

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa resepsi dan pemaknaan yang dilakukan audiens terhadap akun tiktok @gunungapipurba tidak selalu sejalan dengan apa yang dimaknai oleh pengelola. Kembali kita memaknai teori resepsi dari stuart hall yang Dimana dijelaskan khalayak tak hanya sosok pasif yang menerima konten secara harafiah tetapi mereka Adalah sosok aktif yang mampu mengintepretasikan pesan secara berbeda dari latar belakang mereka, dari budaya mereka, dan dari pengalaman dan juga pengetahuan mereka.

Dari temuan yang ditemukan peneliti, dari 7 responden yang diwawancarai setidaknya ada 2 responden yang masuk dalam kategori *dominant hegemoni position*, ada 2 responden yang masuk dalam kategori *Negotiated Position* dan ada 3 responden yang masuk dalam kategori *oppositional Position*.

Ditemukan 2 reponden yang masuk dalam kategori *dominant hegemonin position* secara sadar menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh tim pengelola sudah baik Dimana mereka melakukan promosi di tiktok yang Dimana semua kalangan terkhusususnya gen z memakai tiktok. Responden menyatakan bahwa video yang dibuat juga membuat mereka kagum dengankeindahan alam yang ditawarkan oleh Desa Wisata Nglanggeran Yogyakarta. Lagu yang dipakai juga sudah mengikuti trend yang sedang terjadi di kalanagan Masyarakat. Responden C bahkan menyatakan bahwa ia ingin kesana setelah melihat konten-konten yang disajikan pengelola. Serta caption yang menurut mereka cukup informatif untuk mendukung promosi.

Terdapat 2 reponden yang masuk dalam kategori *Negotiated Position* menyatakan bahwa konten-konten yang disajikan terkesan hanya menjual pemandangannya saja tanpa ada tambahan lagi. Responden H menyatakan bahwa

konten yang disajikan masih kurang cocok untuk generasi z tetapi ia menyatakan konten-konten yang disajikan cocok untuk umur 30 tahun keatas. Dilanjut oleh responden R yang menyatakan bawah promosi yang diberikan cukup sopan dengan tambahan visual yang tenang membuat akun ini cocok untuk kalangan yang responden H nyatakan. Ini membuat ada pemaknaan baru Dimana konten yang dibuat masih belum masuk kepada generasi muda tetapi sangat cocok untuk generasi diumur 30 tahun keatas.

Bedasarkan hasil Analisa peneliti terdapat banyak responden yang masuk dalam kategori opposition position. Sebanyak 3 orang. Responden Z menyatakan bahwa konten masih kurang menarik untuk dilihat. Dia merasa konten ini masih kurang menarik untuk orang-orang diseumuran mereka. Visual yang tak konsisten dan hanya terkesan bagus di vidiografinya saja atau visualnya saja tak disusunl dengan teks. Responden Z juga menyatakan bahwa masih kurang adanya hook untuk mengundan penonton. Konten yang masih belum konsisten dan juga gaya promosinya yang masih tak konsisten. Responden Z merasa belum mendapatkan informasi yang baik. Ia merasa tak dijelaskan letak titik tempatnya, ia tak mendapatkan informasi cara untuk kesana, tak mendapatkan informasi tentang penginapannya dan juga akomodasinya. Dan ia merasaknan konten yang diberikan terkesan Cuma hiburan saja tanpa adanya promosi yang dilakukan. Responden W juga menyatakan bahwa tak ada point yang jelas apa yang dijual dari konten ini. Konten yang diberikan juga masih belum ada CTA. Responden N juga menjelaskan bahwa konten yang diberikan bukan promosi teteapi sebuah video documenter saja dan merasa tak ada CTA ajakan untuk pergi kesana sehingga terkesan bukan untuk promosi.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa masih ada hal yang harus dilakukan oleh pengelola agar akun tiktok mereka dapat berkembang lebih baik lagi. Ada 3 responden yang sangat bertentangan dengan makna yang ingin disampaikan oleh pengelola terhadap khalayak. Alhasil ini menjadi sebuah pesan tersirat untuk harus mempelajari Kembali bagaimana promosi dalam media sosial itu bekerja. Visual yang menarik juga

harus disertai *Call to Action* yang menarik dan mengajak dan juga lagu yang mengikuti trend. Mengikuti trend yang menarik juga sangat disarankan agar generasi z dapat merasakan pesan yang disampaikan. Tetapi perlu juga adanya pengembangan dengan video yang Santai dan sopan sehingga generasi x masih bisa menikmati konten yang dibuat

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

- Memperluas jangkauan teori resepsi Stuart Hall sebagai acuan untuk meneliti sebuah kajian ilmiah
- Menggunakan pendekatan metodologis untuk menggali interaksi antara khalayak penonton akun tiktok @gunungapipurba dengan akun titoknya sendiri dan juga pengelolanya
- Melihat perbandingan respsi antar sesama generasi untuk memperkaya perpesktif terkait pemaknaan unggahan Tiktok

5.2.2 Saran Praktis

- Menjadi kajian bagi pengelola akun tiktok Desa Wisata Nglanggeran sebagai bahan evaluasi dan dapat membantu para pengelola untuk bisa mengembangkan akunTiktok @gunungapipurba.