

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Mengacu pada hasil analisis wacana digital terhadap konten pada media sosial TikTok yang memakai latar lagu “Kita Bikin Romantis” oleh MALIQ & D’Essentials, dapat ditarik kesimpulan bahwa konten-konten baik berupa video maupun kumpulan foto tersebut memuat wacana yang berbeda-beda tentang penggambaran makna romantisme. Pemaknaan terhadap romantisme mengalami pergeseran seiring terjadinya perkembangan teknologi digital, seperti dengan adanya media sosial TikTok. Melalui media digital khususnya media sosial, netizen dapat ikut serta mengunggah konten di TikTok yang berisi persepsi mereka tentang makna romantisme menggunakan latar lagu “Kita Bikin Romantis”. Kehadiran media digital seperti TikTok memungkinkan terjadinya negosiasi kekuasaan dalam mengartikan realitas romantis.

Penelitian ini menggunakan analisis wacana digital oleh Rodney H. Jones yang menjabarkan bahwa ada empat elemen dalam analisis wacana digital tersebut, yakni unsur teks, konteks, tindakan & interaksi, serta kekuasaan & ideologi. Melalui struktur analisis tersebut diketahui secara tekstual bahwa konten yang diunggah mengandung wacana romantisme yang berbeda-beda, sesuai dengan kepada siapa romantisme dalam hubungan tersebut terjadi.

Romantisme yang direpresentasikan pada konten di media sosial TikTok dengan lagu “Kita Bikin Romantis” oleh MALIQ & D’Essentials terjadi pada

hubungan-hubungan interpersonal seperti hubungan persahabatan, hubungan romantis yang berkomitmen, serta hubungan dalam keluarga. Kasih sayang yang terjalin pada hubungan-hubungan interpersonal tersebut juga diekspresikan secara berbeda-beda, seperti melalui pemberian hadiah, menghabiskan waktu bersama, ucapan afirmasi, sentuhan fisik, serta tindakan nyata yang membantu serta mendukung.

Konteks meliputi situasi hubungan sosial, tren budaya di TikTok, dan bahkan situasi global yang mempengaruhi bagaimana konten romantisme diproduksi dan diinterpretasikan. Konten TikTok yang menggunakan lagu "Kita Bikin Romantis" dibentuk dalam konteks budaya digital dan media sosial masa kini. Pengguna media sosial TikTok menggunakan wadah media sosial ini untuk mengungkapkan ekspresi diri serta membagikan pengalaman romantis yang mereka alami. Penelitian ini menemukan bahwa konteks dibalik Maliq & D'Essentials yang menggunakan lagu barunya yang berjudul "Kita Bikin Romantis" di media sosial TikTok untuk mengumumkan berita salah satu personilnya yang menikah kembali, sekaligus menjadi pertanda era terlahir kembalinya Maliq & D'Essentials yang akhirnya mengeluarkan album setelah sekian lama. Ajakan resmi untuk meramaikan pemakaian lagu tersebut di platform TikTok juga menjadi konteks dari netizen yang aktif menyampaikan persepsi mereka tentang romantis lewat unggahan konten pada akun masing-masing.

Tindakan yang dapat dilakukan oleh individu seperti membuat serta membagikan video romantis menggunakan lagu "Kita Bikin Romantis" oleh MALIQ & D'Essentials sebagai latar belakang suara. Interaksi juga dapat terlihat

dari komentar, jumlah suka, dan jumlah konten tersebut yang dibagikan oleh audiens. Hal ini sebagai bentuk dari apresiasi maupun kritik terhadap konten tersebut. Pengguna lain juga dapat memberikan respon emosional, seperti bagaimana individu tersebut merasa terhubung bahkan mendapatkan inspirasi dari konten romantis tersebut.

Konten TikTok yang menggunakan lagu "Kita Bikin Romantis" dapat digunakan untuk membagikan ideologi yang terkait dengan hubungan romantis, seperti romantisme yang tidak hanya terjadi pada pasangan, namun juga pada hubungan interpersonal lain seperti pada hubungan keluarga dan pertemanan. Pada penelitian ini dapat diketahui juga bahwa bahasa cinta seperti memberikan afirmasi positif, saling memberi hadiah, melakukan kontak fisik, menghabiskan waktu bersama, serta memberikan bantuan merupakan bentuk ekspresi romantisme. TikTok juga dapat menjadi platform bagi individu maupun kelompok tertentu untuk mencoba memberi pengaruh pada persepsi orang lain terkait apa yang disebut romantis atau ideal dalam suatu hubungan. Pengguna yang memiliki pengaruh besar bisa memproduksi konten yang bertujuan untuk mempromosikan versi realitas romantis tertentu. Konten tersebut bisa memberi pengaruh pada persepsi audiensnya terkait pada bagaimana seharusnya suatu hubungan dan cinta itu dijalin. Tak hanya pada pengguna dengan pengaruh yang besar, pengguna lainnya dapat ikut serta membagikan pandangan dan pengalaman mereka sendiri, sehingga terjadilah negosiasi kekuasaan dalam mengartikan realitas romantis.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan khususnya pada pembaca, yaitu:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan serta data pendukung bagi penelitian-penelitian berikutnya, terutama penelitian yang menggunakan analisis wacana digital dengan objek komodifikasi lainnya.
2. Penelitian ini berfokus pada pengkajian wacana digital romantisme melalui media sosial TikTok dengan lagu tertentu, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian seperti melakukan analisis dengan platform media sosial lainnya untuk mengetahui ragam representasi romantisme melalui media yang berbeda. Metodologi yang digunakan untuk penelitian selanjutnya dapat lebih beragam dan berbeda, dengan tujuan agar perspektif yang diperoleh lebih beragam.
3. Representasi makna romantisme dapat berubah seiring perkembangan zaman, oleh karena itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuktikan hal tersebut dengan analisis yang berkelanjutan.