

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Terdapat beberapa hal pokok yang perlu disampaikan dalam kesimpulan ini yang pada dasarnya semua itu merupakan rangkuman jawaban atas rumusan masalah. Rangkuman yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi yang terjadi dalam media sosial Facebook pada *brand community* Sophie Paris adalah komunikasi massa, yakni dengan temuan sebagai berikut :
  - a. Terdapat model komunikasi massa, yakni model penerimaan yang memandang bahwa proses komunikasi massa sangat ditentukan oleh pihak penerima yang jumlahnya bisa sangat banyak. Dengan demikian, pesan yang diterima audien tidak selalu sama dengan apa yang dimaksudkan oleh pengirim.
  - b. Terdapat ciri-ciri komunikasi massa, yakni:
    - 1) Anonimitas *audience*, yakni komunikator dalam komunikasi massa ketika menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagai pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal dengan mengetahui satu sama lain.

- 2) Penggunaan peralatan modern oleh komunikator (dalam hal ini adalah web) untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar
  - c. Adanya ketidaksesuaian antara hal yang terdapat dalam teori yang menyebutkan bahwa komunikasi dalam komunikasi massa berlangsung satu arah, sedangkan dalam beberapa data ditemukan komunikasi dua arah
2. Adapun komponen *brand community* yang muncul yakni :
    - a. *Consciousness of kind* (kesadaran bersama) dengan indikator *Legitimacy* dimana dalam sebuah komunitas terjadi kesadaran untuk berbagi informasi atas suatu jenis produk.
    - b. *Ritual and Tradition* (ritual dan tradisi), yakni *sharing brand stories*, yang mana berbagi cerita pengalaman menggunakan produk adalah hal penting untuk menciptakan dan menjaga komunitas.

## **B. Saran**

### **1. Saran untuk Sophie Paris**

Melihat cukup banyaknya temuan data yang memperlihatkan model komunikasi massa model penerimaan, maka diharapkan Sophie Paris untuk meningkatkan model komunikasi massa-nya dengan model publisitas, mengingat Sophie Paris adalah perusahaan yang butuh meningkatkan *income* (pendapatan). Model publisitas ini diperlukan karena model ini menghendaki perhatian yang penuh dari *audience* (dalam hal ini adalah member Sophie

Paris) karena untuk mempromosikan sebuah *product* diperlukan cara menarik *audience* sebanyak mungkin, salah satunya dapat melalui penggunaan model komunikasi massa model publisitas ini.

## **2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Adapun untuk penelitian selanjutnya yang memiliki tema serupa diharapkan mampu untuk melakukan analisis lebih dalam lagi terkait judul yang dipilih dengan menggunakan metode analisis data yang sesuai dikarenakan masih adanya keterbatasan dalam penelitian ini, seperti misalnya kesulitan dalam hal *cross check* data penelitian karena sumber data penelitian ini adalah media sosial, serta diharapkan mampu mengeksplorasi lebih banyak lagi temuan judul dari bahasan materi tentang Psikologi Komunikasi maupun Psikologi Industri dan Organisasi yang dapat dilakukan analisis terkait aspek maupun dimensi kepribadiannya.