



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

Penelitian ini berusaha untuk mencari tahu bagaimana jurnalis Vice Indonesia memilih atau memunculkan topik dan *angle* unik, beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Simpulan dari penelitian ini ditujukan untuk menjawab dua pertanyaan tersebut melalui penelitian yang telah dilakukan dari beberapa teori dan konsep, yaitu konsep jurnalis dan jurnalis dengandan beberapa teori dan konsep lain yaitu konsep jurnalis dan *Global Journalist in The Twentyfirst Century* oleh Willnat, Weaver, & Choi (2013), konsep *news value*, konsep *global media franchise*, konsep media alternatif serta melihat napaktilas media alternatif di Indonesia melalui jurnal ilmiah Allifiansyah (2015), *counterculture*, dan utamanya konsep *Hierarchy of Influence* oleh Shoemaker dan Reese (2014).

Dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses pemilihan topik dan angle oleh jurnalis atau *staff writer* Vice Indonesia dimulai pada tingkatan individual, atau dari diri mereka sendiri. Informan Adi dan Arzia berasal dari latar belakang kehidupan dan edukasi yang berbeda, serta memiliki karakter pribadi yang berbeda-beda, sehingga mereka sendiri juga memiliki ide dan ketertarikan yang berbeda juga tentang topik dan angle yang mereka pilih. Faktor-faktor tersebut dapat diakumulasikan atau justru membentuk faktor baru yakni faktor subjektivitas. Dengan berprofesi sebagai jurnalis atau *staff writer* Vice Indonesia, mereka

walaupun beroperasi seperti jurnalis atau wartawan Indonesia pada umumnya, merupakan jenis wartawan yang berbeda.

Mereka disebut sebagai *staff writer* karena walaupun mereka diwajibkan untuk dapat mengerjakan karya jurnalistik dengan segala kaedah-kaedahnya, juga dituntut untuk dapat menciptakan karya non-jurnalistik dengan standar-standar yang telah ditentukan oleh Vice Indonesia serta nilai-nilai yang dibawa dari Vice pusat. Untuk terkualifikasi sebagai seorang *staff writer*, Vice Indonesia memiliki standar yang cukup berbeda dan fleksibel, di mana seorang *staff writer* tidak perlu memiliki edukasi formal dan lebih menekankan kemampuan mereka akan menulis serta memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam terhadap berbagai topik dan kemampuan menemukan *angle* yang unik—yang di satu sisi membuat mereka kurang kompeten sebagai jurnalis global di abad ke-21; atau dalam kata lain kurang dapat dianggap sebagai jurnalis. Identitas profesi tersebut ditambah faktor-faktor tingkatan individual mereka mendukung mereka untuk memiliki kebebasan lebih dalam menentukan topik dan *angle* dibanding wartawan di media asing atau media lokal lainnya.

Selanjutnya, para *staff writer* lanjut mengolah ide mereka mengenai suatu topik dan *angle* ke tingkatan rutinitas media—atau mereka membawanya untuk diolah di kantor. Pada tingkatan ini, topik dan *angle* tersebut mendapati pengaruh dari berbagai faktor yang berhubungan dengan rutinitas pekerjaan mereka sebagai *staff writer* Vice Indonesia. Beberapa faktor yang peneliti temukan paling berpengaruh merupakan sumber berita mereka yaitu internet dan media sosial, acuan akan *news value*, audiens, ideologi dan politik redaksi, serta kontrol dari atasan-atasan para

staff writer yang membentuk dan menentukan topik dan *angle* yang hendak diangkat.

Internet dan media sosial merupakan jajakian awal mereka dalam memvalidasi ide yang mereka sukai, yang pada akhirnya menjadi dasar pengetahuan mereka akan suatu informasi untuk kemudian diolah menjadi topik beserta *angle* yang hendak dicapai. Acuan *news value*, audiens, kebijakan, ideologi dan politik redaksi juga menjadi penting sebagai orientasi yang mereka pahami dan mereka bawa dalam mempertimbangkan sebuah topik dan *angle*. Di atas itu semua, kontrol dari atasan mereka menjadi yang paling penting karena mereka merupakan kekuatan otoritas yang kembali menekankan, mengingatkan serta mengontrol acuan *news value*, audiens, kebijakan, ideologi dan politik redaksi yang akhirnya turut berkontribusi besar dalam membantu membentuk serta menentukan apakah suatu topik beserta *angle* yang diajukakan layak diangkat atau tidak.

Setelah lolos dari tahap pengolahan di kantor, topik dan *angle* akan kembali disaring dan dibentuk dengan faktor-faktor yang berasal dari luar Vice Indonesia. Faktor pertama berasal dari media-media lain yang ada di Indonesia, atau yang dianggap bersaing dengan Vice Indonesia. Media-media tersebut dapat berperan dalam dua hal: Menjadi sumber untuk topik dan *angle* itu sendiri, atau sebagai acuan pembanding agar topik dan *angle* tersebut dapat tampil berbeda dari media yang mungkin sudah mengangkat topik dan *angle* yang sama dan hendak diangkat. Faktor kedua dan yang lebih berpengaruh merupakan kontrol pemerintahan. Kontrol pemerintah ditemukan peneliti lebih berpengaruh dibanding kekuatan-kekuatan yang ada di atas *staff writer* baik di dalam maupun diluar media.

Faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi proses pemilihan topik dan *angle* *staff writer* Vice Indonesia yang ditemukan peneliti merupakan kebijakan “*Vice One Asia*”, adanya bias eksotifikasi dari perusahaan dan bias personal dari masing-masing individual, pengaruh dari *staff writer* atau karyawan lain di Vice Indonesia, terbukanya kebebasan serta ruang gerak bagi *staff writer* untuk memproduksi karya non-jurnalistik, serta faktor ekonomi bagaimana Vice Indonesia sendiri didirikan untuk menarik profit di Indonesia—yang merupakan pasar audiens muda terbesar di Asia.

Setelah berhasil menjawab bagaimana proses jurnalis Vice Indonesia memilih sebuah topik dan *angle* beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya sudah terjawab, penelitian ini meninggalkan satu pertanyaan terakhir yang tidak termasuk dalam pertanyaan penelitian dan merupakan sebuah mitos yang belum terjawab: Apakah topik dan *angle* yang dipilih oleh *staff writer* Vice Indonesia merupakan topik dan *angle* yang unik atau tidak.

Terdapat beberapa pertimbangan yang peneliti temukan, yang berawal dari kedudukan Vice Indonesia sebagai sebuah *franchise* dari media asing, yaitu Vice Media yang berpusat di Amerika Serikat. Dengan kedudukannya sebagai media *franchise*, walaupun tidak ditemukan Vice Indonesia mendapatkan permintaan langsung untuk mengangkat suatu topik dan *angle* Vice pusat secara berkala, nilai-nilai yang sudah diturunkan dari Vice pusat sudah menjadi alam dari Vice Indonesia hingga para karyawannya—apalagi *staff writer* yang memiliki andil dalam produksi konten—yang secara tidak disadari memiliki dalih terhadap pemilihan topik dan *angle* yang hendak diangkat. Hal tersebut juga dari segi karakteristik dan alam Vice

Indonesia sudah membuatnya sangat berbeda dari media-media lainnya di Indonesia, apalagi jika dibandingkan dengan media-media lokal yang masih menerapkan jurnalisme tradisional.

Vice Indonesia dalam konteks media di Indonesia juga memiliki kedudukan sebagai media alternatif—bukan karena kehadirannya sebagai media asing namun dari bagaimana konten yang diangkat berusaha melawan konservatisme dan segala hal yang berlawanan dengan paham “*liberal youth media company*” di Indonesia. Berhubungan dengan hal tersebut, bisa juga disimpulkan bahwa tertanam nilai-nilai *counterculture* yang juga ditransmisikan. Hal tersebut tidak hanya jelas terlihat dari kedudukannya sebagai media asing namun juga tercermin dari praktik jurnalistiknya yang asing di Indonesia, serta utamanya bagaimana mereka berusaha mengangkat topik dan *angle* yang relevan dengan anak muda—di mana anak muda dan budayanya sering dikaitkan dengan *counterculture*—yang pada akhirnya berpengaruh juga terhadap pemilihan topik dan *angle*. Di atas itu semua, faktor-faktor tersebut mendukung motivasi redaksi Vice Indonesia yang berkali-kali ditekankan oleh Adi, Arzia, dan Ardyan dalam penelitian ini bahwa mereka ingin tampil berbeda dari media-media lainnya melalui kontennya, yang tidak terlepas dari pemilihan topik dan *angle*.

Berdasarkan pembahasan-pembahasan di atas dan sebelumnya, topik dan *angle* yang diangkat jurnalis Vice Indonesia dapat dibilang unik. Hal ini dikarenakan topik dan *angle* yang diangkat jurnalis Vice Indonesia—sebagai eksekutor dari proses penciptaan dan pemilihan topik dan *angle*—memang ditujukan dan dibentuk untuk tampil sangat berbeda, baik karena alasan ekonomi agar dapat bersaing dan

menonjol dari kompetitornya hingga karena secara alamnya Vice Indonesia seperti Vice Media sudah merupakan media yang unik juga. Jurnalis-jurnalisnya atau *staff writer* pun juga ditemukan berbeda, sehingga jurnalis yang unik pun juga dapat menghasilkan topik dan *angle* yang unik atau tidak biasa.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan kekurangan yang disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, pengerjaan penelitian ini sebagian besarnya mengandalkan hasil wawancara dan observasi sebagai cerminan tentang apa yang terjadi di lapangan, ditambah peneliti yang tidak terlibat dalam proses pemunculan hingga pembentukan sebuah topik atau *angle* akibat tidak adanya jadwal rapat redaksi atau kegiatan yang berkaitan dengan proses penentuan topik dan *angle* yang pasti.

Kemudian, peneliti juga dalam sebagian besar penelitian ini—terutama dalam aspek-aspek pembahasan dan analisa—meggunakan pengalaman peneliti sewaktu magang di Vice Indonesia pada tahun 2017 akhir hingga 2018 awal sebagai acuan, yang jatuhnya sudah kurang aktual dengan realita yang terjadi di Vice Indonesia baru-baru ini setelah berlakunya restrukturisasi dan kebijakan “*Vice One Asia*”. Dikarenakan hal tersebut juga, selain terciptanya bias pribadi, para informan memperlakukan peneliti saat wawancara dengan sugesti bahwa peneliti sudah mengetahui banyak hal tentang Vice Indonesia, sedangkan peneliti membutuhkan para informan untuk menjelaskan berbagai

hal secara lebih detail layaknya mereka menjelaskan kepada seseorang yang masih awam atau bahkan tidak memiliki pengetahuan sama sekali terhadap aspek-aspek internal Vice Indonesia.

Penelitian ini juga disadari memiliki tingkat kompleksitas yang sangat tinggi, terutama terkait banyak faktor lagi yang sebenarnya masih dapat digali dan dipelajari terkait bagaimana mereka saling mempengaruhi dalam proses menentukan topik dan *angle*. Beberapa narasumber lagi seperti Wendy Syfret dan Natashya Gutierrez juga seharusnya diwawancarai, apalagi setelah berlakunya restrukturisasi Vice Indonesia dan dengan berlakunya kebijakan Vice One Asia yang berdampak sangat besar dalam mengubah produksi konten Vice Indonesia.

Mengingat keterbatasan kemahiran dan kapasitas akademis peneliti juga, penelitian ini masih dapat disempurnakan dengan sejumlah teori dan konsep yang lebih tepat atau efektif. Hal tersebut ditambah peneliti juga dibatasi oleh durasi pengerjaan, keterbatasan informan, pengetahuan akan teori dan konsep yang dapat digunakan dalam penelitian serupa bahkan dengan bantuan bimbingan akademisi, dan juga faktor ekonomi.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang sudah disebutkan di atas, peneliti menyarankan jika hendak mengembangkan penelitian ini kedepannya untuk terlibat secara langsung dalam proses pembuatan dan pemilihan topik dan *angle*, melakukannya dengan sekelompok orang yang jauh lebih terqualifikasi dan memiliki kapasitasnya serta berpengalaman untuk meneliti kasus yang sama, dan lebih menyiapkan waktu serta materi untuk mengerjakan

penelitian dengan tingkat kompleksitas serupa. Penelitian ini juga disarankan kedepannya dapat dipadukan dengan analisa semiotika untuk menganalisa apakah penggunaan kata dan diksin juga turut berpengaruh dalam membuat topik dan *angle* Vice Indonesia berbeda dari yang lain, serta teori atau konsep kebudayaan yang lebih dari sekedar konsep *counterculture*—terutama teori-teori atau konsep-konsep yang dapat membandingkan budaya media di Indonesia dengan budaya media asing.

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti juga merasa bahwa kerangka *hierarchy of influence* dapat diperbaharui lagi. Tingkatan *social system* dirasa dapat berpengaruh di setiap tingkatan dan tidak seharusnya terletak di bagian terluar kerangka, yang membuatnya terpampang sebagai pengaruh awal dalam kerangka tersebut. Urutan linearnya pun menurut peneliti kurang begitu tepat, atau bentuk kerangkanya pun sepertinya bisa disempurnakan atau diperbaharui lagi.

5.2.2 Saran Praktis

Terkait saran herdap lembaga yang bersangkutan, peneliti merasa bahwa Vice Indonesia sebagai media walaupun dianggap menyimpang dari praktik jurnalisme yang berlaku di Indonesia dan yang dikenal oleh khalayak umum, ditambah fakta akan rendahnya minat baca Indonesia, sudah melakukan sesuatu yang revolusioner dalam hal memproduksi konten-konten tulisannya. Peneliti menyarankan agar Vice Indonesia lebih membuka diri terhadap akademisi yang hendak meneliti dan mempelajari Vice Indonesia. Hal ini agar

masyarakat dan akademisi dapat lebih memahami Vice Indonesia melalui perspektif ilmiah yang dapat disetujui dan secara ilmiah valid, dan bukan berdasarkan spekulasi-spekulasi awam atau pun *common sense*.

