



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

Salah satu bentuk iklan digital baru yang banyak digunakan oleh perusahaan media adalah *native advertising*. *Native advertising* merupakan bentuk iklan *online* yang meminimalisir gangguan pembaca saat sedang mengonsumsi sebuah konten media. *Native advertising* dapat dikatakan meminimalisir gangguan karena penempatannya yang menyatu dengan berita. Iklan ini hadir dalam bentuk artikel dengan menggunakan format jurnalistik yang dilengkapi oleh teks, narasi, foto, video, atau infografis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan karakteristik *native advertising* terlihat dari tipe artikel, sumber artikel, dan sumber dominan yang digunakan. Dari artikel *native advertising* yang diterbitkan oleh *IDN Times* pada periode 1 Februari-31Maret 2022, tipe artikel yang paling banyak digunakan adalah tipe *trend & concept* yang memiliki persentase tertinggi, yaitu 36,69%. Sedangkan pada indikator sumber artikel, *IDN Times* mayoritas menggunakan satu sumber dengan persentase 51,44% dan pihak yang menjadi sumber dominan adalah pihak sponsor dengan persentase 66,75%. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa *IDN Times* lebih menekankan pada peran *civic* dan *service*, daripada peran *infotainment* dalam artikel-artikel *native advertising* yang dipublikasikan.

5.2 Saran

5.1.1 Saran Akademis

Peneliti berharap hal ini dapat dikembangkan untuk menjadi penelitian selanjutnya agar lebih sempurna, karena penelitian dengan analisis isi deskriptif hanya sebatas menggambarkan fenomena yang terlihat saja. Penelitian ini juga bisa dikembangkan lebih mendalam dengan meneliti mengenai kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan media terkait penerbitan konten *native advertising* atau proses produksi konten *native advertising*.

Untuk pemilihan media yang diteliti juga dapat dikembangkan, seperti menggunakan dua media sebagai penelitian perbandingan dalam melihat konten *native advertising*.

5.1.2 Saran Praktis

Media memiliki peran untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, untuk ke depannya perusahaan media bisa memberikan inovasi-inovasi baru terkait konten *native advertising* yang akan disajikan kepada pembaca agar kebutuhan masyarakat akan informasi dapat terpenuhi dengan baik.

U M M N
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