



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alur kerja *Kompas.com* dalam membuat infografis selama debat berlangsung, serta mengetahui faktor apa yang mempengaruhi kebijakan Redaksi *Kompas.com* dalam menentukan kutipan dan data yang akan dicek kebenarannya. Media yang dipilih adalah *Kompas.com* dan media sosial yang dipilih lebih terfokus pada Instagram.

Selama debat berlangsung, *Kompas.com* berkolaborasi dengan *Kompas TV*, *Kompas.id* (*Harian Kompas*), dan *Litbang Kompas*. Beberapa media tersebut mengambil peran sesuai dengan porsinya masing-masing. Proses kerja dimulai dari *Litbang Kompas* yang membuat transkrip dari beberapa pernyataan atau klaim data selama debat. Kemudian, tim Redaksi akan memilih pernyataan dan klaim data yang dianggap menarik. Setelah itu, akan ada proses pengecekan yang terjadi berulang-ulang. Pemeriksaan terkait dengan klaim yang dibacakan, sumber data yang diperoleh, kesesuaian *template grafis* dengan pernyataan calon, serta sumber data yang tercantum di infografis tersebut. Setelah berbagai tahapan tersebut selesai, infografis tersebut kemudian dipublikasikan di media sosial masing-masing media.

Ada beberapa faktor yang digunakan redaksi untuk memilih pertanyaan dan klaim data yang diucapkan selama debat. Kebijakan tersebut berasal dari beberapa batasan yang telah disepakati oleh setiap media (*Kompas.com*, *Kompas TV*, dan *Harian Kompas*). Berdasarkan lima proses *gatekeeping* (*individual level*, *media*

routines, organization level, extramedia level, dan ideological level), *individual level* dan *organization level* menjadi yang paling dominan.

Tingkat individu terbentuk dari pengalaman yang sudah didapatkan *gatekeeper* selama bekerja sebagai jurnalis. Dari hasil observasi, Laksono yang memegang kendali dan mengambil keputusan mewakili *Kompas.com*. Keputusan yang diambilnya terbentuk dari pengalaman dan pembelajarannya selama menjadi jurnalis di *Kompas.com*

Di tingkat organisasi, *Kompas.com* mengacu pada tagline yang mereka miliki, yaitu 'Jernih Melihat Dunia'. Mereka juga mengacu pada *popular, high quality, online journalism*, sebagai pegangan *Kompas.com* setelah *rebranding* yang dilakukan 2016 lalu. Tidak hanya itu, mereka mengacu pada nilai berita dan kode etik jurnalistik. Kedua hal tersebut menjadi dasar bagi Redaksi dalam memilih pernyataan dan klaim data yang diucapkan selama debat. Kode etik jurnalistik lebih menitikberatkan pada poin 'tanggung jawab kepada masyarakat', sehingga Redaksi akan berusaha untuk memberikan informasi yang paling benar berdasarkan data yang ada kepada masyarakat.

Tingkat organisasi juga terdapat pada kerja sama yang terjadi antara *Kompas.com* dengan *Kompas TV, Kompas.id (Kompas Cetak)*, dan *Litbang Kompas*. Tergabung dalam grup *Kompas Gramedia*, ketiga media dan *Litbang* tentu mempunyai beberapa prinsip yang sama dan dipraktikkan selama debat. Kerja sama ini kemungkinan besar akan tetap dilakukan kedepannya dalam Pemilu kedepannya, khususnya Debat para calon.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini fokus pada proses pemilihan pernyataan dan klaim data yang terjadi selama debat berlangsung. Penelitian ini hanya melakukan satu kali observasi dari lima kali debat yang dilakukan. Maka dari itu, penelitian selanjutnya diharapkan mampu melakukan observasi dengan intensitas yang lebih banyak, sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih dalam dan menyeluruh lagi. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil objek penelitian yang lebih menyeluruh seperti Grup Media yang terdiri dari beberapa media yang bekerja sama, bukan mengambil dari salah satu perwakilan dari Grup Media tersebut.

5.2.2 Saran Praktis

Saat peneliti melakukan observasi, hanya salah satu orang saja yang terlibat menjadi *gatekeeper* dari *Kompas.com*. Pada saat itu, proses pengerjaan konten infografis tersebut hanya dapat dilakukan sampai tengah malam untuk menghargai waktu tenang yang sudah ditetapkan oleh KPU. Dengan satu orang *gatekeeper* yang juga bertugas untuk memilih pernyataan, klaim data, dan memeriksa kembali infografis yang telah dibuat, peneliti menyarankan untuk menambahkan beberapa orang dengan pembagian tugas yang lebih spesifik. Hingga nantinya, seorang *gatekeeper* dapat fokus pada salah satu tugas dan konten yang dibuat dapat lebih banyak jumlahnya, walaupun waktu yang dimiliki hanya sampai tengah malam.