

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa fenomena viral kelangkaan BBM Shell yang disebarakan melalui video TikTok dimaknai secara beragam oleh khalayak. Penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak tidak bersifat homogen dalam menerima pesan media, melainkan melakukan proses pemaknaan yang berbeda-beda sesuai dengan pengalaman, tingkat literasi media, serta cara mereka memosisikan TikTok sebagai sumber informasi. Variasi pemaknaan tersebut dapat dijelaskan melalui teori analisis resepsi Stuart Hall, yang membagi posisi khalayak ke dalam tiga kategori utama, yaitu posisi hegemoni dominan, hegemoni negosiasi, dan hegemoni oposisi.

1. Posisi hegemoni dominan direpresentasikan oleh informan yang menerima pesan media secara utuh dan memaknai video TikTok mengenai kelangkaan BBM Shell sesuai dengan framing yang dibangun oleh pembuat konten. Khalayak pada posisi ini mempercayai visual antrean panjang, keluhan konsumen, dan narasi emosional sebagai representasi nyata kondisi di lapangan. TikTok diposisikan sebagai sumber informasi yang kredibel, sehingga tidak muncul upaya signifikan untuk melakukan verifikasi atau mempertanyakan konteks yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa kekuatan visual, narasi personal, dan paparan konten yang berulang melalui algoritma TikTok mampu membangun penerimaan hegemonik terhadap suatu isu.
2. Posisi hegemoni negosiasi merupakan pola resepsi yang paling dominan dalam penelitian ini. Khalayak pada posisi ini mengakui adanya peristiwa kelangkaan BBM sebagaimana ditampilkan dalam video TikTok, namun tidak sepenuhnya mengikuti framing yang dibangun oleh konten viral. Mereka melakukan penafsiran ulang dengan mempertimbangkan konteks tambahan, seperti kemungkinan masalah distribusi, sifat peristiwa yang temporer, serta keterbatasan TikTok dalam menyajikan informasi secara komprehensif. TikTok diposisikan sebagai pemicu informasi awal,

sementara pemahaman akhir dibentuk melalui proses verifikasi dan perbandingan dengan sumber lain. Temuan ini menunjukkan bahwa khalayak bersikap aktif dan reflektif dalam memaknai pesan media sosial.

3. Posisi hegemoni oposisi ditunjukkan oleh khalayak yang secara aktif menolak framing yang dibangun oleh video TikTok. Khalayak pada posisi ini memahami pesan media, namun mengganti makna dominan dengan interpretasi alternatif yang dianggap lebih rasional dan kontekstual. TikTok tidak diposisikan sebagai sumber informasi yang kredibel, melainkan sebagai media yang mengejar viralitas dan cenderung menonjolkan aspek emosional. Penolakan ini juga tercermin dalam komentar-komentar oposisi di kolom TikTok yang mempertanyakan kebenaran narasi, menolak generalisasi berlebihan, serta mengkritisi cara media sosial mbingkai isu kelangkaan BBM Shell.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pesan mengenai kelangkaan BBM Shell yang disebarkan melalui video TikTok tidak dimaknai secara seragam oleh khalayak. Proses pemaknaan yang dilakukan oleh informan memperlihatkan bahwa khalayak memiliki peran aktif dalam menafsirkan pesan media berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta tingkat literasi media yang dimiliki. Dominannya posisi negosiasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa khalayak tidak sepenuhnya menerima maupun menolak pesan yang disampaikan oleh media sosial, melainkan melakukan proses interpretasi secara kritis dengan mempertimbangkan berbagai konteks yang melatarbelakanginya. Temuan ini menegaskan bahwa dalam era media sosial, khalayak tidak lagi bersifat pasif, tetapi memiliki kemampuan untuk menilai, menafsirkan, serta mengevaluasi informasi yang mereka terima.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena viral di media sosial, khususnya TikTok, dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah informan atau membandingkan resepsi khalayak lintas

platform media sosial agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika pemaknaan pesan media digital. Selain itu, penggunaan metode tambahan seperti analisis wacana atau analisis algoritma media sosial dapat memperkaya perspektif penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi pembuat konten di TikTok, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya tanggung jawab dalam menyajikan informasi, khususnya terkait isu-isu sensitif yang berpotensi memengaruhi persepsi publik. Penyajian konten yang terlalu emosional dan minim konteks dapat memicu kesalahpahaman dan kepanikan di kalangan khalayak.
2. Bagi khalayak, penelitian ini menegaskan pentingnya literasi media dalam mengonsumsi konten media sosial. Khalayak diharapkan tidak menerima informasi secara mentah, tetapi melakukan verifikasi dan perbandingan dengan sumber lain sebelum membentuk opini.
3. Bagi pihak terkait, seperti perusahaan dan pemerintah, media sosial perlu dipahami sebagai ruang penting dalam pembentukan opini publik. Oleh karena itu, penyampaian informasi yang cepat, transparan, dan jelas melalui saluran resmi menjadi langkah strategis untuk mengimbangi narasi yang berkembang di media sosial.

