

BAB V

5.1 Kesimpulan

Penggambaran karakter generasi milenial pada akun @viceind mempunyai ciri – ciri karakter yang unik yaitu cenderung kreatif, mempunyai passion yang inovatif dan produktif. Ciri yang membedakan dengan generasi sebelumnya seperti generasi x yaitu generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi dalam semua aktivitasnya. Pada postingan @viceind kategori budaya kerja adalah kategori yang paling populer dalam postingannya di media sosial tiktok dengan konten yang telah diteliti oleh peneliti sub kategori short term adalah postingan yang paling populer yakni memiliki 57.000 views dan 7389 likes. Postingan tersebut melihatkan budaya kerja generasi milenial yang lebih mencari yang instant agar bisa segera terhindar dari pressure atau beban dalam kehidupannya ataupun di dalam pekerjaannya. Namun dalam konten lainnya juga menjelaskan mengenai karakter generasi milenial , seperti yang ditonjolkan pada poin realistis adalah penggambaran dimana generasi milenial mencoba realistis dengan berhemat di akhir bulan demi bisa bertahap hidup. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena adanya minim pengetahuan mengenai literasi mengelola finansial. Pada point *money oriented* penggambaran karakter generasi milenial adalah dimana generasi milenial menjual barang-barang yang bisa dijual termasuk barang pemberian dari mantan, hal ini sesuai dengan karakter generasi milenial yang mengorientasikan apa yang bisa menghasilkan dan

menambah uang dengan cepat dengan kata lain sesuatu yang bisa mengorientasi terhadap kesuksesan, faktor menambah uang ini bisa dikarenakan tren anak mudah yang dimana mereka ingin mendapatkan *financial freedom* (bebas finansial) sebelum umur 30 tahun. Pada poin *short term* penggambaran karakter generasi milenial digambarkan dengan pemuda yang berharap dapat lari dari masalah disaat mendapatkan banyak tekanan dan tuntutan baik soal pekerjaan maupun kehidupan, sering kali ini terjadi karena generasi milenial terjebak dengan goals dan deadline kehidupan yang telah mereka buat dan tidak seimbang dengan budaya bekerja mereka yang kadang memiliki presentase lebih besar daripada kegiatan yang lain. Sedangkan pada poin *networking*, penggambaran karakter generasi milenial tidak sesuai dengan kenyataan karena yang ditayangkan pada Postingan adalah milenial menggunakan media sosial sebagai tempat untuk interaksi sosial dengan orang asing yang tidak digunakan untuk bertukar informasi dan ide namun justru digunakan untuk hiburan semata sehingga menyebabkan tidak adanya relasi yang positif pada bidang tertentu.

Sedangkan penggambaran karakter generasi milenial yang sesuai dengan kategori budaya kerja digambarkan melalui 3 poin yakni pragmatis, rasa optimis yang tinggi serta berorientasi pada kesuksesan. Tayangan pada @viceidn dapat merepresentasikan poin-poin yang ada pada karakter generasi milenial ini seperti Postingan liburan tapi tetap bekerja, berusaha mencari hiburan di sela-sela deadline dan tuntutan

pekerjaan serta berusaha keras untuk mendapatkan pengakuan dari atasan dengan memberikan kontribusi yang terbaik bagi perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggambaran karakter generasi millennial pada kategori *work habits* adalah generasi yang mengutamakan pada orientasi kesuksesan. Hal ini dapat dilihat dari adanya *remote working* sambil liburan atau bekerja di luar kantor dan menyebabkan overtime sehingga bekerja merupakan kegiatan yang melekat dan kegiatan bekerja memiliki prioritas yang lebih besar dalam kehidupan sehari-hari.

Sehingga dapat dikatakan bahwa penggambaran karakter generasi milenial sesuai dengan tujuan utama @viceind yang memiliki target pasar remaja 14 tahun hingga 26 tahun sekaligus mencoba mengkritisi fenomena – fenomena yang berkaitan dengan apa yang terjadi pada generasi milenial.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian analisis isi media sosial kualitatif terhadap Postingan penggambaran karakter generasi milenial pada akun tiktok @viceind maka saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya sebatas meneliti isi dari Postingan mengenai karakter generasi milenial yang diunggah oleh akun @viceidn. Maka diperlukan penelitian lain yang lebih mendalam seputar wacana kritis yang termuat dalam Postingan mengenai karakter generasi milenial.
2. Perlu adanya penelitian – penelitian lanjutan dengan topik seperti ini dengan pengkajian yang lebih dalam agar semakin banyak literatur yang membahas tentang karakter generasi milenial yang perubahannya bisa berganti tergantung fenomena – fenomena yang terjadi di sekitar mereka generasi milenial terutama di negara kita, sehingga masyarakat lebih memahami topik karakter generasi milenial dan dapat membuat mereka lebih melek akan literasi.