



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 yang telah dibahas, berikut beberapa simpulan penelitian “Motif dan Kepuasan Generasi-Z dalam Mengakses Berita Berbayar di *Kompas.id*” yang dapat disimpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan.

1. Ketiga informan berlangganan *Kompas.id* karena citra *branding* yang telah dilakukan *Kompas* secara bertahun-tahun. Lalu, kebutuhan akan koran cetak yang sulit ditemui juga menjadi alasan ketiga informan berlangganan *Kompas.id* karena disediakan fitur koran digital (*e-paper*).
2. Ketiga informan yang mewakili Generasi-Z puas dengan berita berbayar yang terdapat pada *Kompas.id*. Terdapat beberapa faktor yang dinilai mendorong pemenuhan motif-motif kepuasan khalayak terhadap berita di *Kompas.id*, yaitu kualitas berita yang ditawarkan tidak dapat ditemukan di media lain, khalayak dapat membaca berita yang tersedia tanpa iklan, khalayak mampu mengatur preferensi berita yang ingin ditampilkan, khalayak dapat menikmati fitur *e-paper* layaknya koran cetak, tampilan berita yang nyaman, dan *Kompas.id* dapat diunduh di ponsel pintar.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan-keterbatasan yang dapat disempurnakan melalui penelitian-penelitian selanjutnya. Karena

peneliti hanya meneliti khalayak Generasi-Z, penelitian selanjutnya dapat menjadikan kategori khalayak lain sebagai subjek penelitian. Hal tersebut mengingat karakteristik setiap kategori khalayak yang berbeda-beda sehingga subjek penelitian yang berbeda juga akan menunjukkan hasil penelitian yang berbeda.

Lalu, penelitian motif dan kepuasan yang dilakukan secara kualitatif masih belum banyak dapat peneliti temukan. Oleh karena itu, pada penelitian lanjutan dapat diteliti bagaimana motif dan kepuasan pada media berbayar lainnya karena banyak media yang telah menerapkan model bisnis berbayar untuk menjalankan praktik jurnalismenya. Untuk penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan konsep lain seperti *Willingness to Pay* (WTP) untuk penggalan datanya.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap banyak media yang berani untuk menerapkan model bisnis berbayar karena keberhasilan *Kompas.id* yang berhasil memiliki lebih dari 200.000 pengguna aktif pada 2018 dan lebih dari setengahnya adalah generasi muda. Tidak berhenti di sana, pembaca muda, khususnya, Generasi-Z merasa puas akan berita-berita yang telah mereka dapatkan setelah membayar biaya langganan.

Selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi saran dan evaluasi untuk *Kompas.id* dan media lain agar dapat terus memperbaharui dan menyesuaikan *modality* (konten), *agency* (agen informasi), *interactivity* (interaksi sistem), dan *navigability* (navigasi) sesuai dengan khalayak agar dapat memenuhi kepuasan mereka dalam mengonsumsi berita.