

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, konten Laundry Majapahit di TikTok tidak hanya menjadi tontonan aktivitas keseharian, tetapi juga mendorong audiens untuk membentuk pemaknaan pada berbagai aktivitas yang ditampilkan dalam konten. Proses pemaknaan tersebut berlangsung melalui tiga tahap persepsi, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Pada tahap seleksi, audiens menangkap elemen-elemen yang menarik perhatian, seperti visual, suasana, alur cerita, dan keunikan konsep konten. Selanjutnya, pada tahap organisasi, audiens mulai menghubungkan elemen-elemen tersebut menjadi satu kesatuan pemahaman mengenai aktivitas mencuci yang ditampilkan. Pada tahap interpretasi, audiens memberikan makna pada aktivitas yang mereka amati, seperti kemandirian dalam mencuci secara manual, kesediaan menjalani proses yang tidak instan, kemampuan menghadapi kondisi yang tidak ideal, keterlibatan laki-laki dalam aktivitas domestik, serta ketertarikan untuk mencoba pengalaman yang berbeda dari kebiasaan sehari-hari. Pemaknaan tersebut terbentuk melalui pengalaman, pengetahuan, dan sudut pandang yang dimiliki masing-masing audiens pada aktivitas yang ditampilkan dalam konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pemaknaan yang dibentuk audiens tersebut sejalan dengan konsep keberanian menurut Peterson dan Seligman, yaitu *bravery*, *persistence*, dan *vitality*. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa audiens mampu membentuk pemaknaan yang memiliki karakteristik keberanian melalui proses persepsi pada aktivitas keseharian yang ditampilkan dalam konten media sosial.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi, khususnya terkait persepsi audiens pada konten media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa makna tidak selalu terbentuk dari pesan yang disampaikan secara langsung, tetapi juga dapat muncul dari interpretasi audiens pada aktivitas yang ditampilkan dalam konten. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai pemaknaan audiens dengan mengaitkan variabel lain, seperti latar belakang sosial, pengalaman media, atau tingkat literasi digital, agar dapat memahami proses interpretasi secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi nilai-nilai lain yang muncul dalam konten media sosial, sehingga dapat memperkaya perspektif mengenai bagaimana audiens membangun makna dalam lingkungan digital.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi kreator konten maupun pelaku industri yang memanfaatkan TikTok, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten berbasis aktivitas keseharian memiliki potensi besar dalam membentuk pemaknaan tertentu pada audiens. Oleh karena itu, disarankan untuk mengemas konten secara natural, sederhana, dan *relatable* dengan kehidupan sehari-hari agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Selain itu, penggunaan konsep yang berbeda dari kebiasaan umum juga dapat menjadi daya tarik yang mampu memicu perhatian sekaligus mendorong audiens untuk membangun makna yang lebih dalam pada konten tersebut.