



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 ini, perkembangan teknologi komunikasi di era digital saat ini dengan pemanfaatan media sosial dalam praktik jurnalistik memberi perkembangan pada dunia jurnalistik. Kemunculan istilah konsep *homeless media* tersebut memberi pengaruh terhadap pembisnis khususnya pada perusahaan media. Salah satu perusahaan media yang menerapkan konsep *homeless media* yaitu Opini.id yang dimasukan kedalam model bisnisnya. Konsep *homeless media* yang digunakan oleh Opini.id memfokus konten pemberitaanya dikemas semenarik mungkin dan disebarakan di seluruh kanal media sosial.

Jika dilihat konsep *homeless media* ini dari segi bisnis memberikan dampak yang baik bagi pelaku bisnis karena dapat memotong biaya operasional yang signifikan. *Homeless media* atau media tanpa rumah fokus utama mereka bukanlah web sebagai rumah utamanya seperti media online lainnya yang harus rumah utama dan website melainkan menggunakan media sosial.

Model konten yang gunakan oleh Opini.id adalah gabungan tiga model dari Model Agregasi Konten, Model Agregasi Khalayak dan Model Segmentasi Khalayak. Opini.id menargetkan khalayaknya dari kaum milineal dan generasi Z dengan menyediakan konten yang dapat diakses secara gratis. Khalayak tinggal

menentukan media sosial apa yang akan mereka gunakan untuk mengakses konten Opini.id.

Konten yang disajikan oleh Opini.id memiliki karakteristik sendiri yang berbeda dibanding dengan media online lainnya yang mengutamakan kecepatan. Konten Opini.id menyajikan kontennya secara menarik, kreatif dan efisien agar khalayak merasa nyaman dalam mengakses konten tersebut. Konten berita yang disajikan oleh Opini.id berupa audio-visual dan stories.

Konten yang disajikan tersebut disesuaikan dengan karakteristik media sosialnya. Konten yang disajikan di Instagram, berupa video satu menit yang dapat berupa *slide photo* hingga potongan video-video. Opini.id juga mengajak khalayak untuk berbagi informasi dan membuat konten berita sendiri melalui website Opini.id.

Model pemasaran yang digunakan Opini.id adalah model spiral, model viral dan model afinitas. Model tersebut Opini.id pilih guna meningkatkan kepekaan khalayak kepada Opini.id. Media sosial merupakan media utamanya yang cocok digunakan Opini.id untuk memasarkan konten mereka guna khalayak dapat mengakses konten tersebut secara gratis dan bebas.

Model distribusi yang digunakan Opini.id adalah *Cross-Media* dimana Opini.id memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai tempat atau wadah mendistribusikan hasil produksi kontennya. Beragam platform media sosial yang digunakan oleh Opini.id yaitu Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan Line Today. Selain menggunakan platform media sosial, Opini.id juga mendistribusikan kontennya melalui laman website mereka www.opini.id

Model pendapatan yang digunakan oleh Opini.id adalah *Multiple Revenue Streams* melalui kerjasama dengan pengiklan dalam bentuk *brand partnership* dan *Ad-supported* melalui pop-up iklan yang muncul di youtube Opini.id. Sumber pendapatan utama Opini.id melalui konten advertorial yang menjalin kerja sama dengan pengiklan yang memiliki tujuan untuk menarik perhatian masyarakat atau *brand awareness*. Konten advertorial yang disajikan juga bersifat *soft selling* yang tidak secara langsung menggambarkan produk yang di iklankan.

Selain pendapatan yang diterima, biaya operasional yang dikeluarkan Opini.id terbilang kecil dibanding dengan media online pada umumnya. Opini.id dapat membuat akun diseluruh media sosial secara gratis. Khalayak dapat mengakses semua konten yang diproduksi oleh Opini.id secara gratis.

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan juga bahwa industri media harus memahami target khalayak dan berinovasi baru dalam mengelola bisnis medianya untuk mempertahankan khalayak. Media sosial menjadi wadah yang banyak dinaungin oleh perusahaan media untuk memasarkan dan mendistribusikan konten mereka sehingga media tidak lagi yang datang kepada khalayak tetapi khalayak yang akan datang ke medianya itu sendiri yang sesuai dengan pilihan mereka.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk peneliti selanjutnya yang membahas model bisnis pada media lain dan sebagai

perbandingan terhadap konsep dan teori yang digunakan pada penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga dapat dijadikan juga sebagai perbandingan terhadap media lain serta pendalaman mengenai jurnalisme media sosial.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini digunakan sebagai pilihan alternative bagi perusahaan media dalam mengelola bisnis mediana. Perusahaan media dapat melihat hasil penelitian ini bagaimana Opini.id dalam mengelola bisnisnya untuk mencari target khalayak, mengecilkan biaya operasional tanpa mengurangin pendapatan. Model bisnis yang pas akan mempengaruhi pola dan perilaku suatu media dan khalayaknya.

