

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat Mlangi, Yogyakarta. Pada masyarakat non-santri, baik televisi maupun internet sudah menjadi hal yang biasa dikonsumsi setiap hari. Hal ini berbeda dengan masyarakat santri Mlangi yang konsumsi televisinya lebih rendah dibandingkan masyarakat non-santri. Meskipun demikian, konsumsi terhadap internet menjadi hal yang biasa bagi masyarakat santri.

Masyarakat Mlangi menjadikan media massa sebagai pusat hiburan. Mereka rela meluangkan sebagian waktu dalam kehidupannya sehari-hari demi hiburan dan tontonan yang menjanjikan kesenangan dan kebahagiaan. Pada konsumsi produk-produk seperti teknologi, *fashion*, produk kecantikan dan sebagainya, yang dicari masyarakat Mlangi adalah kepuasan. Namun, sejatinya kepuasan tersebut tidak akan dapat terpenuhi dan kepuasan yang didapatkan adalah kepuasan semu (hiperealitas).

Umumnya pengaruh media massa terhadap gaya hidup masyarakat Mlangi yang non-santri maupun santri tidaklah berbeda. Gaya hidup mereka mengarah kepada gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif. Hal ini kemudian menjadi gerbang awal bagi mereka menuju ruang hiperealitas.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan terjebaknya masyarakat Mlangi kedalam ruang hiperealitas adalah sebagai berikut:

1. Faktor Geografis

Secara geografis, letak wilayah pedesaan Mlangi berdekatan dengan Kota Yogyakarta. Hal ini kemudian menjadikan akses proses urbanisasi menjadi lebih mudah. Sehingga terjadi proses perubahan sosial dari *rural community* menjadi *urban community* yang ditandai dengan terjadinya perubahan karakteristik masyarakatnya.

2. Faktor Internal

Faktor internal yang dimaksud adalah hasrat dan keinginan dalam diri. Manusia memiliki hasrat karnal yang bersifat materi misalnya, keinginan membeli *smartphone*. Selain itu, manusia juga memiliki hasrat yang disebut libidinal, yaitu hasrat kepada hal yang bersifat immateri. Misalnya, seseorang ingin memiliki *smartphone Apple* agar orang berfikir dia orang kaya.

3. Faktor Eksternal

Faktor eksternal disini adalah media massa itu sendiri. Media massa menciptakan sebuah kebudayaan bujuk rayu yang mendorong hasrat dan keinginan manusia. Padahal hasrat dan keinginan tersebut tidak akan pernah terpuaskan karena masyarakat telah dikelilingi hutan belantara komoditas yang tidak habis-habisnya.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan ini, harapannya yang terpenting adalah memberikan kemanfaatan bagi siapapun. Meskipun demikian, tentu ada banyak kekurangan pada penelitian ini yang tidak sanggup dituntaskan oleh peneliti. Sehingga ada banyak saran-saran yang akan dikemukakan oleh peneliti, baik kepada pihak prodi, pembaca maupun peneliti lainnya.

1. Pertama, untuk prodi harapannya dapat menambahkan mata kuliah kajian hiperealitas ini secara khusus dalam perkuliahan. Baik dilakukan dengan menambah kajian hiperealitas pada perkuliahan 'Sosiologi Pedesaan dan Perkotaan' yang hemat peneliti didalamnya ada kajian tentang masyarakat modern. Atau pun menambahkan mata kuliah postmodern secara khusus diperkuliahan.
2. Kedua, untuk pembaca harapannya dapat memiliki sikap yang lebih kritis terhadap realitas yang terjadi ditengah kehidupan masyarakat. Lebih khusus, terkait dengan konstruksi realitas yang dibangun oleh media massa. Sehingga, kita tidak hanya dapat menerima dan menyerap apa yang dikonsumsi melalui media massa, melainkan juga memantulkannya.
3. Ketiga, bagi peneliti yang tertarik dengan penelitian ini, harapannya dapat memperluas penelitian. Khususnya terkait dengan perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat pedesaan. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

