

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya tentang karakter apakah yang ditunjukkan anggota grup WhatsApp #Brengsek melalui *display chating* di grup tersebut? Dapat disimpulkan bahwa anggota grup *WhatsApp* #brengsek memiliki tiga dari empat karakter yang ditemukan melalui bahasa, emoticon, foto dan video. Berikut daftar ketujuh informan dengan karakter yang telah disimpulkan oleh penulis.

6.1.1 kepribadian Sangguinis

Kepribadian ini dimiliki oleh Richvy Sarmiento “BosAno”, Gregorio Aliputra “Dede”, Akoes Krowimaking “Gode” dan Roman Mbete Putra “Romrom”. Hal ini sejalan dengan pengertian dari kepribadian sangguinis, kecenderungannya adalah populer, menjadi pusat perhatian, ingin selalu di senangi oleh orang lain, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, dan selalu senang dengan situasi yang gembira atau meriah.

6.1.2 Kepribadian Melankolis

Kepribadian ini dimiliki oleh Gabriel J. Anin “JhaAnin”. sejalan dengan kepribadian Melankolis, kecenderungannya adalah: bahasa yang rapi, suka mengatur orang lain,

suka mengontrol sendirinya serta selalu mengejar jawaban sampai ke dalam karena menginginkan kesempurnaan.

6.1.3 Kepribadian Koleris

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis tidak menemukan dari ketujuh informan memiliki kepribadian koleris. Obrolan yang ada di grup terkesan lebih ke obrolan kegiatan sehari-hari dan bercanda, tanpa prospek yang jelas atau rencana positif yang bisa dilakukan bersama, dalam pengambilan keputusan dari ketujuh informan juga belum bisa memberikan solusi yang baik ketika terjadi konflik atau perbedaan pendapat. Selain itu ketujuh informan terkesan dalam obrolan cenderung untuk bersenang-senang dan mengisi waktu, tentu saja hal ini bertolak belakang dengan deskripsi dari kepribadian koleris.

6.1.4 Kepribadian Phlegmatis

Kepribadian ini dimiliki oleh Yelsin Namin “Ye Bondeng” dan Bernadeth Helena Ayuningrum “Helena”. sejalan dengan kepribadian Phlegmatis atau pragmatis, pecinta damai, menunjukkan pribadi yang lebih tenang, cenderung diam dan kalem, namun ketika dihadapkan dengan masalah akan sulit mencari solusi

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran dari penulis berkaitan dengan penelitian yaitu ditujukan kepada:

1. Kepada Admin Grup.

WhatsApp #Brensek. Sebagai pemegang kekuasaan tertinggi di dalam grup, seharusnya admin harus lebih jeli dalam menyeleksi setiap postingannya. Entah itu berupa bahasa, emoticon, foto dan video, artinya bila ada anggota grup yang membuat postingannya yang tidak sewajarnya maka admin bisa langsung memberinya hukuman kepada anggota tersebut berupa di keluarkan dari grup. Hal tersebut dimaksudkan agar tidak terjadi pertikaian dan postingannya dan obrolan di grup *WhatsApp* #Brensek punya manfaat bagi semua anggotanya.

2. Bagi seluruh anggota grup *WhatsApp* #Brensek.

Anggota grup harusnya lebih pintar dalam menanggapi dan mempostingnya baik itu berupa bahasa, emoticon, foto dan video, selain itu seluruh anggota grup juga harus lebih dewasa dalam menggunakan grup *WhatsApp* Brensek yang selalu melakukan obrolan hanya untuk bersenang-senang dan bercanda dan terkesan membully yang dapat saling menjelekkan antar sesama anggota dengan isi komentar, emoticon, foto dan video yang dapat merugikan anggota grup lain dan diri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Sumberbuku

Alo Liliweri, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : KENCANA

PRENADA MEDIA GROUP

Badri. 2011. *Media & Pembangunan*. Riau : Creative.

Chris Barker, 2004. *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi

Wacana,.

Chris Brogan, 2010. *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business*

Online.

Dailey, Patrick R. 2009. *Social Media: Finding ITS Why Into Your Bussines Strategy*

and Culture. Burlington, Linkage.

Herdiansyah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta

: Salemba Humanika.

H. A. MuinGhazali, Hj. NursehaGhazali. 2016. *DETEKSI KEPRIBADIAN*. Jakarta :

PT. BumiAksara.

Irwanto.1998. *Focus Group Discussion (FGD). Sebuah Pengantar Praktis*. Jakarta:

Pusat Kajian Pembangunan Masyarakat.

JalaludinRakhmat. 2001. *PsikologiKomunikasi*. Bandung : PT RemajaRosdakarya

Morissan, 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana

Prenada Media Group.

Mufid, Muhamad. 2012. *“Etika dan Filsafat Komunikasi”*. Jakarta : Kencana

Prenada Media..

RulliNasrullah, 2015. *Media social, PerspektifKomunikasi, Budaya Dan*

Sosioteknologi. Bandung :SimbiosisRekatama Media.

Sutopo, H.B. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.

Syamsu In & Nurihsan Juntika, 2008.*Teori Kepribadian*. Bandung: PT. Remaja

Rosdakarya.

Bahan Ajar

Antonius Darus, 2012.*Metode Penelitian Sosial*. Kupang.

Hendrikus Saku Bouk, 2011. *Komunikasi Antar Budaya*. Kupang.

Internet

<https://www.whatsapp.com>.

<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/526/jbptunikompp->

www.e-jurnal.com/2018/08pengaruh-display-produk-dan-store.html?m