

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan atas pembahasan terhadap penelitian yang berjudul Analisis Isi Kecenderungan Judul dan Lead Berita Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja di *Liputan6.Com* sebagai berikut:

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui kecenderungan mengenai jenis judul dan jenis *lead* apa yang sering digunakan pada pemberitaan *Liputan6.com*, khususnya pada judul karena dinilai media daring merupakan media yang mengedepankan *clickbait*. Untuk mengetahui hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode isi kemudian dilakukan sensus dalam pemilihan sampel populasi berita dari bulan September-November 2020 berjumlah 130 berita. Kemudian, penelitian ini juga menggunakan delapan sampel yang diberikan kepada tiga koder yang merupakan jurnalis yang sudah lama bekerja di media daring Indonesia untuk menguji reliabilitas didasarkan atas kategori yang ada dengan menguji judul berita dan *lead* awal dari berita.

Dari penelitian tersebut, penulis mendapatkan hasil untuk kategori jenis *lead*, yakni *who lead* (34,61%), *what lead* (25,38%), *question lead* (0,76%), *when lead* (11,57%), *how lead* (3,84%), *where lead* (10%), dan *why lead* (13,84%). Jika dilihat, jenis *lead* (*what* dan *who*) yang dominan sering digunakan karena *who* dan

what lead adalah *lead* yang sederhana dan mudah ditangkap isinya oleh para pembaca *Who lead* langsung menjurus kepada si tokoh terkenal yang biasanya disukai oleh pembaca karena mereka ingin tahu hal-hal apalagi yang terjadi mengenai idola mereka. Sementara itu *What lead* membahas masalah yang berada di permukaan, tidak membahas penyebab dan tidak merinci secara detail mengenai suatu peristiwa. Itu bisa membuat pembaca segera mengetahui mengenai suatu hal yang terjadi. Lalu *question lead* jarang digunakan karena *lead* tersebut membahas lebih kompleks permasalahan dan membutuhkan analisis dalam baik dalam penulisan bagi jurnalis dan pemahaman bagi pembaca. Sedangkan *how* dan *when lead* juga jarang digunakan karena para jurnalis kurang variatif dalam penulisan teras berita.

Sedangkan hasil untuk kategori jenis judul, relevan (46,15%), *teasing*/penggoda (26,15%), *exxageration* (2,30%), *inflammatory* (0%), *formatting* (0%), *bait & switch* (0,76%), *wrong*/salah (0,76%), ambigu (10%), *graphic* (0,76%), provokatif (2,30%), singkat & padat (7,69%), fungsional (3,07%), bahasa baku (0%), dan spesifik (0%).

Kemudian untuk jenis judul yang dominan yakni relevan dan penggoda, karena jenis judul relevan merangkum hal-hal terpenting yang ingin disampaikan, mewakili berita yang disajikan dan tidak boleh keluar dari pesan terpenting yang ingin disampaikan sehingga memudahkan pembaca bisa lebih mengetahui inti dari berita. Jenis judul penggoda itu menjelaskan tentang mencoba memprovokasi seseorang dengan cara yang menyenangkan, yaitu dengan cara menghapus rincian dari judul dengan tujuan untuk membangun ketegangan atau menggoda atau tokoh penting yang dapat membuat pembaca penasaran terhadap suatu berita yang sedang dibahas.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Mengingat penelitian tentang jenis judul dan jenis *ending* dalam berita Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja masih jarang ditemukan, saran akademis yang dapat diberikan adalah kedua variabel tersebut dapat lebih banyak dilakukan lagi kedepannya, terlebih menggunakan metode lain selain analisis isi. Pemberitaan mengenai jenis judul dan jenis *lead* juga dapat dipelajari lebih dalam di bidang jurnalistik, terutama di universitas karena hal tersebut merupakan materi yang penting untuk diketahui dan perlu adanya cara membuat jenis judul dan jenis *lead* yang baik dan benar agar hal tersebut dapat disampaikan ke public secara hati-hati.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam segi praktis, adapun saran yang dapat diberikan terutama kepada media *online* liputan6.com adalah agar dapat mengoptimalkan penulisan berita yang ingin dipublikasikan kepada publik. Oleh karena itu dalam memberitakan berita rancangan undang-undang Cipta Kerja di media *online* Liputan6.com diharapkan untuk para jurnalis agar bisa lebih sempurna dalam penulisan berita, yakni:

- Untuk jenis *judul*, sebaiknya para jurnalis/reporter yang menulis berita harus lebih tegas dan konsisten lagi dalam menentukan jenis judul yang digunakan pada sebuah berita. Karena ada beberapa berita yang *clickbait* serta mencampur beberapa jenis judul dalam satu paragraf, hal tersebut dapat membuat bingung publik yang membaca.

- Untuk jenis *lead* berita tentang Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja agar lebih variatif dan beragam dalam pemilihan jenis *lead* yang digunakan untuk pembuatan berita agar publik yang membaca tidak merasa jenuh dengan cara penulisan *lead* yang itu-itu saja. Karena jenis-jenis *lead* berita amat banyak, bukan hanya seputar *who lead* dan *whatlead*.