

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Generasi Z banyak menginvestasikan waktunya di media sosial untuk membagikan pikiran, perasaan, dan pengalaman. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa maraknya festival musik yang kembali diselenggarakan mendorong generasi Z di Jabodetabek untuk ikut serta merasakan pengalaman tersebut dan membagikannya ke media sosial. Peneliti menemukan bahwa media sosial masih memegang peranan penting bagi generasi Z untuk dijadikan media komunikasi dengan orang – orang terdekat dan saling bertukar informasi, terutama melalui Instagram.

Peneliti menemukan bahwa generasi Z mengunggah status ketika mengunjungi festival musik sebagai upaya untuk mengekspresikan diri. Tidak hanya datang untuk meluapkan antusiasme dan perasaan yang dipendam, namun mengunggah status dalam kunjungan ke festival musik dimaknai oleh generasi Z sebagai bentuk ekspresi *self-healing* yang secara bebas mereka bagikan di Instagram. Mengunggah status di Instagram juga merupakan cara generasi Z untuk membangun narasi dokumentasi dari pengalaman mengunjungi festival musik yang bisa dilihat kembali melalui fitur arsip.

Peneliti juga menemukan bahwa generasi Z memiliki karakteristik *attention seeking* melalui tindakannya mengunggah status di Instagram. Generasi Z memaknai kunjungannya ke festival musik untuk mendapatkan perhatian dari orang – orang yang melihat statusnya di Instagram dan perhatian dari musisi yang diunggah dalam statusnya. Peneliti menemukan adanya perasaan *fear of missing out* yang dialami oleh generasi Z ketika melihat unggahan mengenai festival musik di media sosial, sehingga mendorong mereka untuk melakukan hal yang sama. Peneliti juga menemukan adanya pemaknaan generasi Z dalam menjadikan

Instagram sebagai sarana untuk membentuk *personal branding* karakter *work-life balance* dengan mengunggah status sedang mengunjungi festival musik.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Bangkitnya industri festival musik pasca pandemi di Indonesia dapat menjadi momentum yang tepat untuk meneliti fenomena – fenomena menarik yang terjadi. Penelitian ini baru membahas pemaknaan pengalaman berbagi di media sosial dalam kunjungan festival musik secara luas menggunakan metode fenomenologi. Disarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan metode studi kasus dalam melihat keterkaitan pengunjung dengan media sosial dalam acara pertunjukan musik tertentu secara spesifik. Saran untuk penelitian kedepannya, diharapkan dapat memanfaatkan euforia dari festival musik yang sedang marak – maraknya terjadi di Indonesia dan lebih detail mengulik pengalaman tersebut dari tahapan sebelum atau sesudah mengunjungi festival musik. Munculnya fenomena membagikan pengalaman *war* tiket di media sosial dalam penelitian ini juga dapat dijadikan landasan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini masih terbatas pada sudut pandang generasi Z, dengan begitu diharapkan penelitian selanjutnya bisa meneliti fenomena *social media sharing* dari pandangan generasi lainnya.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis dari hasil penelitian ini, diharapkan pembaca dapat melihat karakteristik generasi Z di media sosial dalam kunjungan ke festival musik sehingga memiliki pemikiran yang lebih terbuka. Terbentuknya perasaan kesepian, *fear of missing out*, dan takut tertinggal yang dialami oleh

individu dapat menjadi dorongan bagi masyarakat yang menggunakan media sosial untuk perhatian dan memperhitungkan setiap tindakan yang dilakukan dalam dunia maya. Disarankan juga untuk para promotor acara agar dapat memanfaatkan fenomena yang ada dan melihat peluang berkembangnya generasi Z dan media sosial sebagai acuan untuk menyelenggarakan pertunjukan musik yang berkualitas di Indonesia. Bagi masyarakat yang lahir dari generasi di luar Z, diharapkan penelitian ini bisa memberikan gambaran dan pengetahuan lebih mengenai karakteristik generasi Z di media sosial dalam kunjungan ke festival musik sehingga berpikiran lebih terbuka.

