

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penyajian, pembahasan bab sebelumnya, dan analisi resepsi data para informan *indepth interview* bagaimana generasi z meresepsikan film Love For Sale dalam menggunakan aplikasi kencan *online*. Bisa disimpulkan bahwa penerimaan generasi z yang telah diteliti dapat di klasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu:

1. *Dominant Hegemonic Position*, peneliti melihat adanya kecenderungan informan 2, 4, dan 5 yang menduduki kategori *Dominant Hegemonic Position* menerima secara penuh bahwa penggunaan aplikasi kencan *online* pada film Love For Sale telah sesuai dengan penggunaan aplikasi kencan yang informan gunakan. Adapun hubungan serius dapat dijalin melalui aplikasi kencan online seperti yang digambarkan pada film Love For Sale. Alasannya adalah adanya interaksi yang dapat menunjang untuk ketahap komitmen yang menjadi salah satu faktor pada pembahasan bab 2. Dalam pembahasan komunikasi interpersonal dalam hubungan romantis dijelaskan faktor komitmen yang nantinya membedakan antara pertemanan dan hubungan serius.

2. *Negotiated Position*, informan 1 yang mendapati pada ketegori ini, peneliti melihat adanya kecenderungan posisi dominan dan juga opositional, menurut informan penggunaan aplikasi kencan *online* pada film Love For Sale sudah sesuai dengan apa yang informan temui di kehidupan sehari-hari, namun informan menemukan permasalahan dan kekurangan pada penggunaan aplikasi kencan pada film. Hal ini memberikan rasa kekhawatiran pada informan setelah menggunakan aplikasi kencan *online* yang nantinya untuk mendapatkan pasangan yang serius.
3. *Opositional Position*, peneliti berkecenderungan menilai informan 3 berkategori ini, informan berkesimpulan bahwa dari penggunaan aplikasi kencan *online* dalam film Love For Sale tidak menemukan hasil yang sama ketika informan menggunakan aplikasi kencan di kehidupan sehari-hari. Penggunaan aplikasi yang ditampilkan pada film kurang menggunakan fitur-fitur yang semestinya digunakan untuk mendapatkan hubungan serius

Pada proses wawancara ini peneliti berkesimpulan bahwa hasil penggunaan aplikasi kencan *online* pada film Love For Sale sudah tepat yang nantinya hubungan yang serius bisa didapatkan melalui aplikasi kencan *online* seperti yang digambarkan dari Film Love For sale. Dari kelima informan benar-benar menunjukkan penerimaan yang berbeda-beda berdasarkan 3 posisi yang ada dalam teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Hal ini tidak terlepas dari pengaruh pemaknaan masing-masing informan, seperti latar belakangnya, pengalaman, juga nilai dan budaya yang dianut oleh masing-masing informan.

Dengan adanya era digital saat ini yang didukung dengan media massa sangat berperan penting dalam kehidupan kita sehari-hari, seperti mendapatkan pasangan lewat aplikasi kencan *online* yang ditampilkan pada film *Love For Sale*.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk perkembangan pada penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penelitian analisis resepsi generasi z terhadap penggunaan aplikasi kencan *online* dalam film *Love For Sale* adalah :

1. Hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil dari kelima informan. 3 dari 5 informan menyatakan bahwa terdapat hubungan romantis yang terjalin melalui aplikasi kencan *online*. Sehingga diharapkan agar data yang sudah dianalisis diatas dapat menjadi referensi atau data pendukung untuk perkembangan penelitian selanjutnya terkait dengan topik yang beririsan.
2. Kemudian, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat khususnya bagi generasi z dalam menggunakan aplikasi kencan *online*, dan bagi perkembangan film Indonesia kedepannya.