



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

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan didapatkan simpulan bahwa terdapat interpretasi yang berbeda antara produsen dan konsumen terhadap video dengan konsep baru. Bagi produsen video dengan konsep baru ini memiliki 3 fungsi yaitu untuk *embed*, klien *support*, dan *sosmed*. Sedangkan, konsumen hanya sebatas penggunaan dalam *sosmed* saja. Artinya, konsumen yang aktif menggunakan Facebook sudah cukup akrab dengan video konsep baru. Dan lain halnya bagi konsumen yang tidak aktif menggunakan Facebook, mereka bahkan belum pernah mengetahuinya.

Pengaruh dari penggunaan Facebook terhadap video konsep baru memberikan pengaruh dalam pemahaman dan pemberian makna. Yaitu adanya kebiasaan yang berbeda antara pengguna aktif Facebook dengan yang tidak. Bagi pengguna aktif Facebook mereka sudah terbiasa dengan fitur *autoplay* sehingga audio tidak menjadi terlalu penting. Tapi, lain halnya dengan yang tidak aktif menggunakan Facebook. Mereka beranggapan bahwa audio dalam video masih merupakan hal yang penting.

Selanjutnya, dalam proses distribusi video terdapat perbedaan pemahaman antara 20DETIK dengan pendahulunya yaitu AJ+. Video

yang awalnya dibentuk dengan konsep Facebook ini ternyata memiliki konsep yang berbeda dengan cara 20DETIK menggunakannya. Bagi 20DETIK, Facebook hanya dijadikan jembatan untuk para konsumen. Tujuan utama dari 20DETIK adalah menarik khalayak untuk berkunjung dan mengonsumsi video dengan konsep baru ini melalui websitenya sendiri. Hal tersebut dikarenakan, 20DETIK mampu berdiri sendiri melalui hadirnya website.

Dari perbedaan pemaknaan terhadap penggunaan video maka terdapat beberapa kelompok sosial relevan di dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki tiga kelompok sosial relevan yaitu produsen, konsumen yang aktif menggunakan Facebook, dan konsumen yang tidak aktif menggunakan Facebook. Hal tersebut terbentuk karena adanya persepsi yang berbeda-beda antar kelompok.

Selanjutnya, dalam melakukan proses produksi video untuk *online* terdapat beberapa hal yang berbeda dengan proses video untuk *non-online*. Baik dari alat-alat yang digunakan hingga proses distribusi video itu sendiri.

5.2 Saran

5.1.1 Saran Akademis

Penelitian ini masih belum sempurna dan masih terdapat kekurangan di dalamnya. Namun, diharapkan penelitian ini dapat menjadi awal atau inspirasi agar ada penelitian lanjutannya untuk melengkapi dan melakukan penelitian dari aspek yang belum diteliti dalam penelitian.

Diharapkan agar ada penelitian dengan menggunakan objek yang lebih banyak dan dapat dilakukan di media massa lainnya di Indonesia. Menghitung dengan jumlah minat masyarakat dan pengguna Facebook yang tinggi, tentu video dengan konsep baru ini sudah mulai dikenal oleh khalayak di Indonesia.

Selain itu, juga diharapkan ada penelitian yang menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat secara lebih mendalam dan rinci. Diharapkan dengan adanya penelitian lanjutan dapat menjawab pertanyaan penelitian lainnya yang belum sempat terjawab dalam penelitian ini.

5.1.2 Saran Praktis

Video dengan konsep baru ini cukup memikat masyarakat Indonesia dapat terlihat dari jumlah *viewersnya*. Oleh sebab itu, diharapkan agar 20DETIK mampu mengembangkan dan melengkapi kekurangan yang dimiliki baik dari segi proses produksi maupun dari konsep video untuk terus mampu bersaing di industri media era *digital*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A