

## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis fenomenologi Edmund Husserl terhadap pengalaman menonton film *Spider-Man: No Way Home* di bioskop oleh enam informan dari Generasi Z, dapat disimpulkan bahwa pengalaman menonton di bioskop bersifat unik, holistik, dan multidimensional. Meskipun objek yang dikonsumsi sama, setiap individu memiliki pengalaman berbeda yang dipengaruhi oleh aspek sensorik, sosial, emosional, serta eksklusivitas yang diberikan oleh bioskop. Tahap pra-menonton membentuk ekspektasi melalui faktor personal, sosial, dan naratif yang kemudian menjadi pra-struktur yang mewarnai pengalaman aktual menonton.

Selama menonton, kualitas teknis bioskop seperti layar besar, suara surround, pencahayaan, dan efek visual yang menciptakan pengalaman sensorik yang imersif. Interaksi sosial dengan penonton lain juga menambah intensitas emosional, sementara refleksi personal terhadap karakter dan narasi menambah dimensi moral dan emosional, menunjukkan bahwa pengalaman menonton di bioskop tidak sekadar konsumsi film, tetapi pengalaman subjektif yang melibatkan kesadaran intensional (*noesis*) dan objek pengalaman (*noema*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan menegaskan bioskop menciptakan pengalaman yang tidak dapat digantikan oleh menonton di rumah, baik dari segi sensorik, sosial, emosional, maupun rasa eksklusivitas. Perbandingan dengan penelitian terdahulu menegaskan hal ini: meskipun pengalaman menonton ulang, menonton serial anime, atau drama Korea juga melibatkan aspek emosional dan sosial, pengalaman bioskop lebih imersif, eksklusif, dan memadukan seluruh aspek secara holistik.

Dengan demikian, esensi pengalaman menonton di bioskop bagi Generasi Z terletak pada integrasi antara aspek sensorik, sosial, emosional, dan reflektif, yang menciptakan pengalaman menonton yang holistik, imersif, dan tidak tergantikan oleh platform digital atau menonton di rumah. Fenomenologi Husserl membantu menegaskan bahwa pengalaman subjektif inilah yang menjadi inti pembeda menonton di bioskop dibandingkan di rumah, sekalipun film yang ditonton sama.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Penelitian ini membuka peluang untuk mengeksplorasi pengalaman menonton di medium lain, seperti platform streaming atau teknologi VR, untuk membandingkan dimensi komunikasi yang dihasilkan.
2. Penelitian ini dapat menginspirasi kajian mendalam tentang elemen komunikasi multisensorial dalam media audiovisual, seperti bagaimana kualitas suara, visual, dan suasana memengaruhi pesan yang diterima oleh audiens.
3. Studi fenomenologi lainnya dapat menggali lebih jauh bagaimana narasi film memengaruhi persepsi, nilai, dan perilaku audiens melalui pendekatan lainnya.
4. Institusi pendidikan di bidang komunikasi dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana film populer seperti *Spider-Man: No Way Home* dapat digunakan sebagai media pendidikan tentang nilai-nilai kehidupan, komunikasi simbolik, dan dampak sosial dari media.

### **5.2.2 Saran Praktis.**

1. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pengelola bioskop untuk meningkatkan kualitas pengalaman menonton dengan menambahkan inovasi, seperti peningkatan teknologi visual dan auditori, serta menciptakan ruang yang mendukung pengalaman sosial audiens.
2. Bagi produsen film, penelitian ini memberikan pemahaman tentang pentingnya narasi dan simbolisme untuk menciptakan pengalaman emosional yang relevan bagi Generasi Z. Dengan demikian, mereka dapat

memproduksi film yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memotivasi personal audiens.

3. Penelitian ini juga menjadi acuan bagi strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk memengaruhi keputusan audiens dalam mempromosikan film. Promosi interaktif melalui platform seperti TikTok atau Instagram dapat menjadi alat untuk menarik perhatian Generasi Z dengan cara yang lebih personal dan relevan.