



### **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

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikaji oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa VOA Indonesia telah melakukan berbagai strategi untuk menjangkau khalayak baru. Strategi yang dilakukan oleh VOA Indonesia meliputi pendistribusian konten berita secara multi-platform yang memanfaatkan penggunaan media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan YouTube. Dalam hal ini VOA Indonesia menyadari peluang besar yang terdapat pada media sosial, sehingga tim memutuskan untuk bergerak pada ranah media sosial, dan tidak terbatas hanya pada website dan juga aplikasi *mobile*.

Selanjutnya, VOA Indonesia membentuk tim khusus yang bertugas untuk mengurus platform media sosial dan juga bertanggung jawab pada pembuatan konten *mobile* secara orisinal, sehingga tidak perlu mengadakan konten laporan berita berbentuk paket yang disiarkan oleh tim TV. VOA Indonesia juga mengadaptasi *selfie journalism* sebagai inovasi dalam alur produksinya. Penerapan *selfie journalism* sebagai sebuah strategi, membuat VOA Indonesia memanfaatkan teknologi *smartphone* dengan fitur *front face camera* sebagai alat utama untuk melakukan liputan, selain itu juga melibatkan *toolkit selfie journalism* lainnya, seperti *selfie stick*, mic untuk *smartphone*, dan peralatan lainnya.

Dengan mengimplementasikan *selfie journalism* pada ruang redaksi, jurnalis VOA Indonesia dapat lebih mudah menjalankan prosedur untuk liputan mandiri, yang mengharuskan jurnalis untuk bertanggung jawab mulai dari proses pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. VOA menyadari bahwa untuk mewujudkan jurnalis yang *multi-skilling* dan memiliki kemampuan dalam *mobile journalism*, jurnalis perlu untuk mendapatkan pelatihan khusus yang berfungsi untuk meng-*upgrade* kemampuan jurnalis dalam pemanfaatan teknologi terbaru, serta urusan editorial lainnya.

Penelitian juga telah meninjau fenomena *selfie journalism* yang diimplementasikan oleh VOA Indonesia melalui perspektif *multimedia logic*, namun ada keterbatasan dalam eksplorasi pada level institusi dan organisasi. Dalam perspektif institusi, penelitian ini menemukan bahwa VOA menyadari potensi yang berkembang dari produksi dan konsumsi berita yang digerakkan oleh *smartphone*, sehingga membuat fokus utama produksi konten di VOA Indonesia adalah untuk media sosial. Selain itu, VOA mengoptimalkan potensi MoJo dengan memberikan *training* secara rutin kepada jurnalis dalam penggunaan alat dan aplikasi *mobile* untuk menghasilkan konten *mobile* yang berkualitas, serta membentuk jurnalis yang *multi-skilling*. Hal ini berdampak pada perampingan tenaga kerja.

Dalam perspektif teknologi, VOA memfasilitasi jurnalis dengan perangkat *mobile* dengan standar iPhone XS, serta *toolkit selfie journalism* lainnya, seperti DJI OSMO, i-rig (*mic*), *selfie stick*, dan peralatan lainnya. Tim digital VOA memanfaatkan *smartphone* sebagai perangkat utama untuk liputan mandiri, alih-alih menggunakan kamera profesional, sedangkan divisi TV (*broadcasting*) belum

mengoptimalkan penggunaan *smartphone* sebagai perangkat utama dalam liputan. Selanjutnya, dalam perspektif organisasi, VOA menambahkan struktur baru dalam redaksi, yaitu *Digital Team* (tim digital). Hal ini mendorong VOA Indonesia untuk lebih fokus pada penggunaan media sosial dan pemanfaatan fitur-fitur di dalamnya, seperti IGTV (Instagram TV), fitur *Live Streaming* pada Instagram, Instagram Stories, dan membuka kolom komentar.

Dengan terbentuknya tim digital, VOA mampu memberikan beragam inovasi dalam ruang redaksi, salah satunya adalah pengaplikasian tren *selfie journalism*. Penelitian ini juga menemukan bahwa VOA Indonesia telah melakukan kinerja dan peleburan budaya untuk mencapai sinergi dalam organisasi yang terdiri dari tim digital, tim TV, dan juga tim radio. Konten yang dihasilkan oleh tim digital dapat digunakan kembali oleh tim TV, dan sebaliknya, dengan menyesuaikan format video berdasarkan platform masing-masing.

Dalam perspektif budaya (*producer & user*), jurnalis VOA mengambil keputusan terkait platform apa yang akan digunakan untuk mempraktikkan keahliannya. Tuntutan *multi-skilling* membuat jurnalis melakukan semuanya sendirian (*solo journalist*), mulai dari tahap pembuatan ide cerita, liputan lapangan, sampai dengan tahap *editing*. Penelitian ini menemukan bahwa tuntutan *multi-skilling* dapat memacu kreativitas jurnalis dalam pembuatan konten. Jurnalis melihat tren *selfie journalism* sebagai inovasi dalam bidang jurnalistik, tren ini menawarkan teknik bercerita baru dengan memanfaatkan fitur *front face camera* pada *smartphone* dan aktivitas swafoto. *Selfie reporting* memungkinkan jurnalis

untuk melakukan reportase seorang diri, tanpa bantuan dari *camera person* maupun kru.

Tren ini juga familier dengan audiensi di media sosial yang didominasi oleh generasi milenial, karena milenial terbiasa dengan gaya bercerita yang dilakukan oleh YouTuber, Selebgram, *Influencer*, dll. Jurnalis mengadopsi tren ini dengan memberikan gimik selayaknya cara pembawaan seorang YouTuber, dengan tujuan untuk mengikuti perkembangan tren yang ada, dan juga memberikan pengalaman positif bagi *audience*. Terkait hal tersebut, *selfie journalism* mengubah sistem penyiaran tradisional yang bersifat formal dan semi-formal. Namun disisi lain, kredibilitas *selfie journalism* ini dihadapkan pada stigma masyarakat yang menganggap *selfie reporting* hanya dilakukan oleh *citizen journalist*, sehingga seorang *selfie journalist* sering dipandang sebelah mata oleh masyarakat dan dianggap tidak profesional.

Dalam produksi kontennya, VOA Indonesia menerapkan pola pikir *mobile-first* pada jurnalis, hal itu terlihat dari bagaimana jurnalis dapat menghasilkan konten digital untuk beberapa format, dalam satu kali liputan. Tahapan pra-produksi dilakukan dengan *newsgathering*, *distribution of news*, dan *audience engagement*. Hal ini dipikirkan secara matang, sehingga proses produksi hingga *editing* konten dapat sesuai dengan target *audience*. Jurnalis berpikir bagaimana merangkum laporan berita dalam durasi yang singkat, karena konten menyesuaikan dengan durasi untuk platform media sosial, yang rata-rata hanya berdurasi satu menit.

Dalam format *editing*, VOA Indonesia mengutamakan aspek visual, alih-alih audio, sehingga setiap konten *mobile* yang dihasilkan dilengkapi dengan teks / *subtitle*. Hal ini dilakukan karena tim digital ingin menyajikan konten yang bisa diakses dalam kondisi yang tidak memungkinkan audiensi untuk mengaktifkan mode suara. Beralih kepada tiga aspek utama dalam *mobile-first mindset* yaitu, *audience experience*, *multiplatforms hubs of content*, dan *evolving business models*, VOA Indonesia telah memenuhi aspek *audience experience* dan juga *multiplatform hubs of content*. Sedangkan pada aspek *evolving business models*, peneliti tidak dapat menjabarkan lebih lanjut dan menggeneralisasi pernyataan yang diberikan oleh narasumber, di lain sisi VOA merupakan lembaga siaran multi-media global yang didanai pemerintah, sehingga VOA hadir sebagai *media partner*, alih-alih sebagai pesaing.

Secara garis besar, peneliti melihat bahwa tren *selfie journalism* sejalan dengan karakteristik audiensi pada platform media sosial yang cenderung tertarik pada konten berita dengan nuansa yang tidak kaku / formal. Selain itu, *selfie journalism* juga hadir sebagai solusi bagi *solo journalist* yang melakukan reportase tanpa bantuan *camera person*. Disisi lain, *selfie journalism* menempatkan reporter tampil dalam produk pemberitaan yang membawa perubahan terhadap reaksi khalayak, mereka merasa lebih terhubung dengan berita yang diangkat karena merasa lebih *entertaining*. Pada akhirnya penelitian ini menyimpulkan bahwa VOA Indonesia beradaptasi dengan audiensi yang telah berubah dengan cara mengimplementasikan *selfie journalism* dalam alur produksi yang mengedepankan pola pikir *mobile-first*, sehingga tahapan produksi melibatkan *smartphone* dan juga

media sosial sebagai platform untuk mendistribusikan konten, dari segi sumber daya manusia (SDM), jurnalis juga dituntut untuk dapat *multi-skilling*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Karena penelitian ini lebih terfokus pada aspek teknis dari tren *selfie journalism*, pada penelitian mendatang diharapkan adanya penelitian yang spesifik membahas mengenai segi etika jurnalistik dari tren *selfie journalism* ini. Selain itu, alangkah lebih baiknya jika objek penelitian melibatkan *selfie journalist* dari luar negeri, sehingga dapat mengkomparasi praktik *selfie journalism* di dalam negeri dengan praktiknya di luar negeri.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Peneliti menyarankan agar hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan baru terhadap pemanfaatan tren *selfie journalism* oleh media-media di Indonesia, khususnya media yang sudah mulai menerapkan MoJo. Sedangkan untuk VOA Indonesia, diharapkan agar penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi VOA Indonesia, dalam hal pengembangan tren-tren baru dalam sektor jurnalistik, dan juga adanya inovasi lebih lanjut dalam penerapan *selfie journalism*.

