

BAB 5

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam bab empat, dapat disimpulkan bahwa tanda pada konten video TikTok Gustav Paat merepresentasikan karakteristik dari Generasi X, Y/Milenial, dan Z. Berdasarkan hasil penelitian representamen pada 10 video TikTok Gustav Paat, ditemukan 42 tanda verbal dan 23 tanda nonverbal yang digunakan Gustav untuk merepresentasikan perbedaan karakteristik dari masing-masing generasi 80-an, 90-an, dan 2000-an.

Hasil analisis dari sepuluh video konten tersebut menunjukkan generasi 80-an direpresentasikan memiliki kegigihan dan rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya yang ditunjukkan pada video ke-1, ke-2 dan ke-7. Dalam ketiga video tersebut dan video ke-3, generasi 80-an juga digambarkan sebagai orang yang penurut berdasarkan tuturan-tuturannya. Dari segi cara bersosialisasi di tempat kerja, generasi 80-an terlihat tidak tertarik untuk berbicara hal-hal lain di luar pekerjaan yang diperlihatkan juga pada video ke-1, ke-2, dan ke-7. Pada video ke-5, generasi 80-an digambarkan sebagai orang yang tegas, jika sesuatu dirasa salah, ia akan langsung menegur kepada orang tersebut. Pada video ke-6 dan ke-10 menggambarkan bagaimana generasi 80-an dalam menanggapi dan tidak asal-asalan. Selain itu pada video ke-4 pun, Gustav menggambarkan bagaimana kelompok generasi 80-an menyampaikan dengan baik apa yang sedang dirasakannya dan berusaha tidak marah-marah pada temannya, atau berbicara melantur seperti anak dari generasi 2000-an. Cara penyampaian generasi 80-an pun tidak menyinggung dibandingkan dengan kalimat yang diberikan oleh dua generasi lain, hal tersebut ditunjukkan pada video ke-8 dan ke-9.

Nadia Kyranni Khairunnisa, 2023

REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT (KAJIAN SEMIOTIK)

Universitas Pendidikan Indonesia

| repository.upi.edu

| perpustakaan.upi.edu

Gustav Paat juga menggambarkan generasi 90-an memiliki semangat yang tinggi dalam urusan pekerjaan dan sangat percaya diri dapat melakukan yang terbaik, hal tersebut terdapat dalam video ke-1 dan ke-7. Dalam video ke-1, ke-2, dan ke-7 pun generasi 90-an digambarkan senang bersosialisasi di lingkungan kerjanya, ia senang bercanda dan cenderung membangun percakapan informal sesama teman maupun dengan atasan mereka. Dalam video ke-5 juga, generasi 90-an digambarkan memiliki sifat santai dan akan menjadi bos/atasan yang tidak kaku, namun tidak melupakan profesionalitas ketika bekerja. Pada video ke-4, ke-8, dan ke-9, generasi 90-an juga digambarkan bersikap terus terang terhadap sesuatu yang menurutnya tidak sesuai dan menyampaikannya dengan kalimat yang cukup blak-blakan. Sikap berterus terang pun diperlihatkan dalam video ke-2 dan ke-3, yaitu bagaimana generasi 90-an tetap menutupi dan berusaha untuk lebih sopan di depan orang yang ia hormati. Ia tahu tempat untuk protes dan merasa tidak suka terhadap sesuatu. Dalam video ke-6 dan ke-10, generasi 90-an juga digambarkan suka bercanda. Generasi 90-an yang mengklasifikasikan jenis kelamin kambing berdasarkan suaranya dan tidak menganggap serius penyakitnya dengan berpura-pura tidak mendengar perkataan dokternya.

Hasil analisis juga menunjukkan generasi 2000-an direpresentasikan sangat sering mencampur bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris yang dapat dilihat pada 10 data video. Generasi 2000-an juga direpresentasikan memiliki karakteristik yang mudah menyerah dan seenaknya. Mereka secara terbuka menyampaikan pendapatnya tentang segala hal, termasuk mengeluh soal hal-hal yang tidak sejalan dengannya. Pada video ke-1, ke-2, ke-3, dan ke-7, generasi 2000-an digambarkan lebih mementingkan dirinya daripada pekerjaannya, ia banyak melakukan protes dan banyak beralasan agar tidak mengerjakan pekerjaan dari bos/atasannya dan suruhan dari ibunya. Dalam video-video yang disebutkan, generasi 2000-an juga digambarkan sangat manja dan tidak memiliki sopan santun kepada seseorang yang harusnya dihormati. Ia melakukan protes tanpa tahu cara yang benar, dan bersikap tidak menghargai orang dengan berteriak di depan wajahnya.

Di samping itu, generasi 2000-an digambarkan sangat peduli pada isu kesehatan mental yang sedang digaungkan di zaman sekarang. Seperti pada video ke-5 yang menggambarkan generasi 2000-an bila menjadi seorang bos/atasan, ia

Nadia Kyranni Khairunnisa, 2023
REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT (KAJIAN SEMIOTIK)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

melonggarkan waktu kerja pada karyawannya. Pada video ke-9, generasi 2000-an juga digambarkan peduli pada temannya. Namun dari video tersebut, Gustav ingin menunjukkan bahwa generasi 2000-an memaksa, mendorong seseorang untuk memiliki pemikiran atau prasangka positif. Generasi 2000-an juga digambarkan sebagai generasi yang melek ilmu pengetahuan baru dan sangat memanfaatkan teknologi, mereka menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencurahkan apa yang mereka alami di dunia nyata. Seperti pada video ke-3 dan ke-7, generasi 2000-an memanfaatkan media sosialnya sebagai tempat untuk mencurahkan apa yang mereka alami di dunia nyata. Dengan begitu, generasi 2000-an digambarkan memiliki karakter yang suka berbagi terlalu banyak cerita tentang dirinya atau kehidupan pribadinya kepada orang lain, seperti yang dilakukan pada kedua video tersebut.

Walaupun digambarkan memanfaatkan teknologi dengan baik, mereka juga direpresentasikan sebagai generasi yang mudah menelan segala informasi yang ada di internet tanpa memilahnya. Hal tersebut ditunjukkan pada video ke-10, generasi 2000-an digambarkan mencari tahu penyakit yang diidapnya di Google agar mendapatkan kepastian, tapi pada akhirnya informasi tersebut salah dan malah tetap berteguh tidak percaya pada dokternya sendiri. Generasi 2000-an juga direpresentasikan memiliki sikap kepercayaan berlebih terhadap suatu hal pun diperlihatkan pada video ke-4 dan ke-6, mereka percaya pada sesuatu yang tidak pasti dan tidak memahami ilmunya, juga asal bicara mengenai suatu hal. Berdasarkan video ke-4, ke-6 dan ke-8, generasi 2000-an juga digambarkan tidak pernah ketinggalan informasi atau hal-hal yang sedang populer.

Beberapa penggambaran karakter generasi yang dilakukan oleh Gustav menyebabkan munculnya konsepsi mengenai sifat suatu kelompok berdasarkan prasangka yang subjektif dan kurang atau bahkan tidak tepat, sehingga konten video tersebut dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap ketiga kelompok generasi. Disebabkan terdapat kesenjangan dalam penggambaran suatu kelompok generasi, yaitu kesan mengolok memunculkan konflik antargenerasi. Kelompok generasi 2000-an/Z merasa tersinggung dan tidak terima karena penggambaran yang terlalu dilebih-lebihkan.

5.2. Implikasi

Konten perbedaan karakteristik generasi yang muncul di media sosial, khususnya di TikTok, merupakan hasil subjektif dari satu kelompok generasi. Konten tersebut berisi penggambaran Generasi X/80-an, Y/Milenial/90-an, dan Z/2000-an ketika dihadapkan pada suatu situasi dalam kehidupan, namun memberi kesan mengejek pada salah satu kelompok generasi. Salah satu akun yang mempopulerkan konten tersebut adalah @don.gustavio atau Gustav Paat. Dalam kontennya tersebut ia memerankan ketiga generasi tersebut untuk menunjukkan perbedaan karakteristiknya. Namun, kontennya tersebut mengundang perdebatan karena sebagian kelompok generasi tidak menerima dan merasa konten tersebut terlalu subjektif. Hal tersebut juga dapat mengundang persepsi buruk masyarakat terhadap sebagian kelompok generasi.

Gustav Paat tidak bermaksud untuk menyinggung siapapun dalam kontennya, walaupun makna atau maksud yang ditangkap oleh penonton berbeda dengan apa yang terlihat dalam video. Kreator hanya menggambarkan setiap generasi berdasarkan apa yang terjadi di lingkungannya. Demi menonjolkan karakter setiap generasinya, kreator menggunakan dialog, mimik, dan gestur yang berbeda-beda. Namun ketika kreator sedang memerankan salah satu kelompok generasi, ia melebih-lebihkan cara berakting dan berdialognya. Maka dari itu, sebagian kelompok generasi merasa tersinggung dengan kontennya. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis dalam bidang sosial atau komunikasi untuk meneliti mengenai perbedaan karakteristik generasi pada akun tersebut dan pada dunia nyata.

Diharapkan dari adanya penelitian ini, masyarakat dapat menjadikan konten tersebut sebagai contoh untuk saling memahami, menyamakan persepsi, dan saling menerima satu sama lain. Bukan dijadikan sebagai bahan olokan atau jadi saling merendahkan. Dari hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa setiap generasi memiliki perbedaan dari segi karakter, kebiasaan, bahasa, persepsi, dan lain sebagainya karena masing-masing generasi tumbuh di masa yang berbeda pula.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat hal-hal penting yang menjadi rekomendasi bagi peneliti selanjutnya sebab penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu dengan diberikannya rekomendasi, peneliti mengharapkan adanya penelitian yang lebih baik mengenai studi kajian semiotik Charles Sanders Peirce, representasi, maupun tema perbedaan karakteristik generasi yang terdapat dalam media sosial maupun kehidupan sehari-hari.

Dengan begitu, perlu adanya penelitian lain yang berkaitan dengan analisis semiotik terhadap konten-konten perbedaan karakteristik generasi. Konten tersebut mengangkat isu-isu sosial hingga prasangka subjektif terhadap suatu kelompok generasi yang terjadi dalam masyarakat, khususnya pada kelompok generasi muda. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat mengungkap kebenaran yang lebih dalam mengenai representasi dan perbedaan karakteristik generasi dengan menggunakan semiotik sosial. Penelitian ini hanya menggunakan sumber data yang berasal dari satu media sosial saja, yaitu TikTok. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menggunakan data yang lebih banyak, tidak hanya bersumber dari platform media sosial lain tapi juga dari kehidupan sehari-hari. Dengan adanya sumber data tersebut, dapat ditemukan perbandingan antara representasi karakteristik generasi yang sengaja dibuat untuk hiburan semata dalam media sosial dengan karakteristik generasi dalam dunia nyata.