



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

Interaktivitas menjadi salah satu inti perubahan industri jurnalistik setelah revolusi komunikasi. Hal ini tampak dari interaktivitas yang senantiasa lekat dalam prinsip atau karakteristik jurnalisme digital. Interaktivitas mampu menghadirkan celah bagi para pekerja media untuk terus mengeksplorasi cara-cara baru dalam menyampaikan berita ke masyarakat. Salah satu cara baru tersebut adalah *newsgames*.

Newsgames memiliki karakteristik pembeda dari produk jurnalistik dan atau permainan lainnya. Christoph Plewe dan Elfridge Fursich menguraikan karakteristik pembeda tersebut dalam empat konsep yakni *newsgames* sebagai tanggapan atas peristiwa aktual, mempunyai kemudahan akses, memiliki intensi persuasif, dan merupakan tambahan atas berita tradisional. Penelitian ini membahas perihal implementasi empirik keempat karakter tersebut dalam Redaksi *Tempo.co*.

Newsgames Tempo.co merupakan produk yang juga mengutamakan peristiwa aktual. Aktualitas dipercaya menjadi unsur yang mampu menarik pembaca atau audiens karena memiliki tingkat relevansi dan tingkat keingintahuan tinggi di masyarakat. Namun dalam proses eksekusinya, *Tempo.co* yang masih dalam tahap peralihan menuju budaya kerja redaksi yang berorientasi pada konten digital masih membutuhkan

waktu dalam proses pengerjaan *newsgames*. Proses pengerjaan yang lama ini menjadi hambatan Redaksi *Tempo.co* membuat *newsgames* berdasarkan *real time event*. Hal ini menyebabkan Redaksi *Tempo.co* cenderung memilih berita yang *timeless* dan dapat diprediksi waktu kejadiannya sehingga mampu menyusun linimasa kerja serta memenuhi unsur aktualitas itu sendiri.

Tempo.co juga memperhatikan unsur kemudahan akses dalam keempat *newsgames*nya. Mekanisme yang sederhana dan durasi permainan yang singkat merupakan dua cara redaksi memudahkan akses pembaca terhadap sebuah informasi. Akan tetapi, akses terhadap *newsgames* itu sendiri masih sulit yakni tidak terdapat fitur pencarian yang mengakomodir *newsgames* tersebut dan tidak adanya situs atau kanal spesifik yang memuat *newsgames* tersebut. Sulitnya aksesibilitas dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia yang masih kurang dari segi kuantitas dan kualitas. Tim *Tempo Media Laboratory* (TML) sebagai divisi yang bertanggungjawab atas pembuatan *newsgames* hanya berjumlah lima orang, sedangkan beban kerja TML tidak hanya seputar *newsgames* tetapi juga menyangkut infografis, *live blog*, dan berbagai proyek interaktif lainnya. Kemudian, latar belakang pendidikan dan kemampuan yang dimiliki para pekerja media di TML berkiblat di bidang jurnalistik dan desain grafis. Kekurangan kemampuan esensial bagi pembuatan sebuah permainan yakni *programming*, *data journalism*, dan

sebagainya mampu menjadi hambatan *Tempo.co* memproduksi *newsgames* dalam waktu cepat dan memiliki varian yang beragam.

Intensi persuasif sebagai ciri ketiga *newsgames* tidak dimiliki *Tempo.co*. Pembuatan *newsgames* di *Tempo.co* bertujuan untuk memberikan informasi atas sebuah peristiwa aktual. Intensi persuasif belum dilakukan *Tempo.co* karena adanya keinginan redaksi menghindari risiko asumsi keberpihakan kepada pihak tertentu dan belum memiliki sumber daya manusia yang cukup untuk menyusun naskah atau alur permainan ke arah persuasif dengan kuantitas dan kualitas TML saat ini. Namun secara tidak langsung, keempat *newsgames* *Tempo.co* ini juga memiliki intensi persuasif yakni membujuk pembaca untuk lebih tertarik dan memiliki relevansi kepada peristiwa yang diangkat yakni kopi Nusantara, *event* Asian Games, dan juga *awareness* pada program kerja Pemilu 2019.

Empat *newsgames* yang dibuat oleh *Tempo.co* merupakan bagian dari sebuah berita tradisional. Akan tetapi, hanya dua dari empat *newsgames* yang disematkan bersamaan dengan berita tradisional. Dua *newsgames* lainnya merupakan *newsgames* dengan topik yang sama dengan berita tradisional, namun dapat berdiri sendiri. *Newsgames* di *Tempo.co* memang dibuat dengan tujuan untuk dapat dimainkan pembaca atau audiens tanpa harus membaca berita tradisional lainnya terlebih dahulu.

Setelah menelaah aktualisasi empirik konsep karakteristik *newsgames* milik Plewe dan Fursich di Redaksi *Tempo.co*, peneliti memiliki kesimpulan bahwa keempat *newsgames* *Tempo.co* tetap dapat dikatakan sebagai *newsgames*. *Tempo.co* memenuhi tiga dari empat karakteristik yang dikemukakan Plewe dan Fursich. Satu karakter yang tidak dipenuhi *Tempo.co* adalah menjadikan *newsgames* sebagai produk tambahan berita tradisional. Meski dirancang untuk dapat berdiri sendiri, keempat *newsgames* tersebut sesungguhnya diciptakan untuk melengkapi data dan pemberitaan *Tempo.co* terkait sebuah hal. Lokasi dan tata letak *newsgames* yang tidak bersamaan dengan berita tradisional yang menjadikan *newsgames* seolah terpisah dari pemberitaan *Tempo.co* lainnya terkait topik yang sama. Dengan demikian, keempat karakteristik Plewe dan Fursich juga tercermin dalam *newsgames* *Tempo.co*.

5.2 Saran

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik *newsgames* yang dibuat oleh media daring melalui konsep empat karakteristik *newsgames* yakni tanggapan atas sebuah peristiwa aktual (*response to actual events*), kemudahan akses (*easy to access*), intensi persuasif (*persuasive intention*), dan produk tambahan dari berita tradisional (*supplementary to traditional news*). Peneliti menyadari adanya kekurangan yang dapat disempurnakan penelitian selanjutnya.

Beberapa aspek dirasa perlu dilakukan pengamatan dan wawancara lebih lanjut, misalnya wawancara dengan wartawan kompartemen yang

terlibat aktif dalam proses pembuatan *newsgames*. Penelitian ini tak mampu menangkap sudut pandang dari wartawan kompartemen yang terlibat aktif dikarenakan wartawan terkait sudah tidak bekerja lagi di *Tempo.co*. Padahal, informasi akan lebih komprehensif apabila ada pandangan dari sudut pandang wartawan kompartemen terutama dari segi pembuatan narasi.

Penelitian lanjutan juga dapat menelaah bagaimana perkembangan interaktivitas *Tempo.co* setelah rilisnya situs interaktif.tempo.co yang memuat semua produk jurnalistik interaktif *Tempo.co*. Tak hanya itu, penelitian lanjutan juga dapat menelaah sisi interaktivitas dari sudut pandang pengguna. Unsur interaktivitas akan selalu menarik untuk ditelaah dikarenakan media-media di Indonesia masih mencari pola yang tepat untuk beragam medium interaktif penyampaian berita.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA