

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan, peneliti menyimpulkan bahwa penerimaan generasi Z pada autentisitas konten “beliin mobil untuk wali kelas” di TikTok tidak dimaknai secara seragam oleh informan. Perbedaan pengalaman, pengetahuan, serta cara pandang membuat informan menghasilkan penerimaan yang berbeda terhadap autentisitas yang direpresentasikan dalam konten. Dalam proses *decoding*, terdapat informan yang berada pada dominant reading karena menerima autentisitas yang ditampilkan setelah melihat adanya bukti konkret yang dianggap mampu menghubungkan narasi dalam konten dengan peristiwa nyata. Sementara itu, pada negotiated reading, informan masih menerima bagian atau nilai tertentu dari konten, tetapi melakukan penyesuaian terhadap pemaknaannya setelah mempertimbangkan kewajaran tindakan, cara pengemasan, pola representasi, serta kemungkinan adanya tujuan promosi. Adapun pada oppositional reading, informan menolak autentisitas yang ditawarkan karena tindakan yang ditampilkan dianggap tidak realistis, berlebihan, dan lebih dipahami sebagai bentuk konstruksi, gimmick, maupun kepentingan marketing. Temuan tersebut menunjukkan bahwa posisi penerimaan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi oleh bagaimana masing-masing audiens memaknai representasi autentisitas berdasarkan pengalaman dan kerangka pemikirannya.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya batas autentik yang digunakan informan ketika menilai konten digital. Autentisitas tidak hanya dipahami berdasarkan apakah suatu peristiwa benar-benar terjadi atau tidak, tetapi berdasarkan kesesuaian antara representasi yang ditampilkan dengan realitas yang dipahami audiens. Konten cenderung dipersepsikan autentik ketika tindakan yang ditampilkan masih dianggap realistis dan wajar, dekat dengan kehidupan sehari-hari, disampaikan secara natural, serta memiliki bukti atau tanda yang dapat memperkuat kepercayaan audiens. Sebaliknya, batas autentisitas mulai dipertanyakan ketika representasi terlihat terlalu berlebihan, scripted, memiliki pola pengemasan yang terlalu terstruktur, tidak sesuai dengan pengalaman sosial audiens, atau ketika kepentingan promosi dan konstruksi konten semakin terlihat. Dengan demikian, batas antara autentik dan tidak autentik dalam penelitian ini bersifat interpretatif karena dibentuk melalui penilaian audiens terhadap tindakan, pengemasan, bukti, serta tujuan komunikasi yang terdapat dalam konten.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki peran aktif dalam menentukan autentisitas konten digital. Informan tidak hanya menerima kesan pertama yang dibentuk oleh pembuat konten, tetapi melakukan proses penilaian melalui pengamatan terhadap visual dan narasi, mempertanyakan kejanggalan, membandingkan dengan konten lain, membaca komentar, serta mencari informasi tambahan. Informasi baru yang diperoleh dapat memperkuat maupun mengubah penilaian awal terhadap autentisitas. Dengan demikian, autentisitas tidak sepenuhnya ditentukan oleh pembuat konten, melainkan terbentuk melalui hubungan antara representasi yang ditampilkan dan proses pemaknaan

audiens. Hal tersebut memperlihatkan bahwa audiens berperan sebagai pihak yang aktif dalam menerima, menegosiasikan, maupun menolak makna autentisitas yang ditawarkan dalam konten viral TikTok.

5.2 Saran

Berdasarkan penarikan kesimpulan di atas, peneliti akan memberikan saran untuk penelitian ini sebagai berikut :

A. Saran Akademis

Saran akademis untuk penelitian ini adalah penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai penerimaan audiens terhadap autentisitas konten media sosial dengan memperluas objek penelitian, tidak hanya terbatas pada konten “beliin mobil untuk wali kelas” di TikTok, tetapi juga pada jenis konten atau platform media sosial lainnya. Perluasan tersebut dapat dilakukan untuk melihat bagaimana perbedaan karakteristik platform dan bentuk pengemasan konten memengaruhi pemaknaan serta penerimaan audiens terhadap autentisitas. Selain itu, penelitian selanjutnya juga disarankan untuk melibatkan informan dengan latar belakang dan pengalaman penggunaan media sosial yang lebih beragam agar dapat memperoleh variasi perspektif audiens yang lebih luas. Dengan demikian, kajian mengenai autentisitas dalam media sosial dapat dikembangkan secara lebih mendalam, khususnya dalam melihat bagaimana audiens melakukan decoding terhadap konten yang memiliki unsur hiburan, viralitas, maupun kepentingan promosi.

B. Saran Praktis

Saran praktis untuk penelitian ini ditujukan kepada kreator maupun pihak yang memproduksi konten di media sosial, khususnya konten yang memadukan unsur cerita, hiburan, dan promosi. Penyajian konten sebaiknya tetap memperhatikan transparansi dan kewajaran representasi agar tidak menimbulkan kesan bahwa suatu peristiwa direayasa atau dikonstruksi secara berlebihan hanya untuk menarik perhatian audiens. Selain itu, penggunaan unsur gimmick dan strategi promosi dalam sebuah cerita perlu dikemas secara proporsional sehingga tujuan komunikasi tetap dapat disampaikan tanpa mengurangi kepercayaan audiens terhadap konten. Hal tersebut penting karena hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi *negotiated reading*, yaitu masih menerima sebagian makna yang ditawarkan tetapi tetap melakukan penilaian kritis terhadap autentisitas dan tujuan di balik konten.