

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pada Bab ini akan membahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti dan sudah dipaparkan pada setiap Bab. Dalam menyimpulkannya peneliti merujuk pada tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu bertujuan untuk mengetahui manajemen identitas pada panjat sosial melalui aktivitas *retweet* di kalangan pengguna Twitter Generasi Z. Penelitian ini menggunakan penerapan Teori Manajemen Identitas yang mengkaji salah satu fenomena baru di media sosial Twitter yaitu panjat sosial. Objek utama dalam penelitian ini ialah fenomena panjat sosial, sedangkan subjek pada penelitian ini ialah para Generasi Z usia akhir yaitu 18-26 tahun yang aktif menggunakan Twitter.

Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang dituliskan yaitu '*bagaimana manajemen identitas pada fenomena panjat sosial melalui retweet di kalangan Generasi Z?*'. Penelitian ini ingin mengeksplorasi terkait fenomena yang sedang hangat kembali lagi terjadi belakangan ini. Maka dari itu, peneliti melihat hal tersebut menjadi celah penelitian dan mengumpulkan 4 orang Informan usia 22 dan 26 tahun yang berdomisili di Ibukota atau Jakarta. Informan telah dipilih sesuai dengan senarai kriteria yang telah ditentukan, namun sebagai hal yang perlu digarisbawahi ialah keempat informan tersebut melakukan aktivitas *retweet* tiap harinya.

Temuan pertama terkait aktifitas *retweet* dan panjat sosial menunjukkan bahwa hal yang mendorong generasi Z melakukan *retweet* antara lain adalah keinginan untuk melakukan *personal branding*. *Personal branding* tersebut bertujuan untuk meningkatkan status sosial dari yang sebelumnya menjadi lebih. Maka dari itu, *Retweet* terbukti menjadi salah satu upaya yang dilakukan pengguna Twitter untuk melakukan panjat sosial.

Temuan kedua terkait *retweet* dan manajemen identitas didapati bahwa Twitter menjadi ruang mereka dalam berekspresi dan berbagi informasi. Terdapat juga budaya yang berlaku di Twitter yakni terkait identitas *cyber account* mereka.

Di mana identitasnya merupakan identitas palsu, namun sesuai dengan jati diri asli di identitas nyata. Proses pembentukan identitas di Twitter juga dipengaruhi oleh ketertarikan jenis konten yang dikonsumsi oleh masing-masing Informan. Identitas tersebut, bertujuan untuk membangun persona dan tujuan masing-masing. Maka dari itu, berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa terdapat tiga informan yang menggunakan identitas palsu berdasarkan ketertarikan konten informal serta menganut budaya cyber account di Twitter. Kemudian terkait satu informan yang menggunakan identitas asli di Twitter dikarenakan pengaruh konten formal yang dikonsumsinya.

Temuan ketiga terkait komparasi citra diri setelah melakukan panjat sosial melalui *retweet* adalah mereka jadi mengutamakan hal yang terlihat di media sosial miliknya. Terdapat perubahan yang signifikan bagi sebagian besar informan melalui aktivitas *retweet* yang dilakukan sebagai upaya untuk panjat sosial. Perubahan tersebut meliputi cara pandang yang semakin yakin pada budaya instan, di mana viral dijadikan sebuah tujuan. Pandangan tersebut juga membuat mereka terus melakukan *retweet* dengan harapan akan membuahkan hasil untuk dapat mengenal orang yang status sosialnya lebih tinggi atau bahkan diidolakan menjadi mengenali dia.

Berdasarkan sejumlah temuan di atas panjat sosial melalui *retweet* yang terkait dengan bagaimana generasi Z mengelola citra dirinya. Aktifitas *retweet* sebagai proses simulasi bertujuan menciptakan realitas baru dalam identitas digital mereka. Begitulah yang dilakukan oleh para Generasi Z saat ini di Twitter dengan menggunakan aktivitas *retweet*. Sejumlah temuan dalam penelitian terkait konteks demografi dan aktifitas *retweet* sebagai upaya panjat sosial menunjukkan bahwa konteks demografi tidak terlalu mempengaruhi keputusan mereka melakukan *retweet* dan memandang hal lain.

## 5.2. Saran

Melalui penelitian ini telah memberikan temuan terkait penggunaan Teori Manajemen Identitas pada fenomena panjat sosial yang dilakukan oleh Generasi Z melalui aktivitas *retweet*. Hasil dari penelitian ini dipengaruhi besar oleh informan

dalam penelitian ini, maka dari itu dibuatlah keterbatasan dalam penelitian sehingga dapat dikembangkan oleh penelitian lanjutan nantinya. Berikut saran yang dapat ditinjau pada penelitian berikutnya :

### **5.2.1. Saran Akademis**

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menyadari banyaknya kekurangan dalam penelitian ini. Maka dari itu, tersusun saran secara akademis yang ditujukan untuk penelitian berikutnya.

1. Pertama, penelitian berikutnya dengan tema serupa dapat menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi Generasi Z yang dapat memberikan gambaran pengaruh pengelolaan identitas melalui retweet pada identitas digital.
2. Kedua, penelitian berikutnya dengan metode kualitatif dapat berfokus pada pemanfaatan twitter di kalangan Generasi Z dan Hiperrealitas.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran pada generasi muda bahwa terdapat kecenderungan Generasi Z untuk membangun citra diri yang kerap tidak relevan dengan kualitas diri yang nyata. Kecenderungan ini jika tidak diimbangi dengan upaya membangun kualitas diri sesungguhnya maka akan melahirkan generasi yang cenderung mengekor pada ide dan *public figure* tertentu. Dengan demikian temuan penelitian ini diharapkan dapat membuka kesadaran generasi muda untuk lebih kritis dalam pemanfaatan media sosial dengan disertai upaya membangun kualitas diri, bukan sekedar membangun citra diri yang semu.