

## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan kepada penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Jejaring sosial yang digunakan oleh Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon publik, maka peneliti memberikan kesimpulan, yaitu :

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti, berikut kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti, antara lain :

1. Alasan penggunaan jejaring sosial Twitter portal berita Rolling Stone Indonesia dalam membentuk respon publik, karena @RollingStoneINA merupakan medium nomor satu yang menghasilkan jumlah page views atau jumlah pembaca dari website mereka [rollingstone.co.id](http://rollingstone.co.id). Selain itu, @RollingStoneINA juga berfungsi untuk menjaga *awareness* publik terhadap rilisan atau edisi terbaru dari Majalah Rolling Stone Indonesia, serta melihat jumlah followersnya yang telah mencapai 450 ribu, @RollingStoneINA juga digunakan oleh pihak Rolling Stone Indonesia untuk promosi suatu produk dengan menjual *spacnya* dalam bentuk tweet.
2. *Noise* atau gangguan merupakan penghambat dalam sebuah komunikasi, pada @RollingStoneINA terdapat beberapa gangguan yang cukup menghambat, seperti padamnya listrik. Sedangkan bagu para *follower-*

nya, gangguan yang sering ditemui seperti *link* yang kosong atau juga ada *link* dari berita namun tidak ada judul ataupun tweet pengantar dari *link* tersebut. Namun, karena pihak dari @RollingStoneINA segera melakukan verifikasi para *follower* pun mewajarkan gangguan ataupun *noise* tersebut.

3. Upaya dan kiat dalam penggunaan jejaring Sosial twitter @RollingStoneINA, membuat judul yang menarik agar follower tertarik dan membentuk sebuah respon akan tweet tersebut baik langsung maupun tidak langsung, serta memahami istilah-istilah yang berkembang pada Twitter seperti hastag(#) dan juga *trending topic*. Kedua, menentukan waktu-waktu tweet yang akan menarik respon banyak atau waktu *prime time*.

### 3.2 Saran

#### 1) Saran Teoritis

Secara teoritis, saran terhadap penelitian ini agar dalam menjalankan roda media yang baik, dan dapat memahami jenis dari Model Shannon dan Weaver untuk meminimalisir noise yang ada, karena hal ini akan menunjang agar jejaring sosial twitter @RollingStoneINA dapat berjalan dengan baik lagi kedepannya.

#### 2) Saran Praktis

- a) Sebagai sumber informasi dalam bidang musik terutama, diharapkan @RollingStoneINA dapat menjadi wadah informasi mengenai musik khususnya atau acuan bagi media lainnya, agar

dapat lebih menyajikan berita musik dari seluruh pelosok Indonesia yang bermutu.

- b) Diharapkan kedepannya @RollingStoneINA dapat lebih meminimalisir *noise* yang ada, agar tidak menghambat konsumsi publik mengenai informasi yang telah disampaikan, serta juga mempunyai waktu pokok dalam mempublikasikan sebuah berita, atau interval setiap berita yang di tweetkan atau di publis.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.King, Laura. 2011. *The Science of Psychology*. New York: The McGraw-Hill
- Ardianto, Elvinaro & Lukiyati Komala dkk. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis.
- Dwi Takariani, C. Suprapti. 2006. *Mewaspada Pornografi di Internet Observasi Kajian Komunikasi dan Informatika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto. 2002. *Analisis Framing :Kontruksi , Ideologi, dan Politik Media*. LkiS: Yogyakarta
- Gaffar Ruskhan, Abdul.2007. *Kompas Bahasa Indonesia*. Grasindo: Jakarta.
- J. Severin, Werner & James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana
- Jati Waloejo, Yohan. 2010. *Twitter Best Social Networking*. Yogyakarta : Elcom.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktii Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- M. Hardjana, Agus.2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:Erlangga.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nielsen, Jacob. 1999. *Design Web Usability: The Practice of Simplicity*. United States: New Riders Publishing.

- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Prasetyo Adi, Arista & Ridwan Sanjaya. 2009. *Panduan Cepat Menguasai Twitter*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif, dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syamsul, Asep & M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Onlin*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Thurlow, Crispin, Laura Lengel, & Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication*. Sage Publication
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Prenada Media Group.
- W.Creswell, John. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: Sage Publications.
- West, Richard & Lynn H. Turner. 2008. *Teori Komunikasi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yuhefizar dkk. 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Mangament System Joomla.*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

### **Jurnal**

- Mayfield, Anthony. 2008. *What is Sosial Media?*
- Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI. 2007. *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung : Imperial Bahkti Utama

S. Bachri, Bachtiar. 2010. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

### **Sumber Internet**

Pengguna Internet Dunia Capai 2,4 Miliar. <http://tekno.kompas.com/> pada 12 Agustus 2013, 18.45 WIB

Indonesia Pengguna Twitter Terbesar Kelima Dunia. <http://www.tempo.co/> pada 13 Agustus 2013, 19.30 WIB

Fakta Menarik Twitter. <http://www.femina.co.id/> . Pada 13 Agustus 2013, 19.40 WIB

Google+ Salip Twitter Nomor 2 Jejaring Sosial Twitter . <http://www.themarketeers.com/>. Pada 12 Agustus 2013, 21.00 WIB

Twitter. [www.support.twitter.com](http://www.support.twitter.com) . Pada 20 November 2013, 16.00 WIB