

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

1. Twitter sebagai salah satu wujud media baru telah banyak dimanfaatkan oleh penggunanya untuk berbagai tujuan, akun @BisKota\_ menggunakan twitter sebagai media komunikasi dalam bentuk membagikan informasi seputar dunia bus, membuat ruang diskusi dengan pengikutnya, dan mempromosikan layanan perusahaan otobus.
2. Twitter @BisKota\_ mempertemukan orang-orang yang mempunyai kepedinan sama dalam dunia bus dan menjadi sarana berkomunikasi mereka. Media sosial menjadikan mudah segala sesuatunya, orang yang ingin bertanya soal angkutan bus bisa bertanya kepada @BisKota\_ kemudian admin dan pengikutnya yang paham bisa memberi tahu informasi yang dibutuhkan. Media baru dan CMC memudahkan orang untuk berkomunikasi dan terhubung dengan dunia luar.
3. Twitter memiliki tiga lapisan utama komunikasi berdasarkan fitur yang digunakan. Akun @BisKota\_ dalam berinteraksi sering menggunakan fitur *tweet*, *retweet*, dan *reply*. Berdasarkan fitur yang sering digunakan, interaksi akun @BisKota\_ berada pada lapisan meso, mikro, dan sering berkomunikasi lintas lapisan.
4. Bahasa yang digunakan dalam berinteraksi menggunakan bahasa pergaulan sehari-hari dan terkadang muncul bahasa kiasan dalam interaksi dengan pengikutnya. Pembicaraan yang terjadi seperti layaknya obrolan tatap muka meskipun berupa teks di twitter. Beberapa kali

@BisKota\_ juga menggunakan tipografi dalam berkomunikasi seperti singkatan dan penggunaan emotikon.

## B. SARAN

1. Saran yang diberikan kepada akun twitter @BisKota\_ adalah tetap berjalan pada jalur yang telah dilalui sejauh ini. Dalam media sosial twitter hanya @BisKota\_ yang masih bertahan dan aktif memberikan informasi dunia bus. Akun twitter komunitas bismania sudah tidak aktif, sedangkan perusahaan otobus banyak yang tidak mempunyai akun twitter. Akun @BisKota\_ sejauh ini masih jadi rujukan utama bagi warga twitter dalam mencari rujukan informasi dunia bus.
2. Peneliti menyarankan akun @BisKota\_ lebih teratur dalam membuat konten terutama dalam konten yang sifatnya penting dan sering dilihat ulang oleh pengikutnya. Penggunaan tanda pagar (#) juga diharapkan makin sering digunakan untuk memudahkan pengikutnya dalam mencari informasi yang spesifik dalam konten @BisKota\_.
3. Penggunaan bahasa kiasan untuk dikurangi karena tidak semua pengikutnya paham makna kiasan tersebut. Mengingat pengikut @BisKota\_ tidak semuanya merupakan penggemar bus.
4. Memaksimalkan fitur baru twitter yaitu Space untuk berkomunikasi dengan pengikutnya. Konten berupa teks atau gambar sudah jamak, namun fitur space bisa menjadi wadah diskusi atau mengobrol yang lebih intim dan serius karena bisa ditentukan temanya dan ada moderator yang mengontrol jalannya space.

5. Penelitian ini mempunyai keterbatasan dan kekurangan dalam berbagai hal. Peneliti menyarankan agar kemudian hari bermunculan penelitian baru yang lebih mendalam dengan variabel lain tentang penggunaan media baru dan praktik CMC.

