

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Komunikasi Interpersonal Nufi Wardhana dengan Teman Nufi melalui “*Music For Healing*”, dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Proses Komunikasi Interpersonal Nufi Wardhana dengan Teman Nufi melalui “*Music For Healing*” menggunakan model komunikasi Schramm (ketiga), karena sesuai dengan apa yang di prinsipkan Schramm di dalamnya bahwa komunikasi Interpersonal itu terdiri dari : pengirim pesan – pesan – saluran/media – penerima pesan – efek. Dan komunikasi Interpersonal Nufi bukan hanya komunikasi secara verbal saja tetapi juga non-verbal. Disampaikan secara langsung dan tidak langsung (menggunakan media) Instagram, Youtube dan Tiktok.
2. Motif yang mempengaruhi komunikasi antara keduanya adalah sebagai bentuk pengungkapan perhatian kepada orang lain (saling memperhatikan), sebagai bentuk cara pengenalan dalam menemukan diri sendiri, untuk menemukan dunia luar, hal-hal baru yang menarik untuk diketahui, membangun dan memelihara hubungan yang harmonis sebagai sesama makhluk sosial, untuk saling mempengaruhi sikap dan tingkah laku masing-masing dengan kepribadian yang berbeda-beda budaya dan kebiasaan yang berbeda juga diantara audien dan teman-temannya, mencari kesenangan hiburan dan sekedar menghabiskan waktu bersama, serta menghilangkan atau mengurangi kerugian yang diakibatkan oleh

komunikasi itu sendiri karena memang efek dan feedbacknya seringkali bisa di lihat secara langsung.

3. Tema yang sering dibawakan tentang Nasionalisme, cinta, motivasi kehidupan, wanita, kesetaraan gender, ketulusan hati, dan masih banyak lagi. Disetiap tema dia juga akan menyesuaikan dengan lagu yang dibawakannya.

B. Saran

Setelah melakukan analisa dan melakukan beberapa pengamatan, adapun saran yang diberikan peneliti yaitu :

1. Saran Akademis

Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap Komunikasi Interpersonal Nufi Wardhana dengan Teman Nufi melalai *Music For Healing*.

2. Saran Praktis

Saran praktis dari penelitian ini, untuk semakin aktif menularkan pesan-pesan positif dan lebih banyak menggunakan media yang bisa dijangkau kebanyakan orang agar pesan dan hal-hal baiknya pun lebih tersebar.