

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melalui tahapan penelitian dengan metode studi khalayak bersama 16 partisipan melalui FGD, dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi dan pola konsumsi Gen Z mengonsumsi berita *slow journalism* di media alternatif terjadi karena paparan secara insidental (*incidental news exposure*) terhadap berita-berita tersebut. Ada yang tidak sengaja terpapar/terekspose melalui media sosial dan ada yang tidak sengaja melihat rekomendasi saat sedang mencari suatu informasi di internet. Gen Z yang secara aktif mengonsumsi berita *slow journalism* di media alternatif biasanya didasari atas adanya keperluan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi. Kemudian, melalui penelitian ini juga, tergambar kesan yang positif dari Gen Z terhadap berita *slow journalism* di media alternatif. Gen Z terkesan dengan aspek visual yang menarik, pembelajaran yang dapat mereka ambil, dan rasa emosional yang terbangun ketika membaca atau menonton karena alur bernarasi yang mengalir.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Terdapat beberapa hal yang dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini atau membuat penelitian dengan topik-topik yang terkait:

1. Partisipan FGD pada setiap kelompok umur dapat diperbanyak jumlahnya untuk meningkatkan variasi jawaban dan tingkat keterwakilan.
2. Partisipan dapat dicari dari domisili yang tersebar untuk meningkatkan tingkat keterwakilan Gen Z.
3. Untuk subjek penelitian dapat dibuat lebih spesifik seperti menggunakan indikator gender atau lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Berikut beberapa saran yang ditujukan untuk pengelola dan jurnalis media alternatif yang medianya menasar Gen Z sebagai pembaca agar dapat memproduksi produk berita yang sesuai:

1. Melakukan riset atau survei kepada Gen Z terkait hal-hal yang ingin diketahui mengenai pengetahuan, karakteristik, dan preferensi mereka. Hal tersebut dapat membantu dalam memproduksi konten yang lebih tepat sasaran.
2. Aspek visual adalah hal yang sangat penting dan diperhatikan oleh Gen Z, beri perhatian pada aspek visual konten berita agar menarik dan nyaman ketika akses oleh Gen Z.
3. Tingkatkan metode promosi media melalui media sosial atau cara-cara yang dekat dengan Gen Z agar dapat terekspos oleh mereka.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA