

BAB V

KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi Generasi Z terhadap konten keluarga Gen Halilintar di media sosial terbentuk melalui pemikiran yang aktif dan kritis. Sejalan dengan teori Persepsi dari Julia T. Wood, Generasi Z tidak sekadar menerima mentah-mentah apa yang mereka lihat di layar. Cara mereka memaknai tontonan tersebut sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu (*Field of Experience*) dan latar belakang kehidupan keluarga masing-masing di dunia nyata. Informan yang tumbuh dengan orang tua tunggal, dididik secara kaku (*strict parents*), kurang didengarkan di rumah, hingga memiliki keterbatasan ekonomi, terbukti mampu menyaring informasi sehingga mereka tidak menjadikan standar media sosial sebagai patokan mutlak.

Selain itu, Generasi Z terbukti memiliki pemahaman digital yang baik dalam mengenali praktik Manajemen Kesan (*Impression Management*) yang digagas oleh Erving Goffman. Walaupun mereka menyukai kekompakan keluarga Gen Halilintar, para informan sadar betul bahwa kemewahan (*flexing*) dan kebahagiaan sempurna di depan kamera hanyalah sebuah panggung depan (*front stage*). Mereka dengan masuk akal menilai bahwa tayangan tersebut adalah hiburan yang sudah disunting demi kepentingan algoritma dan keuntungan. Sementara itu, panggung belakang (*back stage*) yang berisi

kelelahan, stres, dan konflik keluarga yang sebenarnya sengaja disembunyikan dari penonton.

Pada akhirnya, alih-alih terbuai oleh ilusi kesempurnaan tersebut, tontonan dari Gen Halilintar justru membuat Generasi Z berkaca dan menentukan kembali standar keluarga yang kuat (*Family Strengths*) menurut ukuran Nick Stinnett. Generasi Z memandang bahwa keharmonisan tidak lagi diukur dari kekayaan materi, melainkan dari adanya rumah sebagai "ruang aman" secara emosional. Untuk menjaga keutuhan keluarga dari kerasnya beban kehidupan, Generasi Z lebih mengutamakan komunikasi positif yang saling menghargai, kesiapan finansial yang masuk akal sebagai jaring pengaman, serta nilai-nilai spiritual sebagai fondasi utamanya.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian pada kreator konten keluarga dengan gaya hidup yang berbeda (misalnya keluarga minimalis atau *low profile*) untuk mendapatkan perbandingan data. Penggunaan metode survei (kuantitatif) juga disarankan untuk mengukur persentase pengaruh konten media sosial pada populasi yang lebih luas.
2. Bagi Generasi Z, diharapkan untuk terus mempertahankan pemikiran yang kritis dan literasi digital saat bermedia sosial. Kesadaran bahwa konten hiburan bukanlah standar hidup nyata harus terus dijaga agar terhindar dari perilaku membanding-bandingkan nasib (*social comparison*) yang dapat mengganggu kesehatan mental.

3. Bagi Orang Tua, disarankan untuk mulai mengurangi gaya komunikasi yang kaku atau otoriter. Orang tua perlu memosisikan diri sebagai pendengar dan teman diskusi yang setara, sehingga rumah benar-benar terasa sebagai ruang aman dan nyaman bagi anak.
4. Bagi Pembuat Konten (*Content Creator*), diharapkan lebih bijak dalam menyajikan tayangan keluarga. Selain aspek hiburan dan gaya hidup, kreator konten sebaiknya menyisipkan nilai edukasi yang realistis tentang bagaimana menghadapi masalah dan merawat keharmonisan di dunia nyata.