

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini didasari pada tujuan dan rumusan masalah yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com. Selanjutnya saran yang diberikan merupakan kontribusi peneliti terhadap hasil penelitian mengenai penerapan strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com.

5.1 Kesimpulan

Kompas.com sebagai salah satu media daring di Indonesia saat ini turut aktif dalam aktivitas produksi berita daring. Salah satu format yang turut diproduksi oleh Kompas.com yaitu adalah berita video pendek. Salah satu platform yang digunakan oleh Kompas.com dalam mendistribusikan berita video pendek adalah Youtube Shorts. Dalam pengemasan berita video pendek Kompas.com memiliki strategi pengemasan yang menyesuaikan dengan tujuan dari Youtube Shorts yaitu adalah untuk meningkatkan audiens. Strategi yang dimiliki oleh Kompas.com adalah menyeimbangkan antara daya tarik visual dan audio, gaya narasi yang relevan dengan audiens, kecepatan dan aktualitas, serta yang terpenting adanya komitmen pada kredibilitas dan etika jurnalistik.

Penelitian ini menganalisis strategi pengemasan berita video pendek dengan menggunakan The Circular Model of SoMe for Social Communication. Model ini merupakan pendekatan konseptual terhadap komunikasi yang terjadi di media sosial dengan menekankan interaktivitas, siklus keterlibatan, dan hubungan dua arah antara organisasi dengan audiensnya. Terdapat empat tahapan dalam model SoMe yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage. Menurut Qurniawati et. al (2024) tahapan ini bersifat sirkular yang memiliki arti bahwa proses ini tidak dapat berakhir pada satu titik melainkan terus terjadi secara berulang dan saling memperkuat.

Berdasarkan analisis terhadap 30 konten berita video pendek di YouTube Shorts Kompas.com pada Februari 2025, ditemukan bahwa tema Peristiwa

Regional menjadi yang paling dominan dengan keterlibatan (engagement) tertinggi, mencerminkan minat audiens terhadap kejadian unik di masyarakat lokal. Tema Konflik Perang juga menempati posisi penting, menunjukkan ketertarikan publik Indonesia terhadap isu geopolitik global. Sementara itu, tema Ekonomi, Hukum, dan Pemerintah menyoroti dinamika kebijakan publik dan konflik hukum dalam negeri. Tema Sosok, Sains, dan Seni, meskipun lebih sedikit, turut memperkaya narasi media digital dengan pendekatan humanis, edukatif, dan ekspresif. Secara keseluruhan, variasi tema dan gaya pengemasan seperti reader dan voice over berperan penting dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan audiens.

Kompas.com mengembangkan strategi pengemasan berita video pendek dengan menyesuaikan perubahan perilaku audiens, khususnya generasi Z yang lebih mengakses berita melalui media sosial daripada situs web. Untuk itu, Kompas.com memfokuskan distribusi kontennya melalui platform seperti YouTube Shorts, TikTok, Instagram, dan Facebook, dengan YouTube Shorts sebagai kanal utama karena mampu menjangkau audiens luas dan menambah subscriber. Tiga format utama digunakan dalam video pendek: Clear (visual murni tanpa narasi), Reader (teks berjalan dengan visual pendukung), dan Voice Over (narasi suara dan footage visual). Setiap format disesuaikan dengan karakteristik berita dan kebutuhan penyampaian informasi. Proses produksi dilakukan secara sistematis mulai dari pemilihan isu, penulisan naskah, verifikasi, editing, hingga publikasi, dengan mempertimbangkan efisiensi kerja, keakuratan informasi, serta gaya visual yang menarik. Strategi ini mencerminkan penerapan tahap Share dalam The Circular Model of SoMe, menjadikan Kompas.com adaptif terhadap dinamika konsumsi media sosial serta efektif menjangkau audiens digital.

Kompas.com mengedepankan akurasi dan verifikasi dalam produksi berita video pendek, sesuai dengan prinsip Optimize dalam The Circular Model of SoMe. Meskipun berada di bawah tekanan kecepatan media sosial, Kompas.com menerapkan proses double crosscheck dan hanya mempublikasikan isu yang telah terkonfirmasi untuk menjaga kepercayaan publik. Strategi produksi mengutamakan efisiensi kerja, efektivitas penyampaian pesan, dan konsistensi visual. Tim memilih format yang sesuai dengan jenis berita, seperti potongan pernyataan narasumber atau berita reguler yang disingkat. Format video tidak terikat durasi, tetapi

disesuaikan dengan kebutuhan informasi. Fokus isi diarahkan pada elemen “Why” dan “How” untuk memperkuat pemahaman audiens, sambil tetap menjaga struktur jurnalistik 5W+1H. Kompas.com juga mempertimbangkan nilai berita dan kelayakan isu berdasarkan relevansi, kedekatan, dan aktualitas yang terkonfirmasi. Dalam storytelling, video dirancang menarik sejak detik pertama, didukung oleh penggunaan bahasa yang komunikatif, musik yang sesuai, dan elemen visual seperti thumbnail dan keyword yang dioptimalkan agar mudah ditemukan. Dengan pendekatan ini, Kompas.com mampu menghasilkan konten video pendek yang cepat, padat, informatif, dan tetap memegang teguh prinsip jurnalistik, menjadikannya kompetitif di tengah dinamika media sosial.

Pada tahap Manage dalam model The Circular Model of SoMe for Social Communication menurut Luttrell (2021), Kompas.com secara aktif mengelola konten berita video pendek di platform seperti YouTube Shorts dengan memperhatikan algoritma, efisiensi produksi, dan kualitas jurnalistik. Tantangan utama adalah beradaptasi dengan perubahan algoritma agar konten tetap relevan dan muncul saat isu sedang ramai, sehingga strategi “hook” dalam 3–8 detik awal diterapkan untuk menarik perhatian. Meskipun menuntut penyampaian ringkas, Kompas.com tetap memprioritaskan prinsip verifikasi ketat, di mana konten tidak boleh tayang tanpa konfirmasi dan kelengkapan unsur 5W+1H. Selain itu, Kompas.com menggunakan style guide yang mengatur standar etika, mencegah plagiarisme, dan memastikan penggunaan sumber visual legal dari jurnalis internal maupun lembaga resmi. Pendekatan ini mencerminkan upaya Kompas.com dalam menjaga kredibilitas, reputasi digital, serta efektivitas komunikasi di tengah dinamika media sosial.

Pada tahap Engage dalam The Circular Model of SoMe for Social Communication menurut Luttrell (2021), Kompas.com membangun hubungan emosional dan kognitif dengan audiens melalui berita video pendek yang informatif, relevan, dan komunikatif di media sosial. Strategi keterlibatan dilakukan dengan memilih isu yang berdampak, judul menarik, penyampaian yang menyentuh secara emosional, serta nada netral dengan keberpihakan pada isu kemanusiaan tertentu. Visual yang kuat dan legal juga dipilih untuk memperkuat narasi. Meskipun konten telah memenuhi unsur informatif, analisis menunjukkan bahwa

hanya satu dari sembilan video yang meraih tingkat keterlibatan tinggi, yaitu video penangkapan ular oleh BPBD yang mendapat banyak views dan likes karena memicu reaksi humoris, reflektif, dan empatik dari audiens. Sebaliknya, video dengan isu besar seperti geopolitik dan ekonomi tetap menunjukkan keterlibatan rendah, menunjukkan bahwa tema populer tidak selalu menjamin interaksi tinggi. Format narasi (VO atau Reader) tidak berdampak signifikan terhadap keterlibatan, sementara CTA yang bersifat pasif belum efektif menggugah respons aktif audiens. Dengan demikian, engagement lebih ditentukan oleh kekuatan visual, relevansi konten, dan gaya penyampaian yang menarik perhatian emosional penonton sejak awal.

5.2 Saran

Melalui penelitian ini, mengungkapkan strategi pengemasan berita pada berita video pendek di Youtube Shorts Kompas.com. Namun perlu diakui bahwa hasil dari penelitian ini sangat bergantung pada informasi yang diperoleh dari para informan. Berikut adalah saran yang diberikan oleh peneliti:

5.2.1 Saran Akademis

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu menggunakan data yang dikumpulkan berdasarkan hasil wawancara dengan keempat informan yang merupakan perwakilan dari Tim video dan tim media sosial Kompas.com. Pendekatan kualitatif yang dimiliki oleh peneliti memungkinkan adanya pemahaman mendalam mengenai strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Shorts Kompas.com. Untuk penelitian selanjutnya maka dapat dilanjutkan dengan melakukan eksplorasi lebih dalam mengenai strategi pengemasan berita video pendek menggunakan pendekatan yang lebih spesifik dengan menggunakan penelitian kualitatif untuk melihat efektivitas penerapan strategi pengemasan berita video pendek pada Youtube Short kepada penontonnya.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru kepada media konvensional dalam menentukan strategi pada pengemasan berita terutama pada format berita video pendek. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan masukan mengenai pentingnya penentuan sebuah strategi pada pengemasan berita video pendek di era media daring. Penggunaan Call To Action pada berita video pendek dapat ditingkatkan agar dapat partisipasi audies semakin tinggi.

