

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Perkembangan teknologi yang begitu pesat memudahkan media untuk berkomunikasi dalam menyampaikan informasi. Kebutuhan khalayak akan informasi yang benar didasarkan karena motif-motif tertentu, sehingga media berusaha untuk memenuhinya. Di era digital saat ini, penggunaan teknologi yang terus berkembang seperti *Augmented Reality* (AR) menjadi salah satu teknologi yang mampu membentuk desain grafis bersifat *storytelling*. Tingkat dan kemampuan media massa dalam menyampaikan informasi tidak serta merta hanya menampilkan tayangan berupa gambar bergerak maupun suara yang dihasilkan dari liputan di lapangan saja, melainkan dengan menerapkan teknologi AR *Immersive 3D*, informasi yang sulit disampaikan menjadi lebih mudah dimengerti oleh khalayak.

Augmented Reality (AR) digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih *detail*, menghibur, dan menarik minat masyarakat. Selain itu, tujuan dari penggunaan teknologi AR ini untuk menggambarkan keadaan yang kompleks untuk bisa dengan mudah dimengerti oleh masyarakat Indonesia. CNN Indonesia menerapkan teknologi ini sebagai salah satu bentuk inovasi baru yang dimulai sejak 2015. Untuk itu, peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan khalayak ketika mengonsumsi informasi dengan penggunaan teknologi AR melalui kanal *Youtube*

CNN Indonesia. Dalam teori *uses and gratification* ada asumsi yang mengatakan bahwa, khalayak secara aktif mencari suatu media tertentu dengan muatan isi tertentu, untuk menghasilkan suatu kepuasan yang berdasarkan oleh motif dan kepuasan khalayak dalam mengonsumsi suatu berita/informasi.

Berdasarkan hasil penelitian dengan model *A Simplified Discrepancy Model* menurut Wenner dalam Palmgreen. Dapat dilihat bahwa pada dimensi mencari/mengetahui informasi lebih tinggi nilainya sebesar 1.07%. Hal ini juga dapat dilihat dari nilai *mean* GS dan *mean* GO tertinggi di antara 3 dimensi lainnya, yaitu 3.43 untuk GS dan 3.54 GO. Artinya, masyarakat secara umum merasa terpuaskan terhadap berita atau informasi yang disampaikan dengan menggunakan teknologi AR. Semakin besar kepuasan yang diperoleh (*Gratification Obtained*) khalayak, maka media yang dipilih merupakan media yang semakin efektif pula bagi khalayaknya. CNN Indonesia, kini berhasil memuaskan khalayak pada dimensi informasi yang disampaikan dan diterima baik oleh masyarakat.

Kemudian, setelah tujuan utama khalayak terpuaskan secara informasi, pada dimensi hiburan, CNN berhasil memenuhi kebutuhan yang dicari (*Gratification Sought*) khalayak untuk meluangkan waktu dan bersantai sejenak. Meskipun ada satu pernyataan di mana khalayak tidak terpuaskan. Akan tetapi, tidak serta merta kebutuhan khalayak tidak terpenuhi pada dimensi ini, hanya saja sekadar terpenuhi. West dan Turner (2010) mengutip J.D Rayburn dan Philip Palmgreen (1984) bahwa seseorang mungkin akan membaca suatu surat kabar tertentu karena, surat kabar tersebut adalah salah satunya yang ada. Tetapi, hal tersebut

tidak berarti bahwa seseorang tersebut terpuaskan secara menyeluruh oleh media itu (West & Turner, 2010, p. 106).

Setelah dianalisa, peneliti menyimpulkan bahwa secara motif atau kepuasan yang dicari oleh khalayak awalnya adalah untuk mendapatkan hiburan. Namun, pada hasil penelitian, ditemukan bahwa setelah menonton konten AR, khalayak merasa puas terhadap informasi yang disampaikan secara jelas, berbeda dengan biasanya, dan menarik. Selanjutnya, pada indikator identitas personal, serta integrasi dan interaksi sosial, dengan penggunaan teknologi AR ini belum berhasil mendongkrak khalayak khususnya dalam menjalankan peran sosial.

Meski begitu, hasil kesenjangan kepuasan (*discrepancy gratification*) khalayak dengan total *mean* GS yaitu 58.56 dan *mean* GO 60.95 adalah 2.39. Artinya, terdapat tingkat kesenjangan kepuasan khalayak mengenai penggunaan teknologi *Augmented Reality* (AR) yang dirasakan setelah menonton konten AR di CNN Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti ingin memberikan beberapa saran bagi peneliti berikutnya yang sekiranya akan melakukan penelitian serupa, baik secara akademis maupun kepada objek penelitian, yaitu khalayak CNN Indonesia.

5.2.1 Saran Akademis

Seperti yang sudah dibahas dalam penelitian ini, peneliti hanya menjelaskan atau mendeskripsikan data dari hasil analisa yang peneliti lakukan oleh 349 responden di DKI Jakarta. Untuk itu, bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat membandingkan tingkat kepuasan khalayak pada media lain dengan mengaitkan penerapan AR di media tersebut melalui metode eksperimen. Selain itu juga peneliti bisa mencari tahu lebih dalam mengapa teknologi AR tidak sering muncul pada industri media, khususnya yang sudah menerapkan AR, seperti TV One, Kompas, dan Metro. Kemungkinan lainnya, peneliti juga dapat menggali lebih dalam pada sosialisasi penerapan AR kepada khalayak, melihat belum banyak masyarakat yang mengenal teknologi AR.

5.2.2 Saran Praktis

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa hasil penelitian menunjukkan tidak ada kesenjangan kepuasan yang dirasakan khalayak mengenai penggunaan teknologi *Augmented Reality* (AR). Untuk itu, saran peneliti kepada CNN Indonesia, tetap pertahankan kualitas pemberitaan melalui penerapan teknologi AR tersebut supaya apa yang menjadi kebutuhan khalayak dapat terpenuhi dan khalayak merasa puas terhadap medianya dan isinya. Namun, ada kendala yang peneliti hadapi saat melakukan penelitian ini, yaitu belum semua masyarakat mengenal atau mengetahui apa itu teknologi AR. Ini pula yang menjadi kesulitan peneliti saat mencari responden, untuk itu sosialisasi penerapan AR diperlukan guna memperkenalkan kepada masyarakat seperti apa AR itu.