

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi z berani melakukan pengungkapan diri di media sosial Instagram mengenai konversi agama karena terdapat beberapa faktor yaitu merasa memiliki keintiman atau kedekatan dengan *followers* dan *followingnya* di Instagram yang mayoritas merupakan teman sekolah, rekan kerja, saudara hingga keluarga. Selain itu generasi z yang melakukan pengungkapan diri di media sosial Instagram mengenai konversi agama memiliki pemikiran bahwa agama merupakan informasi yang bersifat terbuka sehingga informasi mengenai konversi agama ditempatkan pada batasan kolektif yang bersifat publik. Karena hal tersebutlah, informasi seputar konversi agama sama sekali tidak ditempatkan pada batasan personal. Beberapa hal yang ditempatkan pada batasan personal merupakan tutur kata dan sikap yang baik agar mencerminkan citra baik bagi agamanya yang dianut saat ini yaitu agama Kristen. Kemudian pada awal melakukan pengungkapan diri mengenai konversi agama di media sosial Instagram terdapat beberapa orang yang tidak diberikan akses untuk mengetahui informasi tersebut karena takut mendapatkan respon yang kurang baik. Namun seiring berjalannya waktu akses tersebut dibuka kepada semua orang, sehingga seluruh *followers* dan *following* di Instagram mengetahui informasi mengenai konversi agama yang dilakukan. Faktor motivasi merupakan salah satu alasan generasi z membuka dan menutup informasi mengenai konversi agama. Dimana hal tersebut terdapat hipotesis kebutuhan ekspresif, dimana generasi z mengharapkan ketika melakukan pengungkapan diri mengenai konversi agama dapat memberikan dampak positif bagi *followers* dan *following* di Instagram yang membaca informasi tersebut. Generasi z yang melakukan pengungkapan diri di Instagram mengenai konversi agama lebih fokus membagikan dan mengelola informasi melalui kepemilikan batasan (*boundary ownership*) dengan memberikan hak-hak kepada *followers* dan *followingnya* untuk mengetahui informasi mengenai konversi agama yang

dilakukannya. Hal ini juga terjadi karena adanya rasa keintiman dan kedekatan, sesuai dengan asumsi pada informasi privat. Generasi z yang melakukan pengungkapan diri mengenai konversi agama di Instagram cenderung tidak peduli dengan orang lain yang dirasa tidak memiliki keintiman dan kedekatan dengan dirinya sehingga pengelolaan informasi melalui keterkaitan batasan (*boundary linkage*) jarang diperhatikan. Namun karena sudah menganggap informasi mengenai konversi agama adalah milik publik, pengelolaan informasi juga sering terjadi pada batasan permeabilitas (*boundary permeability*) yaitu dengan memberikan jawaban dan respon ketika ada orang lain yang bertanya seputar informasi konversi agama yang dibagikan di Instagram. Pada turbulensi batasan generasi z juga cenderung mendapatkan respon yang cukup sesuai dengan yang dipikirkan dan diharapkannya dimana sejak awal mereka sudah berekspektasi mendapatkan respon pro dan kontra, dan hasilnya pun sesuai dengan ekspektasi mereka. Generasi z memiliki ketegangan untuk melakukan pengungkapan diri dan membagikan informasi mengenai konversi agama di Instagram karena memikirkan respon publik yang kurang baik. Hal ini terjadi karena banyaknya contoh yang sudah pernah terjadi. Namun akhirnya ketegangan itu hilang karena mendapatkan keyakinan dari ayat-ayat Alkitab agama Kristen.

Sehingga pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa generasi z yang melakukan pengungkapan diri di Instagram mengenai konversi agama yang dilakukannya tidak terlalu melakukan manajemen privasi komunikasi dikarenakan lebih cenderung melakukan keterbukaan (*openness*) dibandingkan menyimpan informasi tersebut (privat).

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saat ini banyak sekali media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dan juga sering digunakan sebagai wadah pengungkapan diri. Maka dari itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada media sosial lain yang mungkin memiliki tekanan dan respon yang lebih tinggi dibandingkan media sosial Instagram. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat

melakukan penelitian mengenai pengungkapan diri dengan tema-tema yang berbeda, melihat saat ini masyarakat Indonesia sering membagikan informasi pribadi di media sosial.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa ketika seseorang ingin melakukan pengungkapan diri di media sosial khususnya mengenai konversi agama terdapat rasa ketakutan dan keraguan karena adanya respon yang kurang baik seperti kecaman dan hujatan dari lingkungan sekitar. Diharapkan masyarakat khususnya di Indonesia dapat berpikir secara lebih terbuka dan membebaskan orang-orang untuk melakukan pengungkapan diri mengenai konversi agama agar tidak ada kecaman atau hujatan sehingga tidak ada lagi rasa ketakutan atau keraguan ketika ingin mencoba melakukan pengungkapan diri di media sosial.

