

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana *homeless media* @merekamjakarta melakukan advokasi dalam upaya pemberdayaan masyarakat terkait isu-isu urban. Penelitian ini juga secara rinci membahas bagaimana pengemasan isu, bentuk advokasi yang dilakukan, serta tanggapan masyarakat terhadap advokasi tersebut. Secara umum, penelitian ini memberikan pemahaman tentang cara @merekamjakarta mengangkat isu-isu urban, bentuk advokasi yang digunakan, dan bagaimana tanggapan dari para pengikut Instagram @merekamjakarta serta masyarakat secara luas. Sebagai sebuah *homeless media*, @merekamjakarta tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi sejak tahun 2024 mereka mulai berfokus pada pemberdayaan masyarakat secara langsung melalui kegiatan advokasi, terutama pada isu-isu yang dekat secara kedekatan geografis (*proximity*). Penelitian ini penting karena kajian mengenai *homeless media* dan strategi advokasinya di Indonesia masih sangat terbatas, sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam ranah media digital dan pemberdayaan masyarakat.

Di satu sisi, *followers* @merekamjakarta dan masyarakat umum melihat bahwa langkah strategis advokasi yang dilakukan oleh @merekamjakarta merupakan tindakan yang sangat baik karena sangat membantu masyarakat yang terdampak isu-isu urban. Namun di sisi lain, tidak semua ikut terlibat secara aktif dalam memberikan donasi. Banyak di antaranya yang menunjukkan dukungan dengan memberikan *like*, komentar, atau membagikan konten advokasi kepada jaringan mereka, sebagai bentuk partisipasi secara pasif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada informan internal (Pemilik @merekamjakarta dan admin media sosial @merekamjakarta) dan informan eksternal (*followers* dan masyarakat umum). Fokus utama objek penelitian adalah pada pengemasan, strategi advokasi, dan tanggapan advokasi isu-isu urban @merekamjakarta melalui media sosial

Instagram. Pengujian data dilakukan melalui triangulasi data dengan menganalisis konten yang dipublikasikan oleh @merekamjakarta pada periode Januari 2024 hingga Januari 2025 serta laporan Remotivi tahun 2024. Metode ini dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam dan menginterpretasikan data terhadap fenomena *homeless media* dalam membantu memberdayakan masyarakat lewat advokasi berupa donasi.

Penelitian terkait dengan *homeless media* masih sangat jarang dilakukan di Indonesia. Terlihat adanya kesulitan saat mencari penelitian terdahulu. Selain itu, fokus terhadap *homeless media* yang melakukan advokasi juga sangat jarang dikaji. Maka dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan serta kontribusi yang terbaru dalam ranah media digital, terutama terkait dengan *homeless media* dan strategi advokasi *homeless media*. Sekaligus, penelitian ini juga dapat diikuti dengan pengembangan penelitian yang lain dari hasil temuan yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

Temuan dan interpretasi data dilakukan melalui wawancara bersama dengan 6 informan, yang terdiri dari, Informan 1 sebagai pemilik akun @merekamjakarta, Informan 2 sebagai admin media sosial @merekamjakarta, serta informan eksternal yang terdiri dari Informan 3 dan 4 yaitu *followers* @merekamjakarta yang minimal telah mengikuti akun tersebut selama 1 tahun, dan masyarakat umum yang minimal telah memberikan komentar terkait dengan isu-isu urban. Selain itu, konten Instagram @merekamjakarta juga dianalisis untuk menghasilkan keberagaman pemaknaan informan, yang didukung dengan analisis sederhana dari akun Instagram @merekamjakarta yang dilihat dari berbagai perspektif (sudut pandang). **Pertama**, setelah melakukan wawancara dan analisis sederhana terhadap 536 konten *homeless media* @merekamjakarta selama periode Januari 2024 hingga Januari 2025, ditemukan bahwa proses pengemasan isu-isu urban dilakukan dengan pendekatan visual yang kuat serta narasi yang sederhana. Pengemasan ini diwujudkan melalui video pendek yang dilengkapi subtitle dan caption informatif, serta dokumentasi langsung dari lokasi kejadian yang nyata dan tidak direayasa. Pendekatan ini membantu audiens memahami konten advokasi dengan lebih mudah. Di sisi lain, respons masyarakat menunjukkan apresiasi terhadap cara penyajian ini karena dinilai jujur, menyentuh, dan berbeda dari media arus utama.

Selain itu, pemilihan isu strategis yang akan diangkat. @merekamjakarta cenderung memilih isu-isu yang dekat dengan kehidupan masyarakat urban, sering terjadi, serta memiliki urgensi tinggi. Isu yang dipilih sesuai dengan 5 isu urban yang menjadi fokus pemberitaan @merekamjakarta yaitu, Kriminalitas, bencana, kecelakaan, fakta kota dan perilaku unik warga.

Kedua, bentuk advokasi utama yang digunakan oleh @merekamjakarta dalam memberdayakan masyarakat adalah donasi. Donasi menjadi strategi advokasi digital yang dipilih karena mampu memberikan dampak langsung kepada masyarakat yang terdampak isu-isu urban. Melalui penggalangan dana, @merekamjakarta tidak hanya menyebarkan informasi atau membangun kesadaran, tetapi juga memfasilitasi bantuan nyata yang bisa segera dirasakan oleh penerima manfaat. Pilihan untuk menggunakan donasi sebagai bentuk advokasi didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Donasi dinilai sebagai cara paling cepat dan konkret untuk merespons kebutuhan mendesak di lapangan. Tidak hanya itu, jenis bantuan ini terbukti mampu meringankan beban korban dengan segera, terutama dalam 5 isu-isu urban @merekamjakarta yaitu kriminalitas, bencana, kecelakaan, fakta kota dan perilaku unik warga atau kondisi sosial. Selanjutnya, konten donasi yang disajikan secara menyentuh, lengkap dengan kronologi kejadian dan dokumentasi visual yang kuat, berhasil membangun empati dan menggerakkan partisipasi publik.

Ketiga, tanggapan masyarakat terhadap advokasi homeless yang dilakukan oleh media @merekamjakarta berupa donasi terbilang sangat positif. Hasil wawancara dengan informan eksternal menunjukkan bahwa masyarakat mendukung penuh advokasi yang dijalankan oleh @merekamjakarta. Hal ini terlihat dari pengetahuan mereka terhadap kegiatan donasi yang dilakukan untuk membantu Pak Supriyadi, serta keterlibatan mereka melalui komentar, like, dan membagikan konten kepada kerabat.

Tingkatan partisipasi publik berada pada tingkatan partisipasi aktif dan pasif. Hal ini terlihat dari jawaban informan yang menyebutkan bahwa bentuk keterlibatan mereka meliputi memberi *like*, komentar, hingga membagikan konten.

Selain itu, Instagram dipilih sebagai media utama advokasi. Instagram dipilih sebagai media advokasi karena memiliki kekuatan visual yang sesuai dengan

pola konsumsi informasi masyarakat urban, khususnya generasi muda. Fitur seperti Instagram *Stories*, *Reels*, dan kolom komentar dinilai mendukung proses *storytelling* secara cepat dan efektif. Melalui platform ini pula, interaksi dengan audiens dapat dibangun lebih erat, sehingga pesan advokasi tidak berhenti pada tingkat informasi, tetapi juga mendorong tindakan nyata seperti donasi, membagikan konten, hingga diskusi publik di kolom komentar.

Temuan menarik di luar rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah pengajuan model advokasi *homeless media* @merekamjakarta. Model advokasi ini diajukan untuk membantu melihat alur strategi advokasi yang dijalankan oleh @merekamjakarta secara garis besar. Melalui model ini, pembaca dapat memahami tahapan yang dilakukan dalam proses advokasi, mulai dari inisiatif awal hingga pemberdayaan masyarakat. Proses dimulai dari pembentukan lingkaran inti (*allies*), yaitu kelompok yang terdiri dari pemilik akun, admin media sosial, kontributor, dan masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap isu-isu urban. Kelompok ini menyusun rencana, menyepakati tujuan bersama, dan menjadi penggerak awal advokasi. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data dari berbagai sumber, analisis mendalam, pengemasan narasi secara komunikatif, hingga penyebaran konten untuk membentuk opini publik. Keseluruhan tahapan ini saling terhubung dan menciptakan siklus advokasi yang berkelanjutan menuju pemberdayaan masyarakat.

Selain itu temuan menarik lainnya, bahwa @merekamjakarta ternyata tidak hanya berperan sebagai media penyampai informasi, tetapi juga menjadi penghubung antara masyarakat yang terdampak isu urban dengan masyarakat yang ingin membantu. Dalam proses advokasinya, @merekamjakarta berhasil membangun rasa percaya dari publik sehingga banyak orang merasa lebih aman dan yakin untuk ikut terlibat, baik melalui donasi, dukungan moral, atau membagikan informasi kepada orang lain. Ini menunjukkan bahwa *homeless media* seperti @merekamjakarta dalam keberbatasan sumber daya manusia yang ada dan terbatas mampu memberdayakan masyarakat lewat donasi. Aksi donasi secara strategis ini berhasil karena pendekatan kontennya yang jujur, konten yang mudah dipahami, dan menyentuh secara emosional.

5.2 Saran

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk pengemasan isu-isu urban oleh *homeless media* @merekamjakarta dilakukan dengan pendekatan visual yang kuat serta narasi yang sederhana. Pengemasan ini diwujudkan melalui video pendek yang dilengkapi *subtitle* dan *caption* informatif, serta dokumentasi langsung dari lokasi kejadian yang nyata dan tidak direayasa. Bentuk-bentuk advokasi yang dilakukan melibatkan donasi dengan tingkat partisipasi aktif dari masyarakat. Namun demikian, penelitian ini tidak luput dari keterbatasan, sehingga di masa mendatang diperlukan penelitian lanjutan.

5.2.1 Saran Akademis

- **Pertama**, penelitian ini dapat direplikasi dengan fokus yang lebih mendalam pada aspek pemberdayaan masyarakat sebagai inti dari kegiatan advokasi yang dilakukan oleh *homeless media*. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji bagaimana proses pemberdayaan ini berlangsung, siapa saja pihak yang terlibat, serta dampak konkret yang dirasakan oleh masyarakat. Fokus ini penting untuk melihat sejauh mana *homeless media* dapat berkontribusi secara nyata dalam menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan.

Kedua, penelitian mendatang juga disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan membandingkan antara @merekamjakarta dengan *homeless media* lainnya di Indonesia. Tujuannya adalah untuk melihat pendekatan, strategi, serta isu-isu urban yang diangkat oleh masing-masing *homeless media*, dan bagaimana tanggapan masyarakat terhadap bentuk advokasi yang dilakukan. Pendekatan ini dapat membuka ruang pemahaman yang lebih luas terkait variasi praktik *homeless media* dalam mengemas bentuk advokasi yang lain.

Ketiga, penelitian ini juga dapat dikembangkan melalui perbandingan antara strategi advokasi yang dilakukan oleh *homeless media*, media konvensional, dan media komunitas. Dengan membandingkan ketiganya, penelitian di masa depan dapat menggali kekuatan serta kelemahan masing-masing model dalam

menjangkau publik, mempengaruhi kebijakan, serta membentuk kesadaran masyarakat terhadap isu-isu urban yang terjadi.

5.2.2 Saran Praktis

Pertama, bagi pengelola *homeless media* @merekamjakarta, diharapkan untuk terus mengembangkan advokasi isu-isu urban yang dilakukan dalam bentuk donasi secara langsung atau bentuk advokasi lainnya, serta terus konsisten dalam membantu masyarakat dan memberikan informasi yang kredibel, khususnya kepada kelompok masyarakat yang sering kali tidak terangkat oleh *media mainstream*.

Kedua, bagi pengelola *homeless media* lainnya di Indonesia, aksi advokasi yang dijalankan oleh @merekamjakarta dapat dijadikan rujukan untuk membangun strategis advokasi yang serupa, namun tetap disesuaikan dengan konteks dan karakteristik *homeless media* dan wilayah masing-masing.

Ketiga, kepada para pengambil kebijakan, disarankan agar lebih responsif dalam mengatur penyebaran informasi dari *homeless media*, serta membuka ruang kolaborasi agar suara masyarakat melalui *homeless media*.