



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pergerakan industri media di Indonesia maupun global yang sedang mengembangkan digitalisasi, membawa perubahan juga pada kebiasaan khalayak dalam memilih informasi apa dan darimana untuk memenuhi kebutuhannya. Di samping itu berbagai survei mengenai konsumsi media memaparkan data bahwa *platform* cetak masih berdampak untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak. Salah satu cara untuk membuktikan hal tersebut adalah dengan mengetahui perubahan pola konsumsi khalayak berubah saat media yang selama ini dikonsumsi, bergerak ke arah media baru atau sedang berupaya melakukan digitalisasi.

Dengan menggunakan metode penelitian studi kasus dan konsep dari *uses and gratifications*, dapat terlihat bagaimana khalayak mencari kepuasan informasi (*gratification sought/GS*) untuk kemudian dibandingkan manakah *platform* media yang paling memenuhi kebutuhan khalayak (*gratification obtained/GO*) tersebut. Terdapat 8 kategorisasi yang menjabarkan bagaimana khalayak memilih media yakni *avoidance* (penghindaran), *entertainment* (hiburan), *escape* (pelarian), *excitement* (kegembiraan), *parasocial interaction* (interaksi parasosial), *relaxation* (relaksasi), *surveillance* (pengawasan), serta *utility* (kegunaan).

Dari kedelapan kategori di atas, ditemukan bahwa yang paling banyak didapati dari hasil penelitian adalah *entertainment* (hiburan), *excitement* (kegembiraan), *surveillance* (pengawasan), serta *avoidance* (penghindaran). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan *key* informan, keempat kategori tersebut ditemukan pada sebagian besar pengalaman pribadi serta kebiasaan sehari-hari yang relatif serupa satu dengan yang lain.

Kemudian peneliti memilih anggota Forum Pembaca Kompas (FPK) kawasan Jakarta sebagai subjek penelitian, dimana keempat *key* informan berasal dari generasi X yang menghadapi transisi dalam penggunaan media yang bergerak dari konvensional ke arah *digital*. Hal tersebut dikarenakan anggota FPK merupakan khalayak yang dihimpun oleh Kompas dari sejak Kompas belum melakukan digitalisasi. Sedangkan dari pengalaman pribadi masing-masing *key* informan yang didapatkan melalui wawancara mendalam, peneliti menemukan bahwa terjadi perubahan pola konsumsi khalayak dalam mengonsumsi pemberitaan. Namun, perubahan tersebut tidak sepenuhnya karena sumber informasi utama masih didapatkan melalui *Harian Kompas*, sedangkan versi Kompas *digital* melalui *kompas.com* dijadikan sebagai komplementer atau sumber tambahan. Hal tersebut juga didukung karena fitur *digital* Kompas lainnya masih kurang memadai aksesnya bagi khalayak, sehingga tidak menutup kemungkinan apabila aksesnya dipermudah, perubahan pola konsumsinya akan semakin terlihat atau bahkan tergantikan sepenuhnya kepada produk *digital*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ilmu komunikasi, khususnya jurnalistik, peneliti masih jarang menemui studi khalayak terutama dengan jenis penelitian kualitatif. Sehingga apabila terdapat peneliti lain yang ingin melakukan studi analisis mengenai media, akan lebih baik mengulas dari sudut pandang khalayak / audiens. Dengan begitu data mengenai khalayak media khususnya di Indonesia menjadi bertambah banyak dan penelitiannya pun tidak menciptakan hasil yang jenuh.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Sehingga untuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian mengenai studi khalayak, khususnya tentang pola konsumsi, diharapkan dapat melakukan metode penelitian FGD untuk memperkaya data yang akan diolah. Selain itu juga menambah jumlah subjek penelitian agar hasil olahan datanya lebih variatif. Kemudian memperkaya data mengenai khalayak dengan melakukan riset kuantitatif, karena sejauh ini data-data survei yang peneliti dapatkan sangat sulit dan terbatas. Selain itu apabila waktu penelitian dan akses yang didapatkan memungkinkan, akan lebih lengkap apabila penelitian dilakukan komparatif dengan pembaca media lain. Dengan begitu perspektif yang dihasilkan bisa lebih luas dan mewakili pembaca media yang lebih luas pula.

5.2.2 Saran Praktis

Industri media massa akan terus berkembang dan bentuknya akan dinamis mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Sehingga tidak menutup kemungkinan dalam melakukan perubahan tersebut, media mengganti atau menghilangkan beberapa fitur atau bahkan mengubah sepenuhnya tampilan informasi yang ada menjadi lebih beragam jenisnya.

Untuk itu sebagai khalayak harus memaklumi pergeseran tersebut, karena media sedang melakukan upaya untuk mencari perubahan seperti apa yang paling sesuai dengan identitasnya. Selain itu juga khalayak harus pintar dalam memilih informasi yang dikonsumsi, sehingga dapat mempergunakan *platform* pemberitaan yang ada dengan lebih maksimal. Kemudian juga untuk media massa selaku produsen berita yang dikonsumsi masyarakat luas, harus senantiasa mengkaji dan mengevaluasi setiap terobosan yang dilakukan. Hal tersebut penting dilakukan agar perubahan yang dilakukan dapat diterima dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan khalayak yang sebenarnya.

U
M
M
N