

BAB VI

PENUTUP

Bab VI akan menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi penelitian meliputi implikasi teoritis, implikasi praktis, dan implikasi sosial, serta saran untuk penelitian selanjutnya. Pada bagian kesimpulan akan dijawab permasalahan yang merupakan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat individu mempertahankan keanggotaan dan manfaat apa saja yang diperoleh dalam komunitas virtual. Pada bagian implikasi akan diuraikan bagaimana hasil penelitian ini memberikan kontribusi dari segi teoritis, praktis dan sosial. Terakhir bagian saran akan diuraikan hal-hal yang diharapkan berdasarkan penelitian untuk penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara *indepth interview* mengenai pemanfaatan komunitas virtual sebagai media komunikasi kelompok melalui sosial media. Berikut kesimpulan dari uraian hasil penelitian.

1. Perkembangan teknologi komunikasi memberikan alternatif bagi individu untuk mengembangkan ruang komunikasi khususnya komunikasi kelompok, salah satunya yaitu dengan media sosial. Ketertarikan untuk bergabung dengan sebuah komunitas virtual pada dasarnya didasari oleh kesamaan minat dan keinginan bersosialisasi dengan pengguna sosial media. Komunitas virtual menjadi wadah bagi mereka untuk lebih bisa

menggali informasi dan menjalin hubungan dengan orang yang belum dikenal sebelumnya.

2. Komunitas virtual dalam perkembangannya selain digunakan sebagai media untuk mencari ilmu pengetahuan dan sebagai media untuk membangun eksistensi diri, tetapi di sisi lain komunitas virtual juga dimanfaatkan untuk tujuan personal bagi mereka yang ingin bersosialisasi di dunia virtual/nyata.
3. Komunitas virtual pada dasarnya merupakan sebuah wadah untuk berbagi informasi secara kelompok, yang menjadikannya istimewa adalah ketika batasan ruang bukan menjadi penghalang, eksistensi personal seseorang dapat diwakili oleh teks, oleh gambar, video dan suara. Semakin banyak ia diwakili oleh organ-organ tersebut, semakin eksis dirinya di dunia virtual.
4. Ketika seorang pengguna sosial media bergabung dengan komunitas virtual, maka dirinya membuka kesempatan bagi orang lain yang belum dikenalnya dapat menjalin sebuah hubungan sosial. Melalui interaksi di kelompok virtual tersebut, seorang individu mungkin akan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan mereka. Maka dari itu komunitas virtual dapat membina hubungan secara personal maupun berkelompok dan dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk komunikasi dua arah.
5. Meningkatnya intensitas komunikasi di komunitas virtual menyebabkan pengungkapan diri dan kohesivitas anggota kelompok. Keterbukaan dan pengungkapan diri yang besar juga berdampak pada iklim kenyamanan. Semakin besar jaringan sosial yang telah dibentuk di komunitas virtual

tersebut maka semakin besar pula keinginan para anggota komunitas virtual untuk mempertahankan keanggotaanya dan mempertahankan hubungan yang telah terbentuk untuk menjadi lebih intim dan kuat.

6. Komunikasi yang terjadi di dalam komunitas virtual tidak hanya sebatas *online* melalui media sosial yang terhubung internet saja, selain itu komunikasi pun bisa dilakukan dengan *face to face* melalui kegiatan *offline* yang biasa disebut dengan *meet-up*. Melalui kegiatan *meet-up* inilah keterbatasan pesan yang tidak dapat disampaikan melalui komunikasi *online* seperti dalam komunitas virtual dapat tersampaikan.
7. Dalam kaitannya dengan fenomena sosial, komunitas virtual merupakan sebuah wadah bagi para pengguna sosial media untuk memenuhi kebutuhan informasi sekaligus berinteraksi dengan orang yang belum dikenalnya. Dalam perkembangannya, sebagai media baru yang populer, komunitas virtual telah diadopsi oleh banyak orang sebagai medium untuk mencari informasi dan melakukan kontak sosial dengan sesama anggota komunitas.

6.2 Implikasi Penelitian

6.2.1 Implikasi Teoritis

Teknologi virtual menjadi sebuah sarana atau medium alternatif dalam aktivitas di dunia nyata. Kehadiran media sosial dalam hal ini komunitas virtual bisa dilihat sebagai sarana komunikasi kelompok yang tidak memerlukan kebutuhan fisik. Perbedaan itu memberikan pola dalam konteks sosial terhadap bagaimana jalinan komunikasi yang ada, baik *offline* maupun

online. Bahkan, aturan dasar tersebut mencoba melihat bagaimana dampak hubungan dunia nyata dan virtual, seperti apa jika semakin banyak pengguna berada di dunia virtual menyebabkan dirinya kurang bahkan tidak bersosialisasi di dunia nyata.

Kembali ke sifat dasar sebuah fenomena, pada satu sisi kehadiran komunitas virtual memberikan pengaruh positif, dan pada lain sisi memberikan pengaruh negatif. Komunitas virtual dapat menjadi wadah untuk memberikan ruang yang cukup besar bagi pengguna untuk mengungkapkan pikirannya sekaligus mencari alternatif sumber informasi pada saat ini. Disisi lain pemanfaatan komunitas virtual menyebabkan komunikasi hubungan dengan orang lain semakin banyak serta luas, akan tetapi, dalam konteks lain hubungan itu sekedar jaringan teknologi. Tidak ada keintiman dan kedekatan di antara orang-orang yang terhubung sebagaimana yang ada di dunia nyata. Selain itu, kehadiran komunitas virtual juga dapat menimbulkan kecanduan (*addicted*) untuk mengakses sosial media, hal tersebut juga menyebabkan ketidakpedulian terhadap sekitar (alienisasi).

6.2.2. Implikasi Praktis

Adanya komunitas virtual saat ini menjadi pertanda bahwa kemajuan akan teknologi baru menyebabkan adanya globalisasi terhadap aspek kehidupan manusia. Globalisasi tersebut bisa dipandang semakin menyebarnya dan terfasilitasinya komunikasi yang memberikan kemudahan dalam mencari informasi dan berinteraksi serta mengaburkan batasan jarak dan lokasi. Kegiatan komunitas virtual dapat dilakukan secara efektif dan efisien yang

ditunjang oleh fitur-fitur yang tersedia seperti stiker (*emoticon*), *video/voice call group* dan interaksi berupa *texting*. Realitas ini adalah konsekuensi adanya media *online* dan semakin maraknya pengguna media sosial. Media sosial tidak hanya ditempatkan lagi dalam konteks saluran atau medium, tetapi media sosial itu sudah merupakan gaya hidup dari hubungan antara pengguna dengan teknologi.

6.2.3 Implikasi Sosial

Komunitas virtual memberikan manfaat bagi individu dalam pemenuhan kebutuhannya, baik itu dalam pencarian informasi atau menjalin hubungan pertemanan sosial secara berkelompok. Munculnya komunitas virtual di media sosial merupakan salah satu efek dari kehadiran media baru. Pengguna yang berasal dari budaya sosial yang berbeda kini memiliki kesepahaman secara global dengan menggunakan bahasa yang universal. Fitur seperti stiker atau emoji adalah sebuah pernyataan yang bisa digunakan di media sosial dalam meningkatkan kualitas komunikasi sosial tersebut. Selain kualitas, kelompok virtual dapat menumbuhkan hubungan personal di antara para anggota kelompok. Keeratan sosial tersebut dapat terjalin dengan adanya hubungan timbal balik di dunia nyata bahkan di dunia virtual.

6.3 Saran

Pembahasan mengenai pemanfaatan komunitas virtual sebagai media komunikasi kelompok melalui sosial media, sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia tidak hanya sebagai medium namun telah memasuki pada gaya hidup. Ketiadaan kontrol sosial di komunitas virtual menyebabkan setiap

individu bebas untuk mengungkapkan ide, pikiran, gagasan, dan konten yang mereka bagikan tanpa adanya *filter* atau norma yang menyeleksi hal tersebut. Hal ini bukan tidak mungkin akan mengakibatkan salah pemaknaan hingga menimbulkan konflik di dalam kelompok. Dibutuhkan pemahaman lebih dari setiap anggota yang memiliki latar belakang berbeda untuk dapat memanfaatkan kebebasan dengan rasa ataupun tanggung jawab di dunia virtual. Dengan kesamaan prinsip tersebut, diharapkan para pengguna sosial media khususnya anggota komunitas virtual dapat menyebarkan nilai-nilai positif maupun informasi yang berguna bagi diri pribadi dan kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

Mulyana, Deddy. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Rheingold, Howard.(1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*

Hanna Richard, Rohm Andrew,Crittenden Victoria. (2011). *We're all connected : The power of the social media ecosystem*, Journal Kelley School of Business Indiana University

Baym, Nancy.(2015). *Social Media and the Struggle for Society*. SAGE Journals

Setiadi Elly, Hakam Abdullah, Effendi Ridwan,(2006). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Prenada Media Grup

Richard Hanna, Andrew Rohm, Victoria L.Crittenden.. *We're all connected : The power of the social media ecosystem* (Journal Kelley School of Business Indiana University, 2011)

Alvin A. Goldberg & Carl E. Larson, 2006. *Group Communication : discussions processes and aplicatuins*. Penerjemah Koesdarini S, Gary R. Jusuf. *Komunikasi Kelompok (Proses-proses diskusi dan Penerapannya)*. Penerbit Universitas Indonesia (UI Press),Jakarta

Moleong, Lexy J. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Ruben Brent D dan Lea P Stewart. (2006). *Communication and Human Behavior*. United States: Allyn and Bacon

Hamidi.(2007). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang, UMM Press

Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia

Yusuf, Yusmar. 1989. *Dinamika Kelompok : Kerangka studi dalam Perspektif Psikologi Sosial*. Bandung: CV Armico

Rakhmat, Jalaludin. (2011). *Psikologi Komunikasi* (Cetakan 20). Bandung: Remaja Rosdakarya

Moustakas, Clark. (1994). *Phenomenological Research Methods*. California : SAGE Publication

Burhan Bungin.2007.*Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Kencana Prenada Media, Jakarta

Holmes David.2012. Teori Komunikasi:Media, Teknologi dan Masyarakat.Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Kuswarno, Engkus.2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjajaran

Akkinen, Miia.(2005). *Conceptual Foundations of Online Communities*. Information System Science Helsingin Kauppakorkeakoulu

Mitra, Archan. (2010). New Media and Convergence: A development Communication Perspective. Globe Media Journal, Department of Mass Communication, University of Burdwan.

Fenech Tino, O’Cass Aron. (2003). Web reailing adoption: *exploring the nature of internet users*. Journal of Retailing and consumer services

Obama and the power of social media ant technologi. (2010). The European Business Review

Ardian, Luthfi. (2010). Penggunaan Facebook dan Chatroom sebagai Media Komunikasi Untuk Pengembangan Hubungan Antar Pribadi. FISIP, Universitas Diponegoro

Egger. O, Rauterberg. M. (1996). Internet Behaviour and Addiction. Work & Organisational Psychology Unit (IfAP), Swiss Federal Institute of Technology (ETH) Zurich

Millie Andre. (2006). Anti-Social Behaviour: Concern of Minority and Marginalised Londoners. Internet Journal of Criminology

Iskender Murat, Akin Ahmet. (2011). *Internet Addiction and Depression, Anxiety and Stress*. International Online Journal of Educational Sciences.

Magnin Sarah, Hazelwood D. (2013). *Cyber Stalking and Cyber Harrassment Legislation in the United States: A Qualitative Analysis*. International Journal of Cyber Criminology

Williams Robert, Wood Robert. (2007). *Internet Gambling: A Comprehensive Review and Synthesis of the Literature*. University of Lethbridge, Canada.

Journal of Addictive Disorders. (2003). *Internet Addiction: Is the Internet a "pathological agent"*

Ruthnia, Firdastin. (2014). *Efek Teknologi Komunikasi Elektronik Bagi Tumbuh Kembang Anak*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Kenny, M. dan Pon, B. 2011. "Structuring the Smartphone industry: *Is the Mobile Internet OS Platform the Key?*." *Journal of Industry, Competition and Trade*.

Forsyth, R.D. 2010. *Group Dynamics. 5th edition*. USA: Richmond.

Chaplin, J.P. 2008. *Kamus Lengkap Psikolog, Alih Bahasa, Kartini Kartono*. Jakarta : Raja Graffindo Persada

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* : PT Remaja Rosdakarya Bandung

SUMBER INTERNET

<https://www.facebook.com/notes/andika-framadhan/10-alasan-kenapa-smartphone-harus-enyah-dari-hidupmu-baca-cvk/722768921099250/>, diakses 6 Februari 2017

Eka, Randi.(2015). *Hasil Riset: Pembagian kebutuhan berdasarkan usia dan jenis kelamin*. <https://dailysocial.id/post/penggunaan-media-sosial-di-indonesia-mulai-tersegmentasi-berdasarkan-kebutuhan/>, diakses 6 Februari 2017

Prajna,Ramya.(2005).*VirtualCommunity*.<http://think.web.id/brain/2005/07/31/virtual-community/>, diakses 6 Februari 2017

Beckert, Kent.(2012).*What is a Virtual Community*.
<http://study.com/academy/lesson/virtual-communities-definition-types-examples.html>, diakses 6 Februari 2017

Katini Bohan, Fatimah (2016). *Jumlah Pengguna LINE di Indonesia Memepet Facebook*.<http://tekno.kompas.com/read/2016/09/03/09490637/di.indonesia.jumlah.pengguna.line.pepet.facebook>, diakses 8 Februari 2017

Hidayat, Wahyu.(2016). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 132,7 juta*.
<http://tekno.liputan6.com/read/2633898/pengguna-Internet-di-indonesia-tembus-132-juta>, diakses 30 Januari 2017

<https://www.apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>, diakses 30 Januari 2017

Olsen, Lance.(1992). <http://www.lanceolsen.com/neuromancer.html>, diakses 9 Februari 2017

Definisi diambil dari <<http://www.igi-global.com/dictionary/computer-mediated-communication-cmc/5134>> diakses 9 Februari 2017

Demartoto, Argyo.(2012).*Komunitas Virtual Sebagai Objek Kajian Sosiologi*.
<http://argyo.staff.uns.ac.id/2012/08/24/komunitas-virtual-sebagai-objek-kajian-sosiologi/>, diakses 21 Februari 2017

Hastyadi, Yoga. (2016). Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta. <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.in.donesia.capai.132.juta>, diakses 12 July 2017

We Are Social Singapore. (2017). *Digital in 2017: Southeast Asia*. <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia>, diakses pada tanggal 7 Agustus 2017

Riana, Friski. (2017). *Mengapa Ahok Live Streaming di Media Sosial*. <https://pilkada.tempo.co/read/news/2017/03/23/348858688/mengapa-ahok-live-streaming-di-media-sosial>, diakses pada tanggal 22 July 2017

Wulandari, Retno (2017) *Fitur-fitur terbaru pada update aplikasi Line*. <https://www.labana.id/view/fitur-fitur-terbaru-pada-update-aplikasi-line-versi-7-1-0/2017/03/01/?fullview>, diakses 7 July 2017

Afkar, Mohamad. (2017). Siswi SMA di Bogor Lebih Suka Pakai Aplikasi LINE. <http://bogor.tribunnews.com/2016/10/13/siswi-sma-di-bogor-lebih-suka-pakai-aplikasi-line-ini-alasannya>, diakses 7 July 2017

Amalia, Ellavie. (2016). *LINE: Indonesia Peringkat 4 Pengguna Terbanyak*. <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/akW4MmLK-line-indonesia-peringkat-4-pengguna-terbanyak>, diakses 7 July 2017