

BAB V KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun oleh peneliti, menjelaskan bahwa tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana jaringan komunikasi komunitas Bukalapak wilayah Jakarta dan juga untuk mengetahui apakah *opinion leader* komunitas dapat memberikan informasi sehingga meningkatkan produktivitas pelapak atau UKM yang tergabung dalam komunitas Bukalapak wilayah Jakarta. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti telah melakukan serangkaian penelitian seperti observasi, wawancara serta melakukan analisis data. Setelah melakukan serangkaian penelitian diketahui bahwa di dalam komunitas Bukalapak Jakarta terdapat satu klik dan memiliki satu individu yang menjadi *star*, hal ini merupakan sebuah hal yang wajar dimana individu nomor 16 (Andreas) merupakan penanggungjawab komunitas Bukalapak Jakarta yang dipilih oleh Bukalapak.

Selain itu, peneliti juga menemukan beberapa *opinion leader* dan salah satunya merupakan individu nomor 16 (Andreas) yang juga sebagai *star* dari jaringan komunikasi komunitas tersebut. Hal ini dapat menyimpulkan bahwa individu yang banyak dipilih oleh individu lain atau *star* dalam jaringan komunikasi merupakan sebagai *opinion leader* juga yang memberikan informasi kepada anggota komunitas lainnya, hal tersebut dikarenakan individu merupakan anggota yang paling sering melakukan komunikasi dengan anggota lainnya.

Individu yang sering melakukan komunikasi dengan individu lainnya memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi serta ilmu kepada anggota komunitas. Sebagai *opinion leader*, memiliki tanggung jawab untuk menjelaskan secara benar dan jelas kepada anggota lainnya, karena para anggota komunitas percaya dan yakin dengan individu yang banyak dipilih dan merupakan *opinion leader*.

Individu di dalam komunitas mengetahui bahwa Andreas merupakan orang yang tepat untuk mereka tanya, bukan hanya kegiatan tetapi juga cerita pengalaman dan memotivasi para anggota komunitas lainnya. Kekompakan yang terbangun

serta rasa kekeluargaan terbentuk karena adanya kejelasan dari kegiatan komunitas, seperti halnya kegiatan kopdar yang rutin dilakukan, kelas komunitas yang memberikan ilmu-ilmu penting dan juga kegiatan sosial. Dengan kegiatan tersebut terjalinnya kedekatan yang menciptakan sebuah motivasi untuk terus meningkatkan bisnis mereka secara *online* juga menjadi acuan untuk hidup sejahtera dengan komunitas Bukalapak.

Dalam meningkatkan produktivitas pelapak, komunitas memiliki peranan penting untuk mencapainya, komunitas menjadi sebuah wadah dalam mencari informasi dan ilmu dalam pengembangan pribadi maupun perkembangan bisnis *online* mereka. Dengan hubungan seperti itu menjadikan para anggota memiliki kedekatan yang cukup erat dengan kesamaan bisnis juga cita-cita yang sama untuk hidup sejahtera.

Cita-cita itulah yang akhirnya membangun sebuah kesamaan nasib dan cerita dari masing-masing individu, namun cita-cita tersebut itu menjadi sebuah acuan dalam menjalankan komunitas Bukalapak Jakarta. Para anggota bersama-sama saling membantu untuk menjadikan diri mereka sejahtera dan juga komunitas yang semakin maju.

Dengan adanya cita-cita, pengalaman dan merasakan sebuah kesamaan nasib menjadikan mereka termotivasi untuk terus maju, apalagi dengan peran *opinion leader* yang sering berkomunikasi dengan anggota komunitas membuat sebuah gambaran bahwa kesejahteraan itu akan berhasil jika kita mau bekerja sama dan menjalankan fungsinya dengan tekun serta fokus mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Informasi serta cerita pengalaman yang dibagikan oleh *opinion leader* berhasil membuat anggota lainnya memiliki motivasi dalam menjalankan bisnis *online* untuk mewujudkan kesejahteraan yang akan mereka dapatkan. Produktivitas yang dimaksud ialah tekun dalam berjualan dan menciptakan produk-produk baru untuk dijual lalu semangat untuk menginformasikan kepada konsumen tentang bisnis yang ditekuni oleh anggota komunitas Bukalapak wilayah Jakarta.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di jabarkan peneliti mengenai jaringan komunikasi komunitas Bukalapak wilayah Jakarta dalam meningkatkan produktivitas pelapak, penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk komunitas Bukalapak wilayah Jakarta, tetap menjadi komunitas yang memberikan kehangatan kepada setiap anggota komunitas, perbanyak komunikasi yang bertujuan untuk semakin mempererat hubungan antar individu, dengan semakin seringnya berkomunikasi membuat sebuah motivasi yang akan meningkatkan hubungan serta produktivitas dalam menjalankan kegiatan sehari-hari terutama berbisnis *online*.
2. Bukalapak memiliki visi misi yang mulia untuk mensejahterakan UKM di Indonesia, hal ini merupakan sebuah gagasan yang patut di contoh oleh siapapun dalam memulai bisnisnya. Dengan adanya komunitas membuat Bukalapak menjadi semakin dikenal banyak orang di seluruh Indonesia. Bukalapak harus semakin mengembangkan komunitas dan mencari anggota komunitas Jakarta lainnya serta menjadi bagian dalam kegiatan komunitas.

