

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen yang muncul dari budaya partisipasi pada aktivitas pengguna Instagram dengan tagar #LokalTakGentar yang teridentifikasi dalam tiga bentuk diantaranya ekspresi, kolaborasi pemecahan masalah, dan sirkulasi. Akan tetapi pada bentuk partisipasi afiliasi, aktivitas komunikasi yang terjadi diantara pengguna tagar #LokalTakGentar ini tidak berlangsung secara aktif seperti dalam komunikasi kelompok. Karena meski secara tidak langsung mereka berada dalam komunitas virtual Instagram, namun para pengguna ini tidak tergabung dalam satu komunitas bersama. Para pengguna dapat bebas menggunakan tagar #LokalTakGentar tanpa harus bergabung, dan sejumlah pengguna menyisipkan tagar karena alasan seperti mengikuti tren dan *event giveaway*.

Pada bentuk partisipasi ekspresi, para pengguna tagar #LokalTakGentar ini tidak seluruhnya berekspresi dengan membuat karya-karya kreatif. Aktivitas berkreasi yang dilakukan hanya berupa upload foto dan video dengan tema yang berbeda-beda, dengan tujuan untuk mengikuti *event giveaway* hingga kontrak kerja sama. Pada bentuk kolaborasi pemecah masalah, partisipasi terlihat pada aktivitas para pengguna yang secara tidak langsung melakukan gerakan bersama dalam mendukung produk lokal seperti tujuan dan pesan dari tagar #LokalTakGentar itu sendiri.

Selanjutnya bentuk partisipasi sirkulasi para pengguna Instagram dengan tagar #LokalTakGentar, terlihat pada aktivitas *sharing* dengan membagikan dan menyebarluaskan konten yang mereka upload pada akun Instagram ke berbagai akun media sosial lain yang mereka miliki. Sirkulasi juga terbentuk melalui kegiatan memberikan komentar ataupun masukan terhadap konten yang diunggah dan menjadi ruang diskusi bagi para pengguna Instagram lainnya. Berdasarkan aktivitas para pengguna tagar #LokalTakGentar tersebut, praktik partisipasi yang dilakukan masih sebatas pada *content exchange* sehingga konsep *prosumer (producer-consumer)* belum sepenuhnya terwujud.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka berikut beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait:

1. Bagi Pelaku Usaha terkait, dapat lebih mendorong partisipasi aktif dari para pengguna media sosial dengan mengembangkan program *campaign* melalui tagar yang dibuatnya menjadi lebih interaktif, tidak hanya dalam bentuk *giveaway*. Sehingga kontribusi dan partisipasi yang diberikan pengguna produknya dapat lebih besar dan bermakna.
2. Bagi pengguna media sosial dalam suatu komunitas virtual yang ingin membangun budaya partisipasi dalam kelompoknya, dapat lebih mendorong partisipasi aktif diantara anggotanya dengan mendorong aktivitasnya tidak hanya sebatas berbagi saja namun juga mendorong terciptanya suatu konten atau karya kreatif.
3. Bagi Peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait budaya partisipatif pengguna media sosial, untuk lebih meluaskan fokus analisis tidak hanya pada bentuk partisipasi yang dilakukan, namun juga dapat melihat tipologi anggota atau pengguna yang juga dapat mempengaruhi peningkatan partisipasi mereka dalam suatu komunitas virtual.