Reciprocity* memiliki pengaruh positif terhadap *Legal Purchase Intent*. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang telah terjadi antara Dua Drum dengan *fans* didalam akun Instagram @DuaDrum, maka sebagai timbal balik, *fans* akan membeli CD album Dua Drum yang asli.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan dampak baik bagi kemajuan *band* yang memutuskan untuk bergerak secara *independent* maupun kepada peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat topik yang sama ataupun yang berkaitan dengan *social network sites* (SNS) agar dapat menghasilkan temuan baru yang mendalam dan bermanfaat.

5.2.1 Saran Bagi Objek Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengajukan saran bagi Dua Drum dalam mengelola akun Instagram @DuaDrum, antara lain:

1. Membuat satu konten #JammingKuy! dengan konsep memberikan *fans* satu materi lagu singkat berdurasi sesuai dengan format *video* Instagram (1 menit), agar *fans* dapat merekam permainan mereka. Materi lagu sebaiknya dibuat khusus untuk #JammingKuy! Konten ini tidak tertutup hanya untuk *drummer* saja, namun segala pemain *instrument* bisa mengikuti. Yang terbaik, di-*repost* oleh @DuaDrum dan dapat kesempatan untuk berkolaborasi langsung bersama Dua Drum.
2. Menyempatkan waktu untuk membalas *comment* dari *fans* secara rutin
3. Menjalankan lagi konten #DuaDrumTV, dan konsisten dalam melakukan konten ini.
4. Video dari konten #DuaDrumHangout dimasukan kedalam Instagram.
5. Membuat konten #LoTanyaDuaDrumJawab, dimana konten ini adalah sebagai media bagi *fans* bisa menanyakan hal-hal seputar *drum*.

6. Menggunakan fitur Instagram untuk mendapatkan ide maupun pendapat dari *fans*. Salah satu fitur yang bisa digunakan adalah fitur *Instagram Stories*
7. Membuat sebutan nama bagi *fans* Dua Drum, misalkan #BERGERAK*mates*
8. Berkomitmen untuk terus mengelola sendiri akun Instagram @DuaDrum, tanpa menggunakan admin atau *team* yang mengurus bagian sosial media.
9. Konsisten dalam membalas *comment* yang masuk ke Instagram @DuaDrum. Artinya, penggunaan tata Bahasa dan gaya Bahasa yang digunakan oleh DuaDrum dalam Instagram harus konsisten, sehingga *fans* percaya bahwa Dua Drum sendiri yang membalas *comment*.
10. Membuat konten #NgulikYuk, dimana konten tersebut berisikan mengenai berbagai hal yang dapat dikulik: baik lagu musisi lain ataupun lagu Dua Drum, atau hal-hal yang berkaitan dengan *drum* seperti *licks*, *chops*, *fill-in*, *rudiments*.
11. Perlunya ada penjadwalan dan komitmen dalam me-*repost* hasil karya yang sudah dibuat oleh *fans* dalam bentuk *cover* lagu Dua Drum yang telah mereka buat.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini tentu masih memiliki berbagai keterbatasan sehingga memerlukan penyempurnaan untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti mengajukan saran bagi penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Karena ketika penelitian ini dilakukan, bertepatan dengan sedang berjalannya #BERGERAKTour 2017, maka pada peneltian ini wilayah cakupan hanya beberapa daerah dimana diadakannya #BERGERAKTour

2017 yang terdiri dari 8 kota di Pulau Jawa. Untuk penelitian selanjutnya, bisa mencakup banyak daerah sehingga bisa menjangkau banyak pandangan dari setiap responden.

2. Bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama didalam jurnal ini, akan lebih baik dapat mencari objek penelitian yang lain, yaitu musisi/*band* yang terikat dengan label. Karena, penelitian ini menggunakan *band indie* sebagai objek penelitian, disarankan untuk menggunakan musisi/*band* yang terikat dengan label sebagai objek penelitian selanjutnya agar dapat dibandingkan (dalam hal ini penggunaan sosial media) antara musisi/*band indie* dengan musisi/*band* yang terikat dengan label.

UMMN