

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Secara keseluruhan penerimaan khalayak mengenai konten sensualitas pada akun instagram @aninditahidayat berada pada posisi *dominant* dan *oppositional* yang berarti bahwa penerimaan yang ada pada khalayak ada yang sejalan dengan pesan yang disampaikan dalam instagram @aninditahidayat dan ada juga yang tidak sejalan dengan pesan yang disampaikan dalam instagram @aninditahidayat mengenai konten sensualitas yang ada didalamnya dimana sensualitas sebagai seni dan ekspresi diri.

Penerimaan Perempuan generasi z yang dimana generasi ini memiliki intensitas yang tinggi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menurut dijelaskan bahwa generasi Z yaitu anak yang sangat melek teknologi atau net generation. Generasi ini menerima ketika konten sensualitas yang di posting di media sosial instagram. Dalam media massa, proses terjadinya pembentukan makna tidak hanya ditentukan oleh media saja namun korelasi antara teks dengan pembaca teks juga dapat mempengaruhinya.

Mereka mengikuti perkembangan zaman yang ada pada saat ini khususnya konten sensualitas yang ada di instagram. Mereka menyadari adanya konten sensualitas yang ada di media sosial instagram, sehingga secara pandangan mereka melihat konten sensualitas itu sebagai pengenalan jati diri seseorang terhadap dunia di media sosial. Sehingga menambah kepercayaan diri seseorang untuk tampil di media sosial.

Pada penelitian ini penerimaan pada informan telah dibagi menjadi tiga

topik pembahasan. Pada topik pembahasan pertama mengenai hidup sehat berbonus tubuh *sexy* keempat informan memiliki posisi yang beragam, terlihat terdapat dua informan berada pada posisi *oppositional* dan kedua informan lainnya masing-masing berada di posisi *dominant* dan *negotiated*. Kedua informan yang berada pada posisi *oppositional*, tidak menerima jika hidup sehat saja dapat mengubah tubuh menjadi *sexy*. Menurut mereka ketika ingin mendapatkan tubuh *sexy* bisa juga dengan cara yang lebih cepat seperti melakukan treatment dengan hasil yang lebih cepat. Ini dipengaruhi oleh *field of experience* dan *frame of reference* yang dimiliki seperti pengalaman menjadi saksi dari mengubah tubuh *sexy* secara cepat dan berita pada media yang mereka konsumsi. Pada informan di posisi *negotiated* menurutnya memang kebanyakan yang terlihat jika menerapkan pola hidup sehat dengan baik mungkin bisa merubah bentuk tubuh menjadi *sexy* tetapi ada juga cara yang lebih *instant* dengan cara melakukan perawatan. Sedangkan menurut informan dengan posisi *dominant* menurutnya hidup sehat memang memiliki dampak yang baik untuk mengubah tubuh menjadi *sexy* dan terbentuk.

Topik pembahasan kedua mengenai sensualitas sebagai seni dan ekspresi diri, menunjukkan tiga informan cenderung berada pada posisi *dominant*, dan satu informan berada pada posisi *oppositional*. Informan dengan posisi *dominant* menerima bahwa sensualitas memang sebagai bentuk seni dan ekspresi diri perempuan untuk mengenalkan jati diri yang sebenarnya pada dunia atau masyarakat di media sosial instagram. Sehingga perempuan lebih percaya diri untuk melakukan kebebasan terhadap dirinya sendiri, bahwa perempuan lebih

bebas untuk mengekspresikan dirinya. Penerimaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengalaman pada lingkungan pertemanan, berita pada media yang ditonton, dan rutinitas yang dimiliki oleh informan.

Sedangkan informan dengan posisi oppositional tidak menerima bahwa sensualitas bagian dari seni dan ekspresi diri, karena menurutnya ketika ingin mengenalkan jati diri itu tidak hanya saja membagikan konten sensualitas tetapi bisa dengan cara yang lain seperti lakukan hal yang positif seperti melakukan refleksi diri supaya lebih bisa mengenal diri sendiri. Pendapat dari informan ini dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang budaya yang ada di lingkungannya dimana budaya patriarki tidak terlalu kuat diterapkan pada lingkungan informan. Sensualitas dan etika dalam konten di media sosial instagram juga perlu diperhatikan, etika dalam membuat konten sensualitas di Instagram mencakup tanggung jawab untuk mempertimbangkan dampak potensial pada pengguna remaja atau anak-anak yang mungkin melihat konten tersebut. Para pembuat konten sering kali diharapkan untuk berhati-hati dalam mempertimbangkan bagaimana konten sensualitas yang mereka unggah mungkin memengaruhi persepsi audiens mudah terhadap tubuh, citra diri, atau perilaku.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian mengenai konten sensualitas pada akun instagram @aninditahidayat di zaman yang akan datang tidak hanya menggunakan metode reception analysis saja. Tapi instagram ini juga dapat diteliti dengan memakai metode semiotika sehingga peneliti diharapkan dapat menemukan makna

mengenai pesan yang disampaikan baik secara eksplisit maupun implisit pada isntagram @aninditahidayat.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap melalui penelitian ini khalayak dapat semakin tanggap mengenai konten sensulitas yang ada di lingkungan masyarakat, sehingga Masyarakat memiliki wawasan maupun pandangan yang terbuka mengenai konten sensualitas di media sosial tentunya. Peneliti juga berharap untuk kedepannya tema konten sensualitas semakin memberi wawasan serta edukasi terhadap masyarakat, sehingga pandangan masyarakat terbuka akan konten sensualitas di media sosial instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial :INTERAKSI, IDENTITAS DAN MODAL SOSIAL*.
- Berger, A. A. (2016). *MEDIA AND COMMUNICATION RESEARCH METHODS: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*.
- Fahmi, D. (2021). *PERSEPSI*.
- Fakih, M. (2013). *Analisis GENDER & Transformasi Sosial*. 1–186.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi AntarPersonal*.
- Lipschultz, J. H. (2015). *SOCIAL MEDIA COMMUNICATION : CONCEPT, PRACTICES, DATA, LAW AND ETHICS*.
- Moleong, L. J. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Edisi Revisi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Motion, J., Heath, R. L., & Leitch, S. (2016). *Social Media and Public Relations : Fake friend and powerful publics*.
- Mukarom, Z., Dakwah, J. M., Dakwah, F., Uin, K., Gunung, S., & Bandung, D. (2020). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*. Retrieved from <http://md.uinsgd.ac.id>
- Nasution, A. F. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Nevid, J. S. (2021). *GENDER DAN SEKSUALITAS*.
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020a). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*.
- Rakhmat, J. (2019). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Balqis, M., & Samatan, N. (2021). Pemaknaan Korban Kekerasan Seksual (Analisis Resepsi Audiens Terhadap Film 27 Steps of May). *Jurnal Publisitas*, 8(1), 49–60. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v8i1.63>
- Basarah, F Finny, & Gustina Romaria. (2020). *PERANCANGAN KONTEN EDUKATIF DI MEDIA SOSIAL*. 24. *ejurnal atma jaya*. (n.d.).
- Fathurizki, A., Mei, R., & Malau, U. (2018). *PORNOGRAFI DALAM FILM: ANALISIS RESEPSI FILM “MEN, WOMEN & CHILDREN”* (Vol. 2).
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). *PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT)*. 18(2), 127–134.
- Jurnal, L., Kusuma, A., & Hariyanto, S. D. (2016). *Analisis Resepsi Pejabat Publik terhadap Program Update Pagi SBO TV*. 4(2), 107–120. <https://doi.org/10.21070/kanal>
- Nisa, U. (2017a). *STUDI RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PEMBERITAAN SYARIAT ISLAM PADA KOMPAS.COM*. In *Jurnal Komunikasi Global* (Vol. 6).
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*.
- Putra, C., Nindiya, B., Program, E. S., Bimbingan, S., & Konseling, D. (2017). Dipublikasikan oleh: Program Studi Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas Muria Kudus. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1). <https://doi.org/10.24176/jkg.v3i1.1602>
- Ratna Pratiwi, S., & Studi Ilmu Komunikasi. (2020). *AUDIENCE ACCEPTANCE OF MILLENNIAL PARENTING CONSTRUCTION ON INSTAGRAM*

PARENTALK.ID. In *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* / (Vol. 11).
Weni Adityasning Arindawati, dan. (n.d.). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK
TERHADAP MAKNA BODY POSITIVITY PADA INSTAGRAM TARA BASRO.
In *JULI* (Vol. 4). Retrieved from <https://www.instagram.com/tarabasro/>,

Annur, C. M. (n.d.). Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan. Retrieved
September 27, 2024, from <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/8974dcc2e1898bd/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>
www.wearesocial.com. (n.d.). Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>