

BAB V

PENUTUP

Bab ini akan menguraikan kesimpulan, implikasi dan rekomendasi penelitian. Pada bagian pertama, kesimpulan akan menanggapi tujuan penelitian yakni, Mengetahui pemaknaan khalayak penonton kanal YouTube Samuel&Claudia pada gaya hidup futuris yaitu, *Frugal living* dengan menemukan, *Preferred Reading* mengenai gaya hidup *Frugal living* yang terdapat pada konten *Youtube* Samuel&Claudia, Mengetahui keberagaman pemaknaan khalayak terkait gaya hidup *Frugal living* yang disampaikan melalui konten *Youtube* Samuel&Claudia, dan mendeskripsikan posisi khalayak terhadap *preferred reading* mengenai gaya hidup *Frugal living* pada konten Samuel&Claudia. Kedua, bagian implikasi akan menjelaskan hal-hal yang lebih spesifik melalui implikasi teoritis, implikasi praktis, serta implikasi sosial. Terakhir, pada bagian keterbatasan penelitian akan menjelaskan batas dari penelitian yang berfokus pada pemaknaan khalayak terhadap konten gaya hidup *Frugal living* pada kanal YouTube Samuel dan Claudia.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana khalayak penonton kanal YouTube Samuel & Claudia memaknai gaya hidup *Frugal living* sebagai bentuk gaya hidup futuris. Tujuan utama penelitian ini meliputi, menemukan *preferred reading* dari konten *Frugal living*, mengidentifikasi keberagaman

pemaknaan khalayak, serta mendeskripsikan posisi mereka terhadap pesan tersebut melalui pendekatan analisis resepsi Stuart Hall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap gaya hidup *Frugal Living* sangat bervariasi dan tidak bersifat tunggal. Masing-masing informan memiliki cara tersendiri dalam menerapkan gaya hidup tersebut, tergantung pada nilai-nilai pribadi, pengalaman hidup, serta konteks sosial dan budaya mereka. Namun demikian, secara umum informan dapat memahami edukasi terkait gaya hidup *Frugal Living* yang disampaikan oleh Samuel & Claudya. Hal ini menunjukkan bahwa konsep *Frugal Living* yang dikonstruksi dalam kanal tersebut berhasil ditangkap dengan cukup baik oleh audiens, meskipun dengan interpretasi yang tidak selalu seragam. Masing-masing informan tersebut memiliki cara tersendiri dalam menerapkan gaya hidup *frugal lving* tetapi secara umum masing-masing informan memahami edukasi terkait gaya hidup *frugal living* yang disampaikan oleh Samuel dan Claudya.

Proses decoding ini menempatkan para informan ke dalam tiga posisi utama berdasarkan teori dari Stuart Hall, yaitu: *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional reading*, yang secara lebih terperinci dianalisis melalui enam elemen utama *Frugal Living*, yakni: *planning and control*, *usefulness*, *deals as temptations*, *bargain hunting tendency*, *triumph of a good deal*, dan *durability*.

Pada elemen *planning and control*, mayoritas informan (Informan 1, 2, 3, 4, dan 6) berada dalam posisi *dominant*, yang menunjukkan penerimaan penuh terhadap pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan. Hanya Informan 5

yang berada dalam posisi *negotiated* karena meski menerima nilai tersebut, ia menyesuaikan dengan pendekatan investasi yang lebih fleksibel.

Pada elemen kedua yakni, *usefulness*, sebagian besar informan yaitu Informan 1, Informan 4, Informan 6, dan Informan 3 yang berada pada posisi dominant, karena menjadikan nilai guna dan efisiensi jangka panjang sebagai dasar konsumsi. Informan 2 dan Informan 5 bersikap lebih terbuka dan memodifikasi menabung sesuai dengan preferensi pribadinya, sehingga berada dalam *posisi negotiated*.

Elemen ketiga adalah *deals as temptations* menempatkan Informan 4, Informan 3, Informan 2 dan Informan 6 dalam posisi dominant, karena mereka menilai promo dan diskon sebagai potensi godaan konsumtif yang perlu dikendalikan. Sebaliknya, Informan 1 dan Informan 5 memilih untuk memanfaatkan penawaran dan menerapkan strategi berbelanja secara selektif dan bijak yang disesuaikan dengan kebutuhan personal mereka. Informan 1 memilih untuk membeli barang-barang yang local sebagai bentuk dukungannya terhadap UMKM Indonesia, sedangkan Informan 5 tetap membeli barang-barang yang sifat tersier dan terkadang memberikan kebebasan atas keinginannya untuk membeli barang asalkan, masih dalam taraf yang wajar dan control diri, sehingga keduanya menempati posisi *negotiated*

Selanjutnya elemen keempat, *bargain hunting tendency*, hanya Informan 4 dan Informan 3 yang tetap dalam posisi dominant, memandang perburuan diskon sebagai strategi frugal yang efektif. Sementara Informan 1, Informan 2, Informan 5, dan Informan 6 berada dalam posisi *negotiated*, dengan tetap mempertimbangkan

kontrol diri dan kebutuhan saat memanfaatkan diskon namun disesuaikan dengan preferensi pribadinya.

Elemen kelima, elemen *triumph of a good deal* menjadi satu-satunya yang didominasi oleh oppositional reading, yakni oleh Informan 1, Informan 4, Informan 3, dan Informan 6, yang mengkritisi gagasan bahwa penggunaan kartu kredit dengan promo-promo yang diberikan dapat membentuk budaya konsumsi baru dan keempat informan tidak menyetujui penggunaan kartu kredit sebagai alat pembayaran. Mereka justru menilai bahwa kemudahan yang diberikan kartu kredit dapat membentuk pola konsumtif yang bertentangan dengan prinsip *Frugal living*. Informan 2 dan Informan 5 menunjukkan sikap negotiated, keduanya menggunakan kartu kredit dan tetap menikmati kemudahan serta penawaran yang diberikan oleh kartu kredit namun, Informan 2 dan Informan 5 menyadari pentingnya kontrol diri di dalam praktik penggunaannya.

Pada elemen terakhir, yaitu *durability*, seluruh informan berada pada posisi *dominant*, karena mereka sepakat bahwa memilih produk yang awet dan tahan lama merupakan praktik utama dalam gaya hidup frugal living. Namun, terdapat pengalaman khusus dari Informan 2, yang pernah membeli mobil sebagai simbol gaya hidup dan untuk memenuhi hobi “*driving*”, tanpa mempertimbangkan nilai jangka panjang dari pembelian tersebut. Setelah menonton konten dari Samuel & Claudya, ia mulai memaknai bahwa daya tahan suatu barang, terutama kendaraan bermotor, tidak hanya mencerminkan efisiensi, tetapi juga merupakan bentuk tanggung jawab finansial jangka panjang, dengan mempertimbangkan keseluruhan

biaya seperti perawatan, operasional, dan nilai jual kembali, atau yang dikenal sebagai Total Cost of Ownership (TCO).

Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa khalayak memaknai gaya hidup frugal living secara beragam, tidak tunggal, dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai sosial-budaya, serta konteks hidup masing-masing. Pemaknaan ini menempatkan para informan dalam tiga kategori posisi resepsi: *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*. Keberagaman pemaknaan tersebut terlihat jelas dalam enam elemen utama frugal living yang dianalisis, yaitu: *planning and control*, *usefulness*, *deals as temptations*, *bargain hunting tendency*, *triumph of a good deal*, dan *durability*.

Pertama, pada elemen *planning and control*, mayoritas informan menempati posisi *dominant*, menunjukkan pemahaman utuh terhadap pentingnya pengelolaan keuangan. Kedua, dalam elemen *usefulness*, sebagian besar informan juga berada dalam posisi *dominant*, menilai efisiensi jangka panjang sebagai dasar konsumsi. Ketiga, untuk elemen *deals as temptations*, terdapat perbedaan posisi, di mana sebagian informan melihat diskon sebagai godaan konsumtif (*dominant*), dan sebagian lain justru memanfaatkan diskon dengan bijak (*negotiated*). Keempat, dalam *bargain hunting tendency*, hanya dua informan yang menempati posisi *dominant*, sementara sisanya *negotiated*, menyesuaikan dengan kontrol dan kebutuhan pribadi.

Temuan paling mencolok muncul dalam elemen kelima, *triumph of a good deal*, yang justru didominasi oleh posisi *oppositional*. Para informan secara kritis menolak penggunaan kartu kredit sebagai sarana konsumsi hemat karena dianggap

bertentangan dengan prinsip frugal living. Keenam, pada elemen *durability*, seluruh informan berada dalam posisi *dominant*, menekankan pentingnya pemilihan produk tahan lama sebagai bentuk tanggung jawab finansial.

Selain itu, temuan penting lainnya adalah bahwa frugal living bukan hanya diterima sebagai narasi positif, tetapi juga disikapi dengan sikap kritis, negosiasi, bahkan penolakan, terutama ketika bersinggungan dengan budaya lokal (seperti budaya sedekah di masyarakat Jawa) dan stigma negatif (seperti anggapan pelit atau tidak menikmati hidup). Dalam hal ini, kanal YouTube Samuel & Claudya tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang diskursus, di mana khalayak menegosiasikan nilai-nilai budaya dan sosial yang mereka anut terhadap pesan media.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa khalayak bukanlah penerima pasif dari pesan media, melainkan subjek aktif yang menafsirkan dan merespon makna berdasarkan nilai, pengalaman, dan kondisi sosialnya. Kanal YouTube Samuel & Claudya tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi keuangan, tetapi juga sebagai ruang diskursif yang memungkinkan terjadinya proses penerimaan, negosiasi, hingga penolakan terhadap wacana dominan yang ditawarkan, sekaligus mencerminkan kompleksitas budaya konsumsi di era digital

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan teori *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall, khususnya dalam komunikasi edukatif di platform media sosial.

Temuan yang menunjukkan bahwa khalayak memaknai pesan *frugal living* melalui tiga posisi pemaknaan yakni, *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional reading* yang menguatkan asumsi dasar bahwa khalayak merupakan subjek aktif yang secara kritis menafsirkan pesan media berdasarkan latar belakang pengalaman hidup, nilai-nilai personal, serta situasi sosial yang melingkupinya.

Implikasi ini memperkuat konsep *active audience* sebagaimana dikemukakan oleh McQuail (1997), di mana khalayak tidak hanya bertindak sebagai penerima pesan, melainkan juga sebagai agen penafsir yang memiliki otonomi dalam mengonstruksi makna. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dinamika komunikasi media kontemporer, khususnya di era digital, proses *decoding* berlangsung secara kompleks dan kontekstual, serta tidak dapat dilepaskan dari variabel sosial-budaya yang memengaruhi cara khalayak memahami informasi.

Secara khusus, penelitian ini memperluas relevansi dan penerapan teori *encoding-decoding* dalam konteks komunikasi gaya hidup *frugal living* dan literasi finansial melalui media sosial. Tahapan-tahapan dalam model komunikasi Hall, mulai dari proses encoding oleh kreator konten, konstruksi pesan dalam media, hingga proses decoding oleh khalayak, terbukti saling terhubung secara dinamis dan menghasilkan ragam interpretasi terhadap nilai-nilai *frugal living*. Dalam hal ini, *frugal living* tidak hanya dipahami sebagai strategi pengelolaan keuangan yang bijak, tetapi juga sebagai bentuk kontrol diri, resistensi terhadap budaya

konsumtif, serta manifestasi dari nilai-nilai hidup yang lebih berorientasi pada keberlanjutan.

Lebih jauh lagi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori *encoding-decoding* dapat digunakan secara efektif untuk memahami proses pemaknaan dalam konteks komunikasi edukatif, terutama ketika konten yang disampaikan bersifat persuasif dan bernilai transformasional. Dengan demikian, studi ini memperkaya kajian teori komunikasi media massa, sekaligus menawarkan penguatan argumen bahwa media digital memiliki potensi besar dalam membentuk wacana publik dan memengaruhi orientasi nilai khalayak secara mendalam.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan perspektif komunikasi strategis, isu *frugal living* dapat diposisikan sebagai isu strategis yang menyentuh dimensi personal dan sosial, berkaitan dengan cara publik menyikapi krisis ekonomi, tekanan gaya hidup konsumtif, dan kebutuhan akan literasi finansial. Penyampaian pesan *frugal living* secara terencana melalui media sosial berperan penting dalam membentuk kesadaran kolektif, mendorong perubahan perilaku, serta membingkai ulang makna gaya hidup hemat sebagai bagian dari identitas generasi muda yang adaptif, reflektif, dan berorientasi masa depan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa konten bertema *frugal living* pada kanal YouTube Samuel & Claudya berkontribusi dalam menyampaikan pesan edukasi finansial, khususnya kepada generasi muda. Penyampaian yang menggunakan pendekatan naratif, ringan, dan *relatable*, yang mengangkat pengalaman pribadi serta realitas kehidupan sehari-hari, terbukti mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Model penyajian ini membuat khalayak merasa lebih terhubung secara afektif dan kognitif, sehingga terdorong untuk mengevaluasi dan merefleksikan perilaku konsumsi mereka secara lebih kritis.

Hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan edukasi finansial terutama di tengah maraknya budaya konsumerisme digital yang diperkuat oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Gejala ini mendorong individu, khususnya generasi Milenial dan Z, untuk melakukan pembelian berdasarkan pengaruh media sosial tanpa mempertimbangkan nilai guna, urgensi, atau relevansi kebutuhan. Oleh karena itu, konten edukatif di media sosial tidak cukup hanya menyampaikan informasi normatif, tetapi juga perlu dirancang untuk mendorong terjadinya perubahan perilaku konsumsi, yakni dengan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya membuat keputusan finansial secara rasional, terencana, dan bijaksana.

Dalam perspektif **komunikasi strategis**, konten *frugal living* seperti ini merupakan bagian dari strategi komunikasi publik yang dirancang untuk

menjawab isu sosial-ekonomi yang sedang berkembang yakni, literasi finansial yang rendah, perilaku konsumtif, dan tekanan gaya hidup digital. Komunikasi strategis menekankan pentingnya merumuskan pesan yang tepat sasaran, memilih kanal distribusi yang efektif, dan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik audiens. Dalam hal ini, Samuel & Claudya berhasil mengemas narasi *frugal living* menjadi pesan strategis yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif, inspiratif, dan mendorong perubahan perilaku.

Implikasi ini menjadi sangat relevan bagi berbagai pihak. Bagi para kreator konten, penelitian ini memberikan panduan strategis mengenai pentingnya membangun kepercayaan serta koneksi emosional dengan audiens melalui pendekatan *storytelling* yang autentik, transparan, dan realistis. Penonton cenderung lebih menerima pesan edukatif ketika disampaikan dalam format yang tidak menggurui, melainkan menampilkan perjuangan nyata dan solusi aplikatif dalam menghadapi tantangan finansial

Bagi lembaga pendidikan dan institusi keuangan, temuan ini dapat dijadikan landasan dalam merancang program literasi keuangan berbasis digital. Pendekatan visual dan naratif seperti yang dilakukan oleh Samuel & Claudya terbukti lebih efektif dalam menjangkau audiens muda dibandingkan metode konvensional yang cenderung formal dan teoritis. Edukasi keuangan yang dikemas dalam format nonformal dan interaktif melalui platform digital memiliki potensi untuk memperluas jangkauan

sekaligus meningkatkan pemahaman serta daya terima khalayak terhadap prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sehat.

Sementara itu, bagi masyarakat umum, khususnya kalangan generasi Milenial dan Z, penelitian ini memperkuat kesadaran akan urgensi merencanakan keuangan pribadi secara matang, menghindari praktik konsumsi impulsif dan utang konsumtif, serta mulai membangun gaya hidup yang lebih berkelanjutan. Dalam kerangka komunikasi strategis, konten edukatif seperti yang diproduksi oleh Samuel & Claudya tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai **alat pengaruh sosial** yang berperan dalam mengarahkan opini publik, membentuk norma baru, dan memperkuat nilai-nilai hidup yang reflektif dan berkesadaran.

5.2.3 Implikasi Sosial

Secara sosial, Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya YouTube, memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran masyarakat terhadap pola pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Konten *frugal living* yang disampaikan oleh *Samuel & Claudya* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukatif yang mendorong perubahan cara pandang, terutama di kalangan generasi muda, terhadap konsumsi dan gaya hidup.

Gaya hidup *frugal* yang ditampilkan dalam konten tersebut memberikan alternatif nilai di tengah kuatnya arus budaya konsumtif yang didorong oleh media digital. Nilai-nilai seperti pemanfaatan, pengelolaan,

dan control diri terhadap finansil dan barang-barang milik pribadi dengan bijak dan cermat mulai dipandang sebagai bentuk gaya hidup yang positif, rasional, dan relevan dengan tantangan kehidupan modern. Dengan demikian, konten frugal living berkontribusi pada pergeseran norma sosial menuju pola hidup yang lebih sadar, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

5.3 Rekomendasi

5.3.1 Rekomendasi Teoritis

Penelitian ini berfokus pada pemaknaan khalayak terhadap konten frugal living yang terdapat pada kanal YouTube *Samuel & Claudya*. Namun demikian, masih terdapat berbagai aspek lain yang berpotensi untuk dieksplorasi dalam penelitian lanjutan, seperti strategi komunikasi yang digunakan oleh kreator dalam menyampaikan nilai-nilai frugal living melalui media digital. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mengkaji secara lebih mendalam strategi komunikasi yang diterapkan, baik dari sisi konstruksi pesan, gaya penyampaian, maupun pendekatan visual yang digunakan dalam platform YouTube.

Selain itu, kajian mengenai pemaknaan khalayak terhadap gaya hidup frugal living masih perlu diperluas untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana khalayak aktif mengonsumsi, menafsirkan, dan mengadaptasi informasi terkait gaya hidup hemat dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini juga merekomendasikan pengembangan teori *encoding-decoding* Stuart Hall dalam konteks media digital yang lebih

beragam. Penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk mengamati proses pemaknaan di platform lain, seperti TikTok dan Instagram Reels, yang memiliki karakteristik visual, pola interaksi, serta algoritma distribusi konten yang berbeda dibandingkan dengan YouTube. Selain itu, penggabungan teori *encoding-decoding* dengan pendekatan lain, seperti *Uses and Gratifications*, dinilai dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku khalayak dalam memaknai konten edukatif berbasis gaya hidup di era digital.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Bagi Samuel & Claudya selaku kreator konten, hasil penelitian ini memberikan masukan strategis mengenai penyampaian pesan edukatif yang lebih efektif di media sosial. Ditemukan bahwa pendekatan naratif yang bersifat personal, autentik, dan membumi sangat diapresiasi oleh audiens, terutama generasi muda yang lebih tertarik pada konten yang merepresentasikan realitas kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, disarankan agar Samuel & Claudya terus mempertahankan serta mengembangkan pendekatan *storytelling* yang menyentuh aspek emosional audiens. Penggunaan pengalaman pribadi, transparansi dalam membagikan data finansial, serta penyampaian yang tidak menggurui terbukti menjadi kekuatan utama yang meningkatkan keterhubungan dengan penonton. Untuk menjangkau lebih luas segmentasi audiens, Samuel & Claudya juga dapat mempertimbangkan diversifikasi format konten, seperti sesi tanya jawab interaktif, video edukatif berdurasi

pendek, atau kolaborasi dengan tokoh dari berbagai latar belakang, baik praktisi keuangan, pendidik, maupun figur publik. Hal ini akan memperkaya sudut pandang dan memperluas daya jangkau pesan yang disampaikan.

Selain itu, penting bagi Samuel & Claudya untuk terus menyesuaikan narasi *frugal living* dengan perkembangan sosial, ekonomi, dan budaya digital yang terus berubah. Dengan demikian, pesan edukatif yang mereka sampaikan akan tetap relevan, adaptif, dan berdaya pengaruh dalam membentuk pola pikir serta perilaku konsumsi masyarakat yang lebih bijak dan berkelanjutan.

5.3.3 Rekomendasi Sosial

Rekomendasi ini menekankan pentingnya mendorong gaya hidup *frugal living* agar tidak hanya menjadi praktik individu, tetapi juga di praktikkan dalam skala sosial sebagai bagian dari upaya membentuk budaya finansial yang cermat, sadar, dan bertanggung jawab. Gaya hidup *frugal living*, yang mengedepankan prinsip kesederhanaan, efisiensi, dan kontrol diri dalam mengelola keuangan, dinilai memiliki potensi sebagai solusi atas meningkatnya perilaku konsumtif yang dipicu oleh tekanan budaya digital.

Untuk itu, disarankan agar berbagai pihak seperti pemerintah, organisasi non-profit, dan komunitas digital turut terlibat dalam mengampanyekan gaya hidup *frugal* melalui media sosial dan kanal edukatif lainnya. Kampanye ini dapat diwujudkan dalam bentuk program literasi keuangan publik, penyediaan konten edukatif yang mudah diakses,

atau penyelenggaraan diskusi terbuka mengenai nilai-nilai hidup hemat yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Lebih lanjut, ruang dialog dan refleksi kolektif sangat dibutuhkan agar masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dapat terlibat aktif dalam memahami, mengkritisi, dan mendiskusikan pola konsumsi yang sehat. Hal ini penting untuk membangun kesadaran bersama sebagai bentuk resistensi terhadap normalisasi budaya konsumsi berlebihan yang banyak dipengaruhi oleh media sosial, iklan, dan tekanan gaya hidup digital. Dengan demikian, pendekatan sosial terhadap gaya hidup frugal living berpotensi menjadi gerakan bersama yang mendorong perubahan nilai dan perilaku konsumsi masyarakat ke arah yang lebih rasional, berkelanjutan, dan memberdayakan.