

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Cara berkomunikasi *friend* melalui *facebook* adalah bahwa *chatting*, *share* foto, *share* video, dan *share* artikel adalah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh setiap pengguna *facebook* yang berarti pengguna *facebook* dapat merubah isi atau konten yang telah di posting atau dapat disebut dengan *personalization*. *Interactive* yaitu dalam konteks orang per orang, misalkan seorang pengguna *facebook* ingin mengirim pesan kepada pengguna lainya yang sifatnya lebih tertutup biasanya di gunakan dalam *facebook messenger* yang berarti *facebook* termasuk kedalam media panas dingin yang setiap pengguna perlu menggunakan imajinasi untuk memahami pesan yang di sampaikan seperti melalui *sticker* dan *emoticon*. Selain itu pengguna *facebook* juga dapat menggunakan *hypertextuality* yang artinya *text* tertulis merupakan apa yang dirasakan oleh pengguna dan di tuangkan dalam bentuk *share* video, artikel, dan foto.

Bahasa tutur *friend* dalam *chat* di *facebook* adalah bahwa dalam *chat* di *facebook* dapat berupa text atau bahasa alay, bahasa Indonesia, dan bahasa daerah termasuk kedalam bentuk media dingin yang menuntut partisipasi aktif dari setiap pengguna *facebook*. Semua postingan yang di tuangkan di dalam media sosial *facebook* tergantung pada situasi hati yang sedang terjadi. Menjelaskan dan memahami perilaku komunikasi yang di lakukan oleh setiap pengguna *facebook* dalam kebudayaan tertentu sehingga sifat penjelasannya terbatas pada suatu konteks tempat dan waktu tertentu. Netnografi komunikasi juga bisa bersifat global karena mencoba memformulasikan konsep-konsep dan teori untuk

kebutuhan pengembangan metateori global komunikasi antar manusia. Seperti halnya *facebook* yang sifatnya dapat dilihat oleh semua orang di seluruh dunia dan dapat digunakan oleh orang yang berbeda budaya untuk saling berbagi informasi dan berkomunikasi secara global.

Pandangan *friend* tentang dunia pertemanan melalui *facebook* adalah bahwa mencari teman, posting kegiatan, dan iklan merupakan sebuah bentuk partisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang bermanfaat bagi pengguna yang lain dalam memposting atau berbagi sesuatu. Dengan menggunakan *facebook* pengguna dapat belajar untuk berpikir dua kali sebelum bertindak atau memposting sebuah kegiatan, belajar untuk menghargai setiap tindakan yang akan di posting, dan menyadari bahwa setiap postingan di usahakan harus bermanfaat untuk pengguna media sosial *facebook* lainnya, belajar menulis sesuatu dengan baik dan tidak menyingung pengguna lain dengan secara bijak, karena menggunakan media sosial dapat diketahui setiap tindakan dan postingan yang di bagikan oleh orang lain yang mungkin bukan teman.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Pertahankan pola komunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar sesuai usia dan kebutuhan dalam berkomunikasi antara teman dengan teman atau dengan dosen harus dapat membedakan dan dapat menggunakan bahasa yang mudah di mengerti oleh sesama pengguna *facebook*.
2. Perhatikan kembali apabila hendak berbagi video, artikel, foto dan memposting sesuatu di *facebook* tidak mengandung unsur sara atau menghina pengguna *facebook* yang lainnya, karena sudah ada undang undang yang mengikat mengenai peraturan media *online*. Membagikan sesuatu lebih baik yang bermanfaat dan berguna untuk pengguna *facebook* lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

1. Membatasi waktu dalam menggunakan media sosial *facebook*
2. Jangan menggunakan *facebook* selama seharian penuh
3. Posting yang bermanfaat bagi pengguna lain
4. Tidak mudah percaya terhadap pengguna *facebook* yang baru kenal
5. Memberikan informasi yang jelas agar memudahkan teman lama dan baru untuk mencari.