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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam mengangkat suatu isu, media menggunakan *frame*nya untuk menonjolkan suatu realitas dan mengabaikan realitas lainnya. Namun di era modern di mana informasi dapat diperoleh dengan mudah, khalayak tidaklah lagi dipandang pasif melainkan memiliki bingkainya sendiri untuk menerima informasi dari suatu media. Melalui penelitian "*Audience Framing* pada Berita Investigasi Majalah Tempo "Ada Apa dengan Pizza?" terlihat bahwa khalayak secara aktif memaknai dan membentuk bingkainya sendiri untuk memahami isu yang ada.

Melalui hasil wawancara dengan enam informan, peneliti menemukan empat *frame* yang kerap muncul dalam memaknai berita investigasi berjudul "Ada Apa dengan Pizza". Yang pertama adalah *frame* 'kredibilitas media'. *Frame* ini menjelaskan bahwa dalam suatu pemberitaan, kredibilitas dari suatu media sangat penting untuk menarik minat baca audiensnya. Informan cenderung percaya dengan kredibilitas dari media *Tempo* karena menurut mereka *Tempo* merupakan media yang besar dan terpecaya dari segi berita yang dimuat.

Frame yang kedua adalah *frame* ‘bahan baku kedaluarsa tidak layak digunakan’. Frame ini muncul setelah membaca pemberitaan yang dianggap memberikan dampak negatif kepada pelanggan Pizza Hut tentang penggunaan bahan baku kadaluarsa yang memang harus diangkat dan diketahui oleh masyarakat setelah membaca pemberitaan dari *Tempo*. Beberapa informan merasa hal ini tidak perlu terjadi jika saja pihak Pizza Hut lebih memperhatikan dan mementingkan kualitas produk yang mereka gunakan terlebih lagi dengan citra Pizza Hut yang terkenal di Indonesia. *Frame* yang ketiga yaitu *frame* ‘kredibilitas informan’ yang muncul karena tidak hanya kredibilitas media saja yang disoroti, namun kredibilitas dan pernyatan informan yang ada di dalamnya.

Frame terakhir yaitu *frame* ‘judul yang menarik lebih diminati’. Para pembaca *Tempo* yang diwawancarai mengaku bahwa mereka mau membaca suatu artikel karena dipengaruhi oleh pemilihan kata pada judul sehingga menarik perhatian mereka. Mereka beranggapan bahwa judul artikel tersebut menarik dan membuat mereka mereka ingin membaca artikel itu sampai selesai..

Dalam penelitian ini ditemukan pula faktor- faktor yang memengaruhi terbentuknya *frame – frame* tersebut. Faktor pertama adalah faktor tingkat literasi media. Informan yang memiliki tingkat literasi media yang cukup tinggi, cenderung melihat isu ini tidak hanya dari pemberitaannya saja tetapi juga dari penulisan dan kredibilitas medianya. Faktor yang kedua adalah faktor pekerjaan. Informan cenderung memahami pemberitaan yang ada sesuai dengan pengalaman pekerjaannya. Faktor ketiga adalah faktor latar belakang. Bagi informan yang berlatar belakang seorang ibu

dan sudah berkeluarga seperti Merry dan Yenny, maka *frame* mengenai ketidaklayakan penggunaan bahan pangan kedaluarsa dan dampaknya bagi kesehatan anak akan lebih sering muncul dibandingkan bagi mereka yang belum berkeluarga. Dan faktor yang terakhir adalah faktor pengalaman pribadi. Pengalaman pribadi informan sebagai pelanggan pizza akan lebih menyoroti perihal penggunaan bahan pangan, pengaruhnya serta hak konsumen sementara pada informan yang memiliki pengalaman sebagai pembaca Tempo maka yang lebih disoroti adalah kredibilitas medianya dalam mengemas berita ini.

5.2 Saran

Penelitian audience framing merupakan cabang baru dari kajian framing yang berfokus pada pembingkaian yang dilakukan oleh *audience* terhadap suatu pemberitaan yang media buat. Penelitian *audience framing* sudah mulai bermunculan di Indonesia dan mulai mendapatkan perhatian dari peneliti-penelitian khalayak dan media. Dari penelitian ini, peneliti mendapatkan banyak temuan mengenai *audience framing.* Akan tetapi, ada beberapa keterbatasan yang peneliti dapatkan yang pertama peneliti kesulitan mendapatkan *audience* yang memang memiliki pekerjaan dibidang food & Beverage karena mereka cenderung menolak untuk diwawancarai perihal yang menyangkut isu kualitas penggunaan bahan baku kadaluarsa. Keterbatasan yang kedua adalah, dari penelitian ini baru pertama kali peneliti mengadakan wawancara secara

mendalam berturut-turut dengan berbagai macam partisipan dalam waktu yang berdekatan.

5.2.1 Saran Akademis

Maka dari itu berikut saran yang peneliti ajukan untuk penelitian selajuntunya:

1. Peneliti menyarankan bila ingin melakukan penelitian dengan metode *audience framing* bisa mengembangkan teori dan konsep yang digunakan peneliti. Peneliti berharap ke depannya agar penelitian dapat dilanjutkan atau menjadi contoh untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mencari Informan yang lebih beragam. Jika memungkinkan menggaet informan lebih banyak yang berprofesi pada bidang food & beverage, seperti chef, cooking helper, staff butchery atau food processing, pengamat kuliner serta owner resto food & beverage, atau pengamat BPOM.
3. Jika isunya cukup spesifik, dalam penelitian selanjutnya peneliti harus lebih bisa menggaet calon informan dengan kreatif mungkin agar dapat membentuk *frame* yang lebih banyak.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan media lebih jelas dan lebih rinci lagi dalam menulis dan membahas berita agar berita tersebut dapat lebih meyakinkan para

pembacanya serta kredibilitas media dan medianya dijadikan sebagai sumber informasi bagi para pembaca.

Diharapkan juga dengan adanya penelitian ini, Pizza Hut di Indonesia bisa lebih memperhatikan dan mementingkan kualitas dari penggunaan/pemakaian bahan baku mereka. Dari segi pelayanan waitress dan waiters, menu makanan dan minuman Pizza Hut sudah cukup baik namun dalam segi pelayanan kualitas dari bahan baku operasional yang digunakan Pizza Hut perlu diperbaiki dengan serius agar para konsumen setia Pizza Hut dapat merasa aman dan percaya terhadap Pizza Hut sebagai perusahaan makanan yang higienis dan terpercaya kualitasnya.