

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman Generasi Z dalam mencari dan memaknai referensi film melalui media sosial tidak hanya berkaitan dengan aktivitas memperoleh informasi mengenai film. Pengalaman tersebut melibatkan cara informan menggunakan ruang digital, mengatur waktu pencarian, merespons konten secara emosional dan fisik, serta berinteraksi dengan berbagai bentuk informasi dan lingkungan sosial digital. Berdasarkan pengalaman para informan, penelitian ini menemukan beberapa pengalaman utama sebagai berikut.

1. Pengalaman mencari referensi film menunjukkan bahwa setiap informan memiliki cara yang berbeda dalam memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi mengenai film. Informan menggunakan berbagai fitur dan jenis konten yang tersedia di platform masing-masing, seperti trailer, ulasan, potongan adegan, unggahan pengguna, hingga rekomendasi yang muncul melalui sistem platform. Cara tersebut menunjukkan bahwa proses pencarian referensi film dilakukan secara beragam sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan masing-masing informan. Ada informan yang melakukan pencarian secara aktif dengan mengetikkan judul film pada kolom pencarian, sementara informan lainnya menemukan referensi melalui konten yang muncul di beranda. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang yang memungkinkan informan mencari dan mengeksplorasi referensi film dengan cara yang berbeda-beda.
2. Pengalaman mencari referensi film menunjukkan adanya perluasan ruang dalam proses pencarian. Berbagai platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube, digunakan sebagai ruang untuk mencari dan menemukan referensi film. Setiap platform memiliki karakteristik dan cara penggunaan yang berbeda, sehingga proses pencarian dapat dilakukan melalui berbagai fitur dan jenis konten, seperti kolom pencarian, beranda, trailer, ulasan, maupun unggahan pengguna. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pencarian yang memiliki fungsi beragam dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan serta pengalaman masing-masing individu.
3. Pengalaman mencari referensi film melibatkan respon emosional dan tubuh informan. Ketertarikan, rasa penasaran, antusiasme, rasa senang, hingga respons

spontan seperti tertawa dan tersenyum menjadi bagian dari pengalaman ketika informan menemukan konten film. Respons tersebut kemudian mendorong informan untuk melakukan tindakan lanjutan, seperti mencari informasi lebih jauh, membaca sinopsis, memasukkan film ke dalam watchlist, atau memutuskan untuk menonton. Dengan demikian, proses pencarian referensi film tidak hanya berlangsung melalui pertimbangan rasional, tetapi juga melibatkan pengalaman emosional dan respons tubuh.

4. Pengalaman mencari referensi film juga berkaitan dengan hubungan sosial dan lingkungan digital. Rekomendasi teman, opini pengguna lain, komunitas digital, akun tertentu, serta tren yang berkembang di media sosial menjadi bagian dari informasi yang ditemui oleh informan. Namun, peran lingkungan sosial tersebut tidak selalu menentukan keputusan menonton. Sebagian informan menggunakan opini orang lain sebagai pertimbangan awal, sementara informan lainnya hanya menggunakannya sebagai pembandingan setelah menonton film. Dengan demikian, hubungan sosial dalam proses pencarian referensi film hadir dalam bentuk yang berbeda-beda sesuai dengan cara informan berinteraksi dengan lingkungan sosial digitalnya.

Pengalaman Generasi Z dalam mencari dan memaknai referensi film melalui media sosial merupakan pengalaman yang berlangsung melalui keterkaitan antara waktu, ruang, tubuh, dan hubungan sosial. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa pencarian referensi film bukan sekadar proses menemukan informasi, tetapi merupakan pengalaman yang melibatkan rasa tertarik, penasaran, pertimbangan pribadi, respon emosional, serta interaksi dengan media digital. Melalui keempat dimensi eksistensial Max Van Manen, pengalaman tersebut dapat dipahami sebagai pengalaman yang bersifat berbeda pada setiap informan.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Teoritis

2. Penelitian ini berfokus pada Generasi Z tanpa membedakan secara spesifik berdasarkan platform media sosial yang paling dominan digunakan. Penelitian selanjutnya dapat mempersempit fokus pada satu platform tertentu, seperti TikTok atau YouTube, untuk menggali lebih dalam karakteristik pencarian referensi film yang spesifik pada platform tersebut.
3. Penelitian ini belum mengeksplorasi secara mendalam peran algoritma media sosial dalam membentuk pengalaman emosional informan, seperti yang disinggung

pada temuan mengenai *random clicking*. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih jauh bagaimana mekanisme algoritma secara spesifik membentuk keputusan emosional pengguna, misalnya melalui pendekatan studi algoritma atau kombinasi metode kualitatif-kuantitatif.

5.2.2 Saran Praktis

1. Temuan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi kreator konten dan pengulas film dalam menyajikan informasi mengenai film. Ulasan yang disampaikan tidak hanya dapat memberikan informasi, tetapi juga membangun ketertarikan dan keterlibatan emosional penonton. Hal ini penting karena ketertarikan emosional menjadi salah satu bagian dari pengalaman yang mendorong seseorang untuk mencari informasi lebih lanjut dan mempertimbangkan sebuah film untuk ditonton.
2. Temuan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi industri perfilman dalam menyusun strategi penyampaian informasi dan promosi film. Berbagai bentuk konten, seperti trailer, cuplikan adegan, sinopsis, dan ulasan, dapat disusun dengan memperhatikan cara calon penonton mencari serta memaknai referensi film. Dengan demikian, penyampaian informasi mengenai film dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan pengalaman penonton.
3. Temuan penelitian mengenai pengalaman Generasi Z dalam mencari dan memaknai referensi film dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran dan diskusi membuka wawasan baru mengenai kebiasaan mencari dan memaknai referensi film. Melalui pemahaman tersebut, Generasi Z diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola informasi serta mengambil keputusan menonton yang sesuai dengan kebutuhan maupun kondisi emosional mereka
4. Temuan penelitian ini memberikan gambaran mengenai mata kuliah budaya media baru, yaitu dengan memanfaatkan berbagai platform digital dalam mencari dan memaknai referensi film. Penelitian ini menunjukkan bahwa media digital sebagai ruang interaksi, pertukaran rekomendasi, serta pembentukan makna melalui pengalaman pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memahami peran teknologi digital, budaya partisipatif, dan perilaku konsumsi media di era media baru.