

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana khalayak memaknai representasi isu utang dalam film pendek *Persepsi* menggunakan pendekatan analisis resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall. Melalui pembahasan yang telah dipaparkan oleh peneliti pada bagian sebelumnya, peneliti menemukan bahwa makna yang dihasilkan dari sebuah teks media tidak bersifat tunggal atau statis, melainkan bersifat dinamis dan kontekstual, dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang, nilai, dan pengetahuan individu.

Film *Persepsi*, yang mengangkat narasi seorang perempuan muda bernama Dewi dalam perjuangannya mewujudkan impian melalui dukungan ibunya—yang diasumsikan berasal dari utang produktif—menjadi medan simbolik yang menyampaikan pesan mengenai pentingnya dukungan, pendidikan, dan semangat untuk bangkit dari keterbatasan ekonomi.

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan dengan informan dari berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial, ditemukan tiga pola utama pemaknaan sesuai dengan kerangka Stuart Hall:

##### 1. Posisi Dominant-Hegemonic

Sebagian informan memaknai pesan film secara utuh sebagaimana dimaksudkan oleh pembuatnya. Mereka berada dalam posisi *dominant-hegemonic*, yaitu menyerap pesan bahwa utang produktif bisa menjadi sarana mencapai tujuan hidup yang positif dan layak ditempuh asalkan disertai niat baik dan manajemen keuangan yang bijak. Informan dalam posisi ini menganggap bahwa dukungan ibu Dewi, meskipun berasal dari dana utang, adalah representasi dari cinta orang tua yang rela berkorban demi masa depan anak. Film dianggap menggambarkan realitas yang relevan dan menginspirasi, karena memperlihatkan bahwa

keterbatasan ekonomi tidak harus menjadi penghalang untuk sukses, selama seseorang memiliki komitmen dan dukungan yang tepat.

Beberapa dari mereka bahkan menyatakan bahwa setelah menonton film, persepsi mereka terhadap utang berubah dari yang semula negatif menjadi lebih netral atau bahkan positif, selama utang digunakan untuk tujuan yang jelas dan produktif. Mereka juga menilai pendekatan emosional dalam penyampaian pesan sangat efektif dalam menyentuh kesadaran penonton tanpa harus memberikan informasi teknis yang rumit.

## **2. Posisi Negotiated**

Kelompok informan kedua menunjukkan pola pemaknaan dalam posisi *negotiated*. Mereka memahami dan menerima sebagian pesan film, namun tetap menyaringnya berdasarkan pengalaman dan nilai-nilai pribadi. Dalam hal ini, informan menyadari niat baik yang ingin disampaikan film, yaitu mengangkat pentingnya utang produktif dan semangat perjuangan, namun mereka juga menyoroti bahwa film terlalu menyederhanakan persoalan utang dan tidak menampilkan risiko atau potensi kegagalan yang bisa terjadi jika utang tidak dikelola dengan benar.

Bagi mereka, film *Persepsi* mengandung makna moral yang kuat, namun harus diinterpretasikan secara kritis. Mereka juga menganggap bahwa narasi “utang sebagai solusi” tetap perlu disertai dengan pemahaman yang menyeluruh tentang tata kelola utang, termasuk kemampuan membayar, rencana penggunaan, dan risiko psikologis yang menyertainya.

Beberapa informan dalam posisi ini bahkan menunjukkan kekhawatiran bahwa film bisa ditafsirkan secara keliru oleh penonton muda yang belum memiliki kecakapan finansial, sehingga memunculkan dorongan impulsif untuk berutang tanpa pertimbangan matang.

## **3. Posisi Oppositional**

Sementara itu, terdapat pula informan yang berada dalam posisi *oppositional*, yaitu menolak sebagian besar pesan yang disampaikan film. Mereka

memaknai bahwa film *Persepsi* cenderung memberikan gambaran yang terlalu “manis” mengenai utang, dan tidak cukup mengangkat sisi gelap dari utang yang telah membawa banyak orang ke dalam kesulitan ekonomi, stres, bahkan konflik keluarga.

Penonton dalam posisi ini merasa bahwa representasi utang dalam film bersifat idealis dan kurang membumi. Dalam pandangan mereka, realitas masyarakat Indonesia terkait utang sangat kompleks, dan banyak kasus di mana utang justru memperburuk keadaan, bukan memperbaikinya. Oleh karena itu, pesan film dianggap tidak sepenuhnya relevan atau bahkan bisa berbahaya jika ditafsirkan secara literal tanpa kedewasaan finansial. Informan dari kalangan ini biasanya memiliki pengalaman pribadi atau lingkungan dekat yang buruk akibat utang, sehingga mereka memandang utang sebagai hal yang berisiko tinggi dan tidak seharusnya dipromosikan, bahkan dalam konteks produktif.

Selain ketiga posisi decoding tersebut, ada sejumlah temuan penting lain yang dapat disimpulkan dari penelitian ini:

1. Latar belakang pengalaman pribadi sangat memengaruhi cara informan memaknai pesan film. Mereka yang pernah mengalami utang produktif dengan hasil positif cenderung menerima pesan film dengan lebih terbuka. Sebaliknya, mereka yang pernah atau sedang mengalami kesulitan akibat utang lebih skeptis terhadap representasi film.
2. Literasi keuangan menjadi variabel penting dalam membentuk resepsi. Informan yang memiliki pengetahuan dasar tentang konsep utang produktif dan manajemen keuangan cenderung berada dalam posisi dominan atau negotiated. Mereka dapat membedakan antara utang konsumtif dan utang produktif secara konseptual, dan menyaring pesan film dengan kerangka logis.
3. Usia dan fase kehidupan juga mempengaruhi respons emosional dan kognitif terhadap film. Informan berusia dewasa muda (21–30 tahun) lebih mudah tersentuh oleh kisah inspiratif dalam film dan cenderung menanggapi secara emosional. Sebaliknya, kelompok usia lebih senior (46–

60 tahun) cenderung lebih kritis dan rasional, serta mempertanyakan implikasi logis dari tindakan tokoh dalam film.

4. Efektivitas film sebagai media edukatif terbukti cukup kuat. Banyak informan menyatakan bahwa film *Persepsi* menyadarkan mereka akan pentingnya mendukung impian orang lain, berpikir panjang dalam mengambil keputusan keuangan, dan menyadari peran utang dalam kehidupan ekonomi—baik individu maupun negara.
5. Terdapat kebutuhan akan media yang tidak hanya emosional, tetapi juga edukatif secara substansial. Film yang menyentuh secara emosional bisa menjadi pintu masuk kesadaran publik, namun untuk menciptakan perubahan perilaku yang nyata dalam pengelolaan keuangan, dibutuhkan dukungan media lain yang lebih informatif, seperti artikel, seminar daring, atau infografis.
6. Representasi utang dalam media massa memiliki kekuatan besar untuk membentuk persepsi publik. Oleh karena itu, penting bagi pembuat film dan media edukatif untuk mempertimbangkan secara matang pesan, konteks, dan potensi dampak sosial dari konten yang mereka produksi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa resepsi terhadap isu utang dalam film pendek *Persepsi* bersifat beragam, kompleks, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal individu. Film sebagai media visual mampu menyampaikan pesan moral dan ekonomi secara efektif, namun interpretasi akhir tetap berada di tangan audiens. Oleh karena itu, dalam konteks literasi keuangan, film seperti *Persepsi* dapat berfungsi sebagai medium awal untuk membangun kesadaran, namun perlu disertai dengan pendekatan lain yang lebih komprehensif dan mendalam.

## 5.2 KENDALA DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Kendala dan keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini antara lain:

1. Terbatasnya jumlah informan, sehingga hasil penelitian belum mewakili populasi yang lebih luas.

2. Variasi tingkat literasi keuangan di antara informan menyulitkan peneliti menyamakan persepsi awal.
3. Durasi film yang singkat membuat narasi utang hanya tersampaikan secara simbolis, sehingga interpretasi informan bisa sangat subjektif.
4. Potensi bias dalam wawancara, baik dari sisi peneliti maupun informan, menjadi tantangan dalam riset kualitatif.
5. Keterbatasan dokumentasi dan sumber sekunder yang mendukung interpretasi mendalam terhadap narasi film dan persepsi audiens.

## 5.3 SARAN

### 5.3.1 Saran Teoritis

Dari sisi teoritis, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan resepsi sangat relevan untuk digunakan dalam menelaah bagaimana khalayak menafsirkan pesan-pesan media, khususnya yang berkaitan dengan isu ekonomi dan keuangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan interdisipliner, dengan menggabungkan teori-teori dari ilmu komunikasi, ekonomi, psikologi, dan sosiologi, guna menghasilkan analisis yang lebih komprehensif terhadap cara khalayak memaknai media. Pendekatan ini akan membantu menjembatani pemahaman tentang persepsi khalayak yang tidak hanya ditentukan oleh aspek simbolik atau naratif dari media, tetapi juga oleh faktor struktural dan kultural yang membentuk cara pandang mereka.

Selain itu, penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif atau pendekatan *mixed-method* juga sangat dianjurkan untuk memberikan kedalaman analisis sekaligus memungkinkan generalisasi temuan dalam skala yang lebih luas. Misalnya, wawancara mendalam seperti yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipadukan dengan survei literasi keuangan untuk mengukur korelasi antara pemahaman keuangan dan pola decoding pesan media. Penelitian juga bisa diperluas dengan menjadikan media lain, seperti serial dokumenter, iklan layanan masyarakat, atau konten visual di media sosial, sebagai objek studi, mengingat

konsumsi media masyarakat saat ini semakin beragam dan tersebar di berbagai platform digital.

Lebih jauh, temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar penyusunan instrumen pertanyaan untuk studi kuantitatif sehingga memungkinkan pengujian hubungan antara tingkat literasi keuangan, persepsi terhadap utang, dan efektivitas media edukasi. Namun demikian, arah pengembangan penelitian tidak hanya sebatas pada perluasan (breadth) melalui survei yang berskala besar, melainkan juga dapat diarahkan pada peningkatan kedalaman (depth) analisis resepsi khalayak. Hal ini dapat dilakukan, misalnya, dengan menelaah lebih jauh lapisan-lapisan makna yang muncul dalam proses decoding pesan media, baik melalui analisis wacana kritis maupun pendekatan etnografi media, sehingga dapat terungkap dimensi laten dari persepsi masyarakat terhadap isu utang.

Penelitian berikutnya juga dapat menjadikan media lain, seperti serial dokumenter, iklan layanan masyarakat, atau konten visual di media sosial, sebagai objek kajian, mengingat konsumsi media masyarakat kini semakin beragam dan tersebar di berbagai platform digital. Dengan demikian, penelitian lanjutan tidak hanya dapat memperkaya pemahaman teoretis, tetapi juga berkontribusi pada perumusan strategi komunikasi publik yang lebih tepat sasaran, baik dari sisi keluasan data maupun kedalaman interpretasi makna.

### **5.3.2 Saran Praktis**

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan catatan penting bagi pembuat konten edukatif, terutama dalam konteks komunikasi publik yang dilakukan oleh lembaga negara atau institusi keuangan. Film pendek seperti *Persepsi* terbukti memiliki daya tarik emosional yang kuat, namun pesan yang disampaikan sebaiknya tidak hanya menyentuh sisi moral atau simbolik, melainkan juga dilengkapi dengan informasi yang akurat dan eksplisit mengenai risiko serta tanggung jawab finansial. Untuk itu, pembuat film disarankan bekerja sama dengan ahli keuangan atau perencana keuangan bersertifikasi dalam merancang narasi yang

seimbang antara pesan inspiratif dan edukasi teknis. Pendekatan ini dapat mencegah terjadinya miskonsepsi di kalangan khalayak, terutama generasi muda, mengenai utang sebagai solusi instan tanpa perhitungan.

Lebih jauh, pemerintah dan lembaga yang memiliki fungsi edukasi publik seperti Kementerian Keuangan, OJK, maupun lembaga pendidikan, sebaiknya memanfaatkan kekuatan media visual dalam kampanye literasi keuangan secara lebih strategis. Film pendek, animasi, dan konten naratif di media sosial bisa menjadi pintu masuk yang efektif untuk memperkenalkan konsep-konsep seperti utang produktif, perencanaan keuangan, atau investasi. Namun demikian, konten tersebut harus disesuaikan dengan segmentasi audiens berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan kondisi sosial ekonomi, agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara tepat. Misalnya, konten untuk remaja dan mahasiswa perlu dirancang dengan gaya yang lebih ringan dan aplikatif, sementara untuk kelompok usia produktif dan dewasa akhir dapat difokuskan pada manajemen keuangan rumah tangga atau perencanaan pensiun.

Terakhir, penting bagi para pemangku kepentingan di bidang komunikasi, media, dan keuangan untuk membangun sinergi dalam mengembangkan media edukatif yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif, reflektif, dan kontekstual. Penelitian ini menunjukkan bahwa media memiliki peran strategis dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap isu kompleks seperti utang, sehingga setiap representasi yang dihadirkan perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan dampaknya terhadap perilaku sosial dan ekonomi khalayak. Dengan demikian, media tidak hanya menjadi sarana hiburan atau kampanye sesaat, tetapi juga alat transformasi sosial yang berkelanjutan.

Selain itu, hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa penyampaian pesan melalui film perlu memperhatikan tingkat literasi khalayak. Penonton dengan literasi yang relatif rendah cenderung membutuhkan narasi yang lebih sederhana, visual yang jelas, serta alur cerita yang lugas agar nilai pesan dapat terserap secara efektif. Sebaliknya, bagi penonton dengan tingkat literasi yang lebih tinggi, film dapat dikemas dengan struktur narasi yang lebih kompleks, simbolisme yang mendalam, maupun pendekatan reflektif untuk menstimulasi proses penafsiran

kritis. Dengan demikian, diferensiasi strategi penyajian pesan berdasarkan tingkat literasi menjadi penting demi memastikan efektivitas komunikasi dan ketepatan makna yang diterima sesuai dengan kapasitas pemahaman audiens.

Bagi Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko (DJPPR) Kementerian Keuangan, temuan ini memberikan saran praktis dalam produksi film edukasi berikutnya. Penyajian film sebaiknya dirancang dengan mempertimbangkan segmentasi khalayak, sehingga satu pesan yang sama dapat dikomunikasikan melalui berbagai tingkat kedalaman narasi. Dengan demikian, film tidak hanya menjangkau masyarakat luas secara inklusif, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan edukasi publik yang berlapis, mulai dari pengenalan dasar hingga pembahasan yang lebih analitis mengenai isu pembiayaan dan utang negara.