

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Akhirnya penelitian mengenai representasi pola komunikasi masa kini dalam film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” dengan menggunakan 3 level metode semiotika John Fiske ini pun tiba dibagian penutup. Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis, maka dapat diambil beberapa poin simpulan dan saran.

5.1 Simpulan

1. Level realitas tampak sekali karakteristik pola komunikasi masa kini. Para pelaku komunikasi sadar *fashion* dalam setiap kesempatan, hidup di kota metropolitan, gemar *hang out* dan tak pernah lepas dari *smartphone*. Hal khas lainnya bagaimana keadaan rutinitas sehari-hari komunikator dan komunikan terganggu hanya karena sebuah pesan *instan messaging* yang isi percakapannya sangat singkat. Kondisi tersebut menciptakan perilaku khas dengan selalu menggenggam, memandangi dan berjalan tak tentu arah dibarengi fokus pada *smartphone*. Emosi, ekspresi, mimik, *gesture* dan non verbal tak pernah jauh dari kebingungan, kecemasan, keraguan yang ditunjukkan Rangga dan Cinta sepanjang film.
2. Level representasi menggambarkan pola komunikasi masa kini dalam film. Mayoritas terdapat dua teknik pengambilan gambar yang tampak. Pertama,

point of view setiap pesan *instan messaging* muncul agar penonton dapat melihat secara langsung, membaca, memahami, merasakan dan seolah-olah penontonlah yang sedang berkomunikasi. Teknik ini seperti melibatkan penonton masuk dalam situasi yang ada. Kedua, teknik *close up* menunjukkan reaksi akibat dari penggunaan *instan messaging* sebagai media komunikasi, seperti perasaan, perilaku dan lainnya. Pencahayaan redup disertai *background* piano nada rendah dihadirkan untuk dramatisasi. Film ini sukses memadukan beberapa aspek seni, yaitu audio, visual, cerita, narasi dan lainnya memindahkan realitas kehidupan sekitar ke dalam media film secara nyata dengan tema pola komunikasi masa kini yang membawa dampak perubahan pada masyarakat yang diwakili Rangga dan Cinta menjadikannya tontonan realistik dan memiliki arti.

3. Level ideologi yang tampak tersirat maupun tersurat tak pernah terlepas dari *life style*, rutinitas, pekerjaan, *fashion*, barang, sikap, gaya bicara, makanan, minuman, percakapan, tingkah laku, tempat, ekspresi dan lainnya yang diperagakan Cinta dan Rangga, ideologi tersebut memiliki sudut pandang disertai kepentingan tertentu dan membuat kita semakin memahami esensi dari pola komunikasi masa kini. Adapun ideologi yang muncul sepanjang film, yaitu kapitalis, hedonis, patriarki, feminis dan maskulinitas. Namun ideologi yang mendominasi ialah patriarki yang memposisikan Cinta sebagai wanita menunggu kontak, tertutup dan jaga *image* dalam berinteraksi dengan Rangga sebagai pria melalui aplikasi *instan messaging*.

4. Pola komunikasi masa kini dalam film sangat kentara. Kehadiran media baru merubah pola komunikasi dan interaksi sosial yang lama dengan yang baru, entah itu positif maupun negatif. *Instan messaging* dengan segenap fiturnya mempermudah komunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Namun disisi lain membuat individu tak pernah lepas dari *smartphone* dan terganggunya rutinitas, seperti yang terjadi pada Rangga dan Cinta. Melalui film ini kita memahami, saat ini *instan messaging* menjadi media komunikasi pilihan utama masyarakat dan telah diadopsi menjadi hal *personal* serta bagian tak terpisahkan sehari-harinya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Secara akademis diharapkan kedepannya akan lebih banyak lagi penelitian mengenai pola komunikasi masa kini yang menggunakan *instan messaging*. Hal ini penting dilakukan untuk memperdalam kajian ilmiah dengan tema *up to date* seperti ini, karena dirasa masih kurang tergali.
2. Penelitian mendatang pun didorong lebih mengeksplorasi variasi metode yang ada, observasi secara langsung terhadap pengguna *instan messaging*. Sehingga dengan demikian dapat semakin mewarnai khazanah ilmu komunikasi yang bersifat dinamis mengikuti perkembangan zaman.

5.2.2 Saran Praktis

1. Disarankan untuk para pengguna *instan messaging* tak hanya sebatas dapat mengoperasikan *instan messaging* semata, namun disamping itu dituntut untuk lebih memahami kemungkinan permasalahan-permasalahan yang timbul karenanya, seperti kebingungan, kebingungan dan ketergantungan individu terhadap *instan messaging* seperti yang diperagakan oleh Cinta dan Rangga. Ini guna mencapai tujuan *instan messaging* itu sendiri, yakni mempermudah proses komunikasi manusia agar lebih efektif dan efisien tanpa hambatan.
2. Apa yang ditampilkan dalam film memiliki kedekatan dengan realitas yang terjadi pada kehidupan sehari-hari masyarakat pengguna *instan messaging*. Dengan begitu penelitian ini dapat memberikan manfaat, panduan sekaligus kontribusi nyata untuk masyarakat dalam upaya pemahaman yang lebih mendalam mengenai penggunaan *instan messaging* sebagai media komunikasi pilihan masyarakat masa kini.