



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 deskripsi hasil penelitian dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, dari kelima video dalam kanal “Aku & Jakarta” yang telah dianalisis menggunakan teori paradigma naratif yang dicetuskan oleh Walter Fisher, didapati bahwa terdapat 3 video menampilkan narasumber yang memiliki latar belakang ekonomi menengah kebawah dan 2 narasumber yang latar belakang ekonominya menengah keatas. Alur cerita yang digunakan adalah tentang cerita perjuangan dari nol hingga sukses dan suka-duka menjalani profesi yang dijalannya. Model seperti ini yang mengundang rasa iba bagi penontonnya dan mengundang *clickbait*.

Kedua, pemilihan alur cerita dan penggambaran karakter cukup jelas ditampilkan oleh kanal ini dengan menggunakan analisis Fisher dari aspek koherensi (*Coherensce*) dan kebenaran (*Fidelity*) berikut penjabarannya :

Aspek *Coherensce* yang memiliki tiga elemen utama yaitu koherensi struktural, koherensi material dan koherensi karakterologis. Secara koherensi struktural, penulis menemukan bahwa alur cerita yang digunakan adalah alur mundur-maju yaitu dengan menceritakan latar belakang ia memilih pekerjaan itu dan menceritakan bagaimana ia menjalani pekerjaannya, maka secara struktural video ini.

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

- a. Sudah menceritakan dengan mengalir dan lancar. Pada koherensi material seluruh komponen sebuah cerita yang terdiri dari tokoh, latar suasana, dan konflik telah digunakan oleh CNNIndonesia.com. Koherensi karakterologis yang digunakan didalam setiap videonya menggunakan tokoh utama sebagai aktor, dan tokoh utama juga yang menjadi narrator.
- b. Sedangkan aspek *Fidelity*, dari lima video “Aku & Jakarta” bercerita tentang bagaimana keunikan profesi dan perjuangan mereka dalam menjalaninya, hal ini didukung dengan latar suara yang apa adanya tanpa tambahan musik, dan konsep bercerita yang dilakukan oleh narasumbernya sendiri.

Ketiga, komodifikasi isi menurut Vincent Mosco ialah proses perubahan makna menjadi sebuah makna baru sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan, maka dalam tayangan video “Aku & Jakarta” mereka mengambil keuntungan dengan pemilihan tema yang membuat penontonnya merasa iba.

- a. Selain itu kanal ini dapat mempengaruhi penontonnya dengan sebuah persepsi, bahwa kebanyakan profesi yang ada di Jakarta ialah profesi yang dijalani oleh orang miskin, dan jarang menampilkan profesi lain seperti pejabat, karyawan, tokoh agama, dan lain sebagainya. Setelah menyaksikan tayangan ini penulis menemukan bahwa terdapat komodifikasi lain selain komodifikasi isi, yaitu komodifikasi khalyak.

- b. Komodifikasi khalayak yang dicetuskan Mosco merupakan proses penghitungan data dari banyaknya penonton yang nantinya data ini akan diberikan kepada pengiklan untuk mendatangkan pemasukan. Model iklan yang ada pada setiap video berbentuk spanduk iklan dan iklan *popup*, yaitu sebuah iklan yang muncul didepan video. Untuk mendapatkan pemasukan, media menggunakan konsep komodifikasi khalayak.

5.2 Saran Akademis

Berdasarkan penelitian ini peneliti memberikan saran, sebagai berikut:

Pertama, diperlukann riset lanjutan untuk komodifikasi, terutama pada komodifikasi pekerja media yang mengerjakannya. Karena selama penelitian ditemukan perlunya pendalaman pada peran karyawan yang membuatnya.

Kedua, metode kuantitatif agar dapat diteliti pada jumlah penonton perharinya dan bagaimana tanggapan penonton mengenai tayangan “ Aku & Jakarta.

