

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian skripsi yang berjudul Media Sosial Twitter Sebagai Tempat Jual Beli *Merchandise* (Studi Kasus Pada *Autobase @caratsmarket*) yang menggunakan teori mediatisasi dengan empat tahapan dapat disimpulkan, *extension* penjual dan pembeli lebih menggunakan media sosial untuk berjualan dan membeli produk *merchandise* dibandingkan membuka *store* atau *booth* dan membeli secara langsung. Dalam tahapan *subtitution* media dapat menggantikan komunikasi *face to face* seperti pengisian *google form* yang di dalamnya terdapat *details pre-order* dan produk untuk pembeli tanpa harus berkomunikasi dengan penjual. Dalam tahapan *amalgamation* penjualan atau pembeli *merchandise* di media sosial Twitter dapat dilakukan dengan aktivitas sehari-hari. Terakhir, dalam tahapan *accommodation* pengiriman *menfess* pada *autobase @caratsmarket* sangat membantu untuk penjual dalam mencapai target pasarnya dan pembeli dalam mencari produk yang diinginkan.

Dengan adanya *autobase* di Twitter membuat para penggunanya dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan sesuai kebutuhan. Begitu pun dengan *autobase @caratsmarket* yang memudahkan penggemar Seventeen dalam menjual ataupun membeli *merchandise* yang berkaitan dengan Seventeen.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian tentang media sosial Twitter sebagai tempat jual beli *merchandise* (studi kasus pada *autobase @caratsmarket*) maka saran penelitian sebagai berikut:

- a. Bagi pemilik akun *autobase @caratsmarket* diharapkan dapat membuat *rules user friendly* agar para penjual dan pembeli dapat menggunakan *base @caratsmarket* sebagai tempat jual beli *merchandise*.
- b. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya. Dan dapat lebih dalam mengeksplor mengenai

penggunaan media sosial Twitter sebagai tempat jual beli di autobase yang harus menggunakan banyak aplikasi dan perpindahan *platform*.

Bagi para peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan wawasan ilmu mengenai media sosial Twitter sebagai tempat jual beli *merchandise*, khususnya tentang adanya *autobase @caratsmarket* sebagai media jual beli *online* di media sosial Twitter dengan judul lain yang serupa tetapi dengan kasus yang berbeda.

