

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dipaparkan di Bab sebelumnya, penelitian berjudul, “Loyalitas News Audience Pada Media Online: Sebuah Studi Khalayak” menghasilkan kesimpulan, yaitu:

News audience di DKI Jakarta belum memiliki loyalitas yang tinggi terhadap berita maupun media berita. Hal ini dikarenakan, news audience masih memilih untuk menggunakan media berita yang tidak berbayar atau langganan. Hal ini juga didukung karena maraknya sosial media yang terus berkembang, sehingga media berita yang ada pun juga membagikan informasi berita yang telah mereka liput ke sosial media.

Sosial media dipilih sebagai alternatif untuk mengonsumsi berita, dikarenakan kecepatan penyebaran berita yang lebih cepat jika dibandingkan dengan berita langganan. Hanya saja, kecepatan berita di sosial media, belum tentu memiliki tingkat kredibilitas yang baik. Biasanya, para news audience harus melakukan pengecekan kembali di kanal-kanal berita yang lebih terpercaya untuk mengetahui apakah berita tersebut benar atau hoaks.

Kemudian news audience yang tetap memilih untuk berlangganan, merasa bahwa berita langganan mereka memiliki tingkat kredibilitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan berita gratis yang ada. Walau memang dalam jangka waktu penyebaran beritanya lebih lambat, tetapi mereka merasa dengan adanya berita langganan, berita yang mereka konsumsi lebih bisa dipercaya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini hanya berfokus pada loyalitas news audience dengan menggunakan konsep news trust. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya, dapat meneliti mengenai apa dan bagaimana strategi

perusahaan media agar bisa mempertahankan loyalitas news audience yang mereka miliki.

5.2.2 Saran Praktis

Saran bagi perusahaan pers yang ada, terutama yang memiliki program berita langganan, harus membuat konten yang disajikan lebih beragam atau berbeda dengan berita gratis yang ada di media online maupun media sosial. Hal ini dikarenakan, jika perusahaan pers masih memiliki kesamaan, maka news audience juga akan lebih banyak mengonsumsi berita dari media online atau media sosial yang memang gratis.

Meskipun, perusahaan pers memberikan konten atau artikel berita yang lebih akurat, tetapi jika hanya terus menerus menyajikan konten yang sama, news audience juga akan bosan dan mungkin beralih ke konten berita yang gratis.

