

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4, berikut beberapa simpulan dari perilaku mencari informasi Generasi Z di Jakarta dan sekitarnya dalam mengakses informasi musik.

1. Perilaku Generasi Z menerima informasi musik

Pada proses menerima informasi musik, informan menggunakan media sosial sebagai sumber utamanya. Informasi di media sosial tersebut merupakan hasil konten dari *influencer* atau komunitas. Media sosial sebagai sumber utama informan karena penyebarannya yang lebih cepat dan pengguna dapat berinteraksi langsung di kolom komentar. Namun, informan memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap informasi yang disebar oleh non-media berita.

Oleh karena itu, informan akan melakukan verifikasi informasi ke media berita. Media berita berperan sebagai alat verifikasi informasi musik dari media non-berita yang diterima melalui media sosial. Selain itu, media berita juga berperan untuk melengkapi informasi yang kurang dari media sosial. Informan menyebutkan media sosial menyebarkan informasi musik yang tidak lengkap sehingga harus mencari kelengkapan informasi di media berita. Setelah mencari di media berita, informan merasa lebih puas dengan informasi yang diterima.

Peneliti menyimpulkan informan memiliki perilaku menerima informasi musik melalui non-media berita, baik Instagram, TikTok, atau Spotify. Kemudian, beberapa informasi yang meragukan akan dikonfirmasi ke media berita. Selain itu,

informasi yang kurang lengkap di media sosial juga akan dicari kelengkapannya di media berita.

2. Peran media berita dan non-berita dalam membentuk opini

Media berita memiliki peran yang penting dalam menyebarkan informasi musik, tetapi tidak untuk membentuk opini informan. Media berita bukan lagi sumber pertama dalam informasi musik karena musisi memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi tanpa melalui jurnalis. Selain itu, media berita juga harus menjaga netralitas dan kredibilitasnya sehingga tidak dapat membuat hasil berita yang personal seperti *influencer*.

Peran pembentuk opini tersebut telah diambil alih oleh *influencer*. *Influencer* memiliki pengaruh yang lebih kuat karena konten yang dihasilkan lebih personal sehingga membuat audiens memiliki hubungan emosional. Selain itu, *influencer* (musisi) juga merupakan sumber pertama dari informasi musik.

Untuk dapat memiliki peran untuk membentuk opini, media berita harus memberitakan informasi yang tidak ada di media sosial. Informan menyebutkan media berita dapat memilih angle lain yang tidak disorot oleh non-media berita, seperti keadaan di sekitar lokasi kegiatan musik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus sehingga tidak dapat digeneralisasi pada Generasi Z lain yang mengonsumsi informasi musik dengan genre yang berbeda atau lokasi yang berbeda. Selain itu, penelitian ini menggunakan perspektif audiens sehingga penelitian berikutnya dapat menjelaskan dari perspektif penyebar informasi, seperti jurnalis musik dan *influencer* musik.

5.2.2 Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti melihat Generasi Z yang menggunakan media sosial sebagai sumber utama dalam menerima informasi musik. Namun, beberapa non-media berita yang masih memberitakan informasi yang salah. Peneliti berharap non-media berita dapat melakukan proses verifikasi informasi sebelum menyebarkan informasi.

Media berita juga dapat memperkaya *angle* berita yang ditulis agar tidak memberitakan apa yang telah ada di media sosial. Selain itu, media berita harus tetap mempertahankan kredibilitas informasinya karena merupakan alat untuk verifikasi kebenaran informasi.

