

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Fenomena *news avoidance* yang terjadi di harian *Kompas* (Kompas.id). dipicu oleh beberapa faktor utama yang berasal dari luar (eksternal) dan dalam (internal) organisasi media itu sendiri.

Faktor eksternal yang memengaruhi *news avoidance* di Kompas.id mencakup perkembangan teknologi informasi yang menciptakan banjir informasi, rendahnya minat baca masyarakat, dan fenomena *news fatigue*. Sedangkan faktor internal yang menjadi pemicu *news avoidance* di harian *Kompas* adalah produksi berita yang kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat, terlalu banyak berita problematik, dan kurangnya variasi konten menjadi penyebab utama. Kebijakan redaksi yang dominan menghasilkan berita dengan fungsi *watchdog* tanpa mengimbangi dengan konten yang menghibur atau edukatif menciptakan persepsi bahwa berita adalah sumber masalah. Selain itu, pandangan bahwa “editor knows best” sering kali mengabaikan preferensi audiens. Akibatnya, masyarakat merasa bahwa berita-berita yang diterbitkan tidak relevan dengan kebutuhan mereka.

Dampak dari *news avoidance* di harian *Kompas* dapat dirasakan pada aspek finansial maupun non-finansial. Secara non-finansial, *news avoidance* menyebabkan rendahnya jumlah *pageview* di Kompas.id. Meskipun Kompas telah memanfaatkan berbagai platform untuk menarik pembaca, trafik kunjungan belum memenuhi harapan. Dampak finansial juga terlihat dari lambatnya pertumbuhan pelanggan berbayar Kompas.id. Orang enggan berlangganan berita karena berita tersebut dianggap tidak relevan atau bahkan mengganggu. Dengan demikian, fenomena *news avoidance* menghambat monetisasi konten jurnalistik di era digital.

Untuk mengatasi tantangan ini, harian *Kompas* melalui tim media sosialnya telah mengembangkan strategi komunikasi media sosial lewat akun X @hariankompas. Salah satu pendekatan utama adalah strategi “samberan” atau *joint conversation*. Strategi ini melibatkan respons langsung terhadap unggahan

pengguna media sosial yang berkaitan dengan berita harian *Kompas* (Kompas.id). Dalam pelaksanaannya, strategi ini menggunakan fitur *reply* untuk meningkatkan jangkauan dan potensi keterbacaan berita. Dengan cara ini, harian *Kompas* Kompas.id tidak hanya sekadar menyebarkan tautan berita, tetapi juga membangun hubungan personal dengan audiens.

Personalisasi pesan menjadi inti dari strategi komunikasi ini. Tim media sosial Kompas, misalnya, mengucapkan terima kasih untuk cuitan positif, menyampaikan ucapan duka cita untuk berita tragedi, atau menyesuaikan nada balasan sesuai dengan konteks unggahan. Pendekatan ini membuat pesan menjadi relevan dengan kebutuhan audiens, sehingga meningkatkan peluang mereka untuk mengklik tautan berita dan membaca artikel secara lengkap.

Selain itu, algoritma media sosial juga dimanfaatkan secara maksimal. Dengan membalas unggahan yang memiliki *engagement* tinggi, potensi tersebarnya tautan berita menjadi lebih besar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi “samberan” ini cenderung menghasilkan *pageview* yang lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan otomatis atau konten organik lainnya. Hal ini menguatkan teori tentang peran *news engagement* yang melibatkan elemen emosional dan relasional.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini hanya berfokus pada identifikasi perspektif *news avoidance* di harian *Kompas* (Kompas.id) dan strategi komunikasi media sosial akun X @hariankompas yang tentu tidak bisa digeneralisasi. Penelitian kedepannya dapat melibatkan audiens harian Kompas dan pengamat media untuk memastikan apakah, *news avoidance* benar-benar terjadi di harian Kompas dari persepektif pembaca dan lebih terukur. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan efektifitas strategi komunikasi media sosial yang dilakukan oleh harian *Kompas* dengan media lainnya. Penelitian selanjutnya juga bisa mengkaji lebih jauh apakah strategi

tersebut benar-benar merupakan bentuk *accidentally informed* dan apakah *accidentally informed* merupakan “penawar” bagi *news avoidance*.

5.2.2 Saran Praktis

Strategi komunikasi media sosial akun X yang menerapkan sambaran merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan potensi keterbacaan atau *pageview*. Apa yang dilakukan Tim Media Sosial Harian *Kompas* (Kompas.id) dalam menghadapi *news avoidance* ini bisa diaplikasikan juga oleh organisasi media lainnya. Untuk lebih mengoptimalkan strategi komunikasi media sosial, media perlu lebih aktif terlebiat dalam percakapan public di media sosial agar peluang keterpaparannya jauh lebih besar. Selain itu perlu ada pelibatan karyawan di luar tim media sosial dalam menyebarkan link Kompas id.

