

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk memetakan tren dan kecenderungan media *game* di Indonesia dalam pembuatan konten. Alhasil, penelitian ini menjadi sumber data untuk studi jurnalisme *game* yang jumlahnya masih sangat sedikit, tidak hanya di Indonesia tetapi juga secara umum. Adapun peneliti melakukan pemetaan terhadap jenis berita, tipe berita, dan berita kritis.

Media *game* dipilih berdasarkan proses *sampling* yang sistematis. Media yang terpilih untuk diteliti adalah *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, *Revivaltv.id*, dan *Gamefinitv.id*. Periode penelitian berlangsung selama empat minggu pada Januari 2022, yakni 2-29 Januari 2022. Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian terhadap 551 berita yang terbagi dalam 4 media

1. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa jumlah *hard news* lebih banyak dibandingkan *soft news*. Dari 551 berita, 67,7 persen berita termasuk *hard news*, sedangkan 32,3 persen berita termasuk *soft news*. Tiga dari empat media cenderung menerbitkan berita dengan jenis *hard news*, yakni *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, dan *Revivaltv.id*. Di sisi lain, media *Gamefinitv.id* sama sekali tidak menerbitkan berita *hard news* dan memiliki tendensi untuk menerbitkan berita *soft news*. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, *Gamefinitv.id* paling mirip dengan media *game* Eropa dan Amerika Serikat yang dikatakan memiliki kecenderungan untuk membuat *soft news* (Thomas, 2007, dikutip dalam Zagal, Ladd, & Johnson, 2009, p. 215).
2. Dilihat dari tipe beritanya, ditemukan bahwa distribusinya hampir seimbang antara *straight news* dan *feature*. Meskipun begitu, *straight news* tetap unggul. Dari 551 berita, 51,54 persen berita dapat dikategorikan sebagai *straight news*, sedangkan 48,46 persen berita lainnya merupakan *feature*. Peneliti menemukan dua kelompok, yakni

kelompok *straight news* yang mencakup *Kotakgame.com* dan *Revivaltv.id* serta kelompok *feature* yang mencakup *Jagatplay.com* dan *Gamefinity.id*.

3. Dalam kategori berita kritis, hanya sebagian kecil berita yang dapat dikategorikan sebagai berita kritis. Dari 551 berita, hanya 8,71 persen berita di antaranya dapat dikategorikan sebagai berita kritis. Terdapat tiga media yang berkontribusi dalam membuat berita kritis, yakni *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, dan *Revivaltv.id*. Di sisi lain, *Gamefinity.id* sama sekali tidak menerbitkan berita kritis.
4. Dalam kategori berita kritis, hampir semua berita dapat disebut sebagai berita tidak kritis. Dari 551 berita, 91,29 persen berita di antaranya dapat dikategorikan sebagai berita tidak kritis. *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, dan *Revivaltv.id* menerbitkan sedikit berita kritis, tetapi setidaknya ketiga media tersebut pernah membuat berita yang mengandung kritik. Hal ini berbeda dengan *Gamefinity.id* yang hanya menerbitkan berita tidak kritis selama periode penelitian. Temuan ini kurang lebih sama dengan media *game* di Eropa dan Amerika Serikat yang mendapatkan kritik karena tendensinya dalam pembuatan konten tidak kritis (Thomas, 2007, dikutip dalam Zagal, Ladd, & Johnson, 2009, p. 215).
5. Berita kritis dibagi lagi berdasarkan tipenya. Peneliti menemukan bahwa tipe berita kritis yang paling sering muncul adalah *strategy criticism*, *character criticism*, dan *administrative criticism*. Ketiga media tersebut tidak membuat artikel yang mengandung *ideology criticism*. Dari ketiga media yang diteliti, dua media yakni *Kotakgame.com* dan *Revivaltv.id* memiliki kemiripan karena keduanya paling sering menerbitkan berita *strategy criticism*. Hal ini berbeda dengan *Jagatplay.com* yang cenderung membuat berita dengan *administrative criticism*.
6. Apabila *feature* dipersempit lagi berdasarkan tipenya, peneliti menemukan bahwa tipe *feature* yang paling sering muncul adalah *news feature stories*, *list articles*, dan *instructional articles*. Sebaliknya, keempat media yang diteliti tidak membuat berita *comment pieces*, *anecdotes*, *promotional articles*, *as-told-to stories*, dan *travel profiles*.

Peneliti juga menemukan dua kelompok, yakni kelompok *news feature* yang mencakup *Kotakgame.com* dan *Jagatplay.com*, serta kelompok *list articles* yang mencakup *Revivaltv.id* dan *Gamefinity.id*. Temuan ini menunjukkan perbedaan dengan media *game* di Eropa dan Amerika Serikat yang cenderung memprioritaskan konten *reviews* (Thomas, 2007, dikutip dalam Zagal, Ladd, & Johnson, 2009, p. 215).

7. Secara keseluruhan, penerbitan berita paling banyak dilakukan pada hari kerja (Senin-Jumat), sedangkan jumlah tersebut menurun secara signifikan pada akhir pekan (Sabtu-Minggu). Apabila dibandingkan secara terpisah, peneliti menemukan dua pola dalam pendistribusian berita *game*. Pola pertama mencakup *Kotakgame.com* dan *Jagatplay.com* yang produktif pada hari kerja, tetapi mengalami penurunan produktivitas pada akhir pekan. Pola kedua meliputi *Revivaltv.id* dan *Gamefinity.id* yang secara konsisten menerbitkan berita pada hari kerja dan akhir pekan.
8. Dilihat dari topik beritanya, topik yang paling sering dibahas adalah *esports*, *mobile game*, dan *multiplatform game*. Adapun *mobile game* dan *multiplatform game* adalah topik yang secara konsisten muncul dalam peringkat tiga besar untuk setiap media. Topik *esports* dan *mobile game* sering dibahas karena Indonesia merupakan pasar *game* terbesar nomor satu untuk *mobile* di Asia Tenggara dan karena kepopuleran *esports* di Asia Tenggara (Saputro, 2021, para. 6; Amalia, 2021, para. 9).
9. Berita kritik pastinya memiliki pihak yang menjadi target kritik. Dalam konteks penelitian ini, ternyata pihak yang paling sering menjadi sasaran kritik adalah perusahaan, tokoh, dan aplikasi/program. Ketiga target ini termasuk dalam peringkat tiga besar target kritik dalam ketiga media yang diteliti. Temuan ini, terutama perusahaan, berbeda dengan penelitian terdahulu di Eropa dan Amerika Serikat karena di kedua wilayah tersebut, media *game* bergantung pada perusahaan (Nieborg & Sihvonen, 2009, pp. 1, 4). Akibatnya, mereka kesulitan untuk mengkritik perusahaan dan aplikasi/program.

10. Ketika melakukan proses pembuatan berita, ditemukan bahwa secara keseluruhan, keempat media yang diteliti paling sering menggunakan media sosial, riset, dan media lain sebagai sumber berita. Sumber berita berupa media sosial dan riset paling sering muncul dalam peringkat tiga besar untuk keempat media. Adapun situs yang paling sering dimanfaatkan adalah YouTube, Instagram, dan Nimo TV yang merupakan bagian dari media sosial. Hasil temuan ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa sumber informasi jurnalis *game* dimediasi oleh perusahaan *game* (Fisher, 2012, p. 229).
11. Dalam pembuatan berita *in-depth*/investigasi, keempat media menunjukkan kecenderungan yang sama, yaitu membuat berita yang tidak dikategorikan sebagai berita *in-depth* atau berita investigasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu karena media Eropa dan Amerika Serikat pun jarang menerbitkan berita *in-depth* atau investigasi jika dibandingkan dengan frekuensi penerbitan berita *soft news* (Thomas, 2007, dikutip dalam Zagal, Ladd, & Johnson, 2009, p. 215).

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan, peneliti memiliki saran akademis dan saran praktis, yaitu

### 5.2.1 Saran Akademis

Setelah melakukan pembahasan, peneliti menemukan sejumlah celah atau pertanyaan yang belum terjawab. Pertama, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan indikator atau kerangka kategori yang telah digunakan dalam penelitian ini, seperti jenis berita, tetapi dengan menggunakan media *game* yang lain sebagai objek penelitian. Tujuannya adalah untuk menemukan apakah hasil penelitian ini berlaku untuk media *game* di luar dari keempat media *game* yang diteliti. Hal ini menjadi penting mengingat minimnya penelitian tentang jurnalisme *game* di Indonesia, sehingga butuh penelitian lanjutan agar sumber data tentang jurnalisme *game*

menjadi lebih kaya. Selain itu, penelitian media *game* lainnya juga berguna untuk mengetahui apakah hasil temuan yang berbeda sendiri dalam penelitian ini merupakan anomali atau merupakan representasi dari kelompok yang baru. Sebagai contoh, dalam pembahasan jenis berita, tipe *feature*, dan berita kritis, ditemukan bahwa *Gamefinitiy.id* berbeda sendiri karena media tersebut tidak membuat berita *hard news*, *straight news*, dan berita kritis. Maka dari itu, penelitian berikutnya dapat mencari tahu apakah terdapat media lain yang memiliki praktik yang serupa dengan *Gamefinitiy.id*. Apabila tidak ada, dapat disebutkan bahwa *Gamefinitiy.id* menjadi *outlier*.

Kedua, penelitian berikutnya juga dapat menggunakan indikator atau kerangka kategori dalam penelitian ini dalam perumusan penelitian media umum. Hal ini bertujuan untuk membandingkan apakah hasil temuan penelitian ini menunjukkan sebuah ciri khas atau ternyata merupakan ciri umum yang berlaku di media genre lain. Saat melakukan proses penelitian, peneliti tidak menemukan data pembandingan karena pendefinisian konsep dan kerangka kategori yang berbeda. Contohnya dalam penelitian ini, *hard news* diartikan sebagai berita yang harus segera diterbitkan. Namun, dalam penelitian lain, *hard news* dapat saja didefinisikan sebagai berita yang berhubungan dengan korupsi, pemerintahan, kriminalitas, dan bencana alam. Meskipun dapat diasumsikan bahwa media cenderung membuat *hard news*, nyatanya peneliti kesulitan dalam mencari data pembandingan.

Ketiga, peneliti menganjurkan agar penelitian selanjutnya menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode wawancara dalam penelitian *game*. Melalui penelitian ini dapat ditemukan sejumlah hasil, misalnya pola penerbitan berita keempat media *game* yang dibagi menjadi dua dan kecenderungan keempat media *game* dalam membuat konten yang tidak kritis. Namun, belum diketahui apa alasan yang mendasari terbentuknya pola tersebut atau terbentuknya kebiasaan untuk membuat konten tidak kritis. Peneliti pun tidak dapat menemukan sumber pustaka yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara dengan pihak-pihak dari media yang bersangkutan

untuk mencari jawabannya. Peneliti tidak dapat melakukan hal tersebut sebagai konsekuensi dari penggunaan metode analisis isi kuantitatif yang tidak dapat menjawab unsur ‘mengapa’.

Keempat, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan paradigma kritis untuk membongkar alasan mengapa jurnalisme *game* cenderung menguntungkan industri *game* ketimbang publik. Tujuannya adalah untuk menyadarkan masyarakat yang kemungkinan menganggap realitas yang ada merupakan sesuatu yang normal, meskipun sebenarnya lebih menguntungkan industri dilihat dari komposisi berita kritis, *in-depth*, dan investigasi yang dibuat media *game* di Indonesia.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Peneliti menyarankan agar jurnalis dari keempat media yang diteliti, yakni *Kotakgame.com*, *Jagatplay.com*, *Revivaltv.id*, dan *Gamefinity.id* menjalankan perannya sebagai jurnalis profesional dan *watchdog* dengan memuat lebih banyak berita kritis terhadap sesuatu yang memang harus dikritisi, misalnya manajemen buruk suatu perusahaan *game* atau mungkin seksisme yang tidak ada hentinya dalam *game*.

Selain itu, peneliti juga menyarankan agar keempat media yang diteliti mulai membuat berita *in-depth* dan berita investigasi yang lebih bermakna dibandingkan menjadi corong penerbit *game* yang hanya membahas mengenai kumpulan *game* yang akan rilis pada masa yang akan datang atau kumpulan *game* yang sudah dirilis. Dengan demikian, jurnalisme *game* di Indonesia dapat menunjukkan perbedaan dibandingkan dengan media *game* di Eropa dan Amerika Serikat yang secara luas mendapatkan kritik baik dari publik maupun dari jurnalis terkait praktik kerjanya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A