



### **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 penelitian yang dilakukan peneliti, setelah membandingkan antara hasil analisis teks pada artikel perjalanan dan wawancara terhadap subjek penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa baik kanal perjalanan Kompas.com maupun Tempo.co melakukan selektivitas isu pada kanal *travel* masing-masing media.

Terdapat tiga faktor yang menyebabkan kanal perjalanan setiap media melakukan selektivitas isu, yakni kesadaran jurnalis untuk melakukan promosi wisata, momentum tertentu, dan adanya kecenderungan untuk menonjolkan sudut pandang positif dalam artikel perjalanan. Baik kanal perjalanan Kompas.com maupun Tempo.co memahami bahwa esensi jurnalisme perjalanan adalah untuk memajukan potensi wisata suatu daerah, melalui kerjasama dengan sejumlah *stakeholders* seperti pemerintah dan pengelola tempat wisata. Momentum-momentum tertentu dimanfaatkan kanal perjalanan sebagai topik yang diangkat dalam pemberitaan. Selain momentum atau hari peringatan yang sudah dikenal masyarakat, momentum dapat pula berasal dari undangan pengelola wisata maupun pemerintah. Kanal perjalanan dapat pula membentuk momentum sendiri melalui liputan khusus. Selektivitas isu pada jurnalisme perjalanan terbentuk karena adanya kecenderungan untuk menonjolkan sudut pandang berita positif pada artikel

perjalanan. Hal ini dilakukan selain sebagai wujud promosi pariwisata juga untuk kepentingan psikologis pembaca.

Faktor-faktor yang melandasi selektivitas isu dalam jurnalisme perjalanan memiliki relevansi dengan nilai berita, khususnya nilai berita kontemporer atau nilai berita yang dianggap menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Dalam mempromosikan pariwisata, jurnalisme perjalanan gencar mengedepankan nilai berita eksklusivitas (berita dengan tingkat ketertarikan tinggi) dan dilengkapi dengan gambar sebagai bentuk penggambaran secara visual.

Dalam penentuan momentum yang diangkat sebagai topik artikel perjalanan, Kompas.com dan Tempo.co mengutamakan nilai berita relevansi, yakni keterkaitan topik dengan masyarakat, terutama di bidang budaya, dan pengaruh atau dampak yang ingin ditimbulkan dari suatu hal. Kecenderungan jurnalisme perjalanan untuk menonjolkan sudut pandang berita positif juga berhubungan dengan nilai berita baik, di mana pemberitaan dalam jurnalisme perjalanan didominasi oleh informasi-informasi yang positif. Namun baik kanal perjalanan Kompas.com dan Tempo.co tetap menjunjung tinggi asas independensi walaupun sebagian besar berita perjalanan bermuatan informasi positif.

Salah satu hal yang menjadi sorotan dalam penelitian ini adalah penonjolan sudut pandang positif dalam artikel perjalanan yang selaras dengan praktik *constructive journalism*, namun terbatas untuk isu lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selain untuk melindungi pariwisata, penonjolan sudut pandang positif juga dilakukan untuk mencegah rasa stres pada pembaca. Selain itu, dalam konteks *constructive journalism*, kesadaran untuk melakukan promosi

wisata juga berkaitan dengan *good relationship*, di mana jurnalis perjalanan menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*.

Pada pelaksanaannya, jurnalisme perjalanan pada Kompas.com dan Tempo.co memiliki strategi tersendiri dalam membangun artikel perjalanan. Kanal perjalanan Kompas.com lebih mengutamakan panduan berwisata atau tips, sedangkan kanal perjalanan Tempo.co lebih menguatkan pada berita *feature*. Namun kedua media tersebut memiliki sebuah kesamaan, di mana artikel perjalanan yang dihasilkan berfokus pada solusi atau penyelesaian, bukan fokus mengkritisi suatu permasalahan.

## **5.2 Saran**

Melalui penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan sejumlah rekomendasi, baik secara akademis maupun praktis untuk direfleksikan.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Studi terkait jurnalisme perjalanan masih jarang dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti menyarankan adanya penelitian lanjutan terkait jurnalisme perjalanan, terutama mengkaji pengaruh dari penonjolan sudut pandang positif pada artikel perjalanan. Peneliti juga menyarankan adanya penelitian lanjutan yang fokus pada keterkaitan jurnalisme perjalanan dengan kepentingan ekonomi media, seperti *content marketing*.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Bagi kanal perjalanan Kompas.com maupun Tempo.co, peneliti menyarankan agar tetap berpegang pada asas keberimbangan dan menjunjung

tinggi objektivitas dalam praktik jurnalisme. Penonjolan sudut pandang positif pada artikel perjalanan adalah hal baik apabila bertujuan untuk mendongkrak pariwisata daerah, berlandaskan pada fakta, dan tidak berhubungan dengan kepentingan komersil. Namun kanal perjalanan juga harus berani transparan dalam mengungkap kekurangan-kekurangan yang ada pada liputan perjalanan, terutama pada isu lingkungan, konflik pariwisata, dan dominasi kelompok tertentu pada bidang pariwisata.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA