

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa laki-laki Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2021 memaknai tren *Marriage is Scary* di TikTok serta bagaimana tren tersebut memengaruhi cara pandang mereka terhadap pernikahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan tidak bersifat tunggal, melainkan beragam dan dipengaruhi oleh latar belakang personal, pengalaman hidup, nilai agama, lingkungan sosial, serta tingkat literasi media masing-masing subjek.

Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, ditemukan bahwa para subjek tidak menempati posisi yang seragam. Kahfi dan Faqih berada pada posisi *negotiated reading*, yaitu menerima sebagian makna dominan namun tetap melakukan penyesuaian dan penyesuaian berdasarkan pengalaman serta prinsip pribadi. Sementara itu, Agung dan Ghaftan berada pada posisi *oppositional reading*, dengan secara aktif menolak logika utama tren tersebut dan membangun pemaknaan alternatif yang lebih rasional serta kritis terhadap framing media.

Temuan ini menegaskan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan memiliki agensi dalam memaknai pesan media. Para subjek menunjukkan kemampuan untuk menegosiasi, merefleksikan, bahkan menolak narasi dominan yang dibangun TikTok. Dalam konteks ini, media sosial tidak bekerja secara deterministik, melainkan menjadi ruang pertarungan makna yang terus dinegosiasikan oleh audiens.

Secara kritis, penelitian ini menunjukkan pentingnya pemberdayaan khalayak, khususnya generasi muda, agar tidak terjebak dalam generalisasi dan ketakutan kolektif yang dibentuk oleh narasi ekstrem media sosial. Pemberdayaan ini tidak dimaknai sebagai penolakan terhadap media, melainkan sebagai kemampuan audiens untuk memahami bahwa setiap konten membawa sudut

pandang, kepentingan, dan framing tertentu. Dengan literasi media yang memadai, khalayak dapat membangun makna secara mandiri, reflektif, dan kontekstual. Oleh karena itu, makna pernikahan dalam penelitian ini tidak ditentukan oleh tren, melainkan oleh pengalaman hidup, nilai sosial, dan proses berpikir kritis individu.

6.2 SARAN

- Saran Pemberdayaan Khalayak

Berdasarkan temuan penelitian, khalayak khususnya generasi muda pengguna TikTok perlu diberdayakan agar tidak memaknai tren *Marriage is Scary* secara mentah. Diperlukan peningkatan literasi media agar audiens mampu memahami bahwa konten media sosial selalu membawa sudut pandang, framing, dan kepentingan tertentu.

Khalayak diharapkan dapat memposisikan diri sebagai audiens aktif yang mampu menyaring, menegosiasikan, dan mengkritisi pesan media, bukan sekadar mengonsumsinya secara pasif. Dengan demikian, tren di media sosial tidak menjadi sumber ketakutan kolektif, melainkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan refleksi untuk membangun pemahaman yang lebih realistis, kontekstual, dan personal tentang pernikahan.

- Saran Akademik

Penelitian ini secara sadar dan terencana memfokuskan kajian pada alumni mahasiswa laki-laki Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2021. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti pemaknaan tren "*Marriage is Scary*" pada laki-laki yang berada pada rentang usia 40 tahun dan belum menikah. Kelompok usia ini berada pada fase kehidupan yang berbeda dibandingkan subjek dalam penelitian ini, sehingga berpotensi memiliki bentuk ketakutan, tekanan sosial, serta pertimbangan yang lebih kompleks terkait pernikahan.

Jika pada penelitian ini laki-laki usia dewasa awal cenderung mampu melakukan negosiasi dan penolakan makna berdasarkan literasi media dan pengalaman personal, maka penelitian lanjutan dapat menggali apakah pada usia yang lebih matang proses pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh faktor akumulasi pengalaman hidup, tekanan usia, dan ekspektasi sosial yang lebih kuat. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat memperkaya kajian resepsi audiens serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika ketakutan dan pemaknaan pernikahan dari perspektif laki-laki pada fase kehidupan yang berbeda.

