

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini berusaha mencari tahu persepsi generasi Z terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh *homeless media* di lingkup media sosial, secara spesifik pemberitaan yang dilakukan oleh Nuice Media di Twitter dan Opini.id di Instagram dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi tersebut di kalangan generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk membantu memberi gambaran terhadap *homeless media* di lingkup media sosial Indonesia, terutama di dalam kalangan generasi Z yang menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menggunakan konten yang ada di internet, tapi juga membuat dan mengontrol konten tersebut (Hardey, 2011, p. 750–753).

Peneliti melakukan *focus group discussion* (FGD) bersama enam partisipan sebagai representasi audiens generasi Z. Diskusi bersama dengan partisipan adalah tentang bagaimana pemberitaan yang dilakukan oleh kedua *homeless media* Nuice Media dan Opini.id tentang kasus penabrakan mahasiswa Universitas Indonesia Muhammad Hasya oleh mantan anggota kepolisian pada Oktober 2022 dan kasus penganiayaan Cristalino David Ozora oleh Mario Dandy Satriyo anak dari Rafael Trisambodo anggota dari Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Ditjen Pajak Kemenkeu RI) sebagai sebuah contoh kasus

Dari diskusi bersama tersebut, peneliti menemukan partisipan FGD sebagai audiens generasi Z melihat bahwa generasi Z memiliki afinitas atau preferensi lebih tinggi terhadap pemberitaan oleh Nuice Media dibandingkan Opini.id karena sebagai media, Nuice Media dianggap lebih memiliki sebuah konsep identitas yang unik dibandingkan Opini.id. Walau faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap kedua *homeless media* tersebut memiliki kesamaan di berbagai aspek.

Peneliti untuk membantu mempermudah membagi faktor-faktor individual yang disebut oleh masing-masing partisipan FGD menjadi tiga aspek dari perspektif pemberitaan yang dilakukan oleh media tersebut. Aspek-aspek tersebut adalah visual, *angle*, dan *interactivity*.

Aspek visual membahas faktor-faktor yang bisa dilihat dengan pandangan mata dan dapat membentuk sebuah imaji mental di pikiran seorang individu. Partisipan menyebut penggunaan foto, gambar, video, gif, *shitposting*, meme, tata bahasa, dan bahasa yang digunakan oleh kedua Nuice Media dan Opini.id ketika para partisipan mendeskripsikan pemberitaan yang dilakukan oleh kedua *homeless media* tersebut.

Aspek *angle* membahas bagaimana *angle* berita mempengaruhi bagaimana audiens melihat dan merespon sebuah berita yang dilakukan oleh kedua *homeless media*. Beberapa partisipan menyebut bagaimana Opini.id menggunakan *angle* berita yang bersifat *clickbait*. Jadi *angle* yang diambil terasa lebih bombastis oleh partisipan dan mungkin tidak sebanding setara dengan kualitas berita yang disajikan. Sementara Nuice dianggap lebih memberi aspek *commentary* atau menawarkan sebuah *point-of-view* (POV) tertentu mengenai sebuah kasus.

Dalam aspek *interactivity*, aspek interaktivitas diambil dari dimensi interaktivitas media daring oleh Massey & Levi (1999) sebagai konsep dasar. Nuice Media disebut oleh beberapa partisipan lebih tinggi aspek interaktivitas dari dimensi *responsiveness to the user* dengan menggunakan platform media sosial Twitter. Sementara Opini.id dalam penggunaan Instagram dianggap oleh partisipan hanya bersifat komunikasi *one-way*. Walau dianggap lebih mudah untuk diakses dan dimengerti audiens lebih luas, audiens tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi audiens lain terhadap berita tersebut dengan signifikan di Instagram.

Ketiga aspek tersebut dapat menjadi kunci keseharian dalam kegiatan pemberitaan media daring lainnya yang beraktivitas di media sosial. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi audiens ini juga menjadi cara media sosial dapat tetap menjadi relevan di mata audiens mereka di mata golongan umur apapun. Bagaimana cara mereka menggunakan visual, memilih *angle*, dan seberapa interaktif mereka sebagai media di media sosial, dan bagaimana mereka dapat menggunakan ketiga aspek tersebut secara koheren akan membedakan masing-masing media untuk membentuk subkultur dan preferensi di tiap-tiap audiens di luasnya lanskap media daring di media sosial yang terus berkembang tanpa batas seiring pertumbuhannya akses terhadap jaringan internet dan jumlah penggunaannya.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan saat pelaksanaannya, dengan batal hadirnya salah satu partisipan dalam FGD yang dapat membantu memperluas dan memperdalam konteks dan persepsi audiens generasi Z terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh Nuice Media dan Opini.id. Penelitian tentang *homeless media* juga tidak begitu banyak dikarenakan *homeless media* dapat disebut sebagai fenomena baru di lingkup jurnalisme daring, namun penelitian tentang lingkup jurnalisme daring dan interaktivitasnya dalam media sosial dapat membantu ketika membahas bagaimana sebuah *homeless media* beroperasi. Terdapat juga keterbatasan wawasan peneliti, keterbatasan waktu, dan minimnya keterlibatan peneliti secara langsung dalam pelaksanaan dan proses pemberitaan yang dilakukan oleh kedua Nuice Media dan Opini.id sebagai *homeless media*. Apabila penelitian ini ingin dikembangkan lebih lanjut atau diperluas, peneliti menyarankan untuk dapat terlibat langsung dengan kegiatan produksi berita yang dilakukan sebuah *homeless media*. Menambah partisipan atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur persepsi lebih luas juga dapat menjadi opsi baik untuk menambah wawasan tentang *homeless media* di lingkup jurnalisme daring Indonesia ataupun global.

Informasi yang didapat dari *focus group discussion* (FGD) berasal dari hasil diskusi yang memiliki pertanyaan yang disiapkan peneliti untuk mengarahkan prosesi diskusi tersebut untuk tetap relevan pada topik penelitian, karena itu ada kemungkinan ada hal-hal atau pertanyaan yang tidak terpikirkan oleh peneliti saat mengarahkan dan memoderasi FGD. Peneliti merasa keterlibatan langsung dengan proses pemberitaan yang dilakukan oleh *homeless media* atau interaksi langsung dengan pelaksana pemberitaan *homeless media* dapat membantu menambahkan perspektif baru terhadap jenis media tersebut dan menambahkan pemahaman baru tentangnya.

5.2.2. Saran Praktis

Peneliti selama ini juga mendapatkan informasi dari Opini.id dan juga Nuice

Media di media sosial Twitter dan Instagram pribadi peneliti. Kedua media walau tidak memiliki daya manusia seperti yang dimiliki media daring arus utama juga tetap bantu memperbesar kesadaran pengguna media sosial terhadap kasus-kasus seperti kasus kasus penabrakan mahasiswa Universitas Indonesia Muhammad Hasya oleh mantan anggota kepolisian pada Oktober 2022 dan kasus penganiayaan Cristalino David Ozora oleh Mario Dandy Satriyo anak dari Rafael Trisambodo anggota dari Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Ditjen Pajak Kemenkeu RI) secara aktif maupun pasif. Peneliti merasa kasus-kasus seperti ini butuh diterima masyarakat daring Indonesia untuk mendorong urgensi kasus tersebut di ranah publik. Ini juga berlaku terhadap kasus-kasus lainnya di masa depan seiring pertumbuhan audiens yang semakin aktif dalam menggunakan internet dan media sosial di dalamnya sebagai sumber informasi bagi generasi-generasi yang akan datang.

