

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengemasan berita mengenai aksi "Indonesia Gelap" dilakukan oleh dua media daring nasional terkemuka, yakni Detik.com dan Kompas.com. Analisis dilakukan dengan pendekatan isi kualitatif berdasarkan sejumlah indikator jurnalistik, meliputi jenis berita, unsur berita (5W+1H), narasumber, nilai berita, dan nada pemberitaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap berita-berita yang dimuat selama periode Februari 2025, diperoleh sejumlah temuan penting yang menggambarkan karakteristik dan pendekatan masing-masing media dalam membingkai isu sosial-politik yang sedang hangat di masyarakat.

Pertama, dari aspek **jenis berita**, ditemukan bahwa kedua media lebih dominan menyajikan pemberitaan dalam bentuk *hard news*, yaitu jenis berita yang berfokus pada penyampaian fakta-fakta aktual dan relevan secara langsung. Detik.com menerbitkan sebanyak 41 berita *hard news*, sementara Kompas.com bahkan lebih banyak dengan 58 berita. Pilihan ini menunjukkan bahwa kedua media mengutamakan kecepatan dan ketepatan informasi sebagai strategi utama dalam merespons dinamika aksi mahasiswa. Namun, berita jenis yang menyajikan sisi *human interest* dan narasi yang menyentuh emosi pembaca justru sangat minim. Detik.com hanya menampilkan 9 *soft news*, dan Kompas.com, yaitu 18 berita. Ini menandakan bahwa kedua media belum optimal dalam mengeksplorasi sisi kemanusiaan atau latar sosial yang mendalam dari peristiwa aksi "Indonesia Gelap", padahal pendekatan seperti ini dapat menambah kedalaman dan dimensi emosional dalam pemberitaan.

Kedua, dari aspek **unsur 5W+1H** (*What, Who, When, Where, Why, dan How*), terlihat bahwa unsur-unsur dasar seperti apa yang terjadi, siapa yang terlibat, kapan dan di mana peristiwa berlangsung, serta alasan terjadinya peristiwa sudah terakomodasi dengan baik. Unsur *what, who, when, where, dan why* masing-masing

muncul sebanyak 40 kali di Detik.com dan 76 kali di Kompas.com, menunjukkan bahwa kedua media mampu menyampaikan struktur dasar informasi secara sistematis dan konsisten. Namun demikian, unsur *how* atau "bagaimana" masih sangat jarang muncul, hanya 15 kali di Detik.com dan 6 kali di Kompas.com. Ketidakhadiran unsur *how* dalam pemberitaan secara umum menunjukkan keterbatasan media dalam memberikan gambaran utuh tentang proses, mekanisme, atau dampak jangka panjang dari peristiwa yang terjadi. Padahal, penjelasan mengenai bagaimana peristiwa berlangsung atau bagaimana aksi dikoordinasikan dan ditanggapi merupakan aspek penting yang dapat memperkaya pemahaman pembaca.

Ketiga, dari sisi **narasumber**, mahasiswa dan jurnalis menjadi narasumber utama yang paling sering digunakan dalam pemberitaan. Mahasiswa sebagai pelaku langsung aksi demonstrasi menjadi tokoh kunci dalam narasi pemberitaan, sedangkan jurnalis sendiri berperan sebagai pelapor sekaligus penyampai data di lapangan. Kompas.com menunjukkan variasi narasumber yang lebih luas, termasuk menghadirkan pengamat ahli, tokoh masyarakat, dan aparat keamanan seperti TNI dan Polri. Sebaliknya, Detik.com cenderung lebih terbatas pada narasi mahasiswa dan aparat. Perbedaan ini mencerminkan adanya perbedaan dalam pendekatan jurnalistik. Pada narasumber jurnalis ini menjadi salah satu narasumber yang paling dominan karena menunjukkan angka 37 dengan persen 29,37%. Kompas.com mengarah pada penyajian berita yang lebih kontekstual dan berimbang, sementara Detik.com fokus pada pemberitaan langsung dan ringkas. Kehadiran beragam narasumber seperti pengamat ahli dapat membantu menyajikan analisis yang lebih mendalam terhadap akar masalah, potensi penyelesaian, serta dampak sosial-politik dari aksi tersebut.

Keempat, berdasarkan **nilai berita**, kategori *conflict* menjadi unsur paling dominan dalam pengemasan berita di kedua media. Konflik muncul sebanyak 14 kali di Detik.com dan 23 kali di Kompas.com, menandakan bahwa aspek ketegangan dan pertentangan menjadi daya tarik utama yang diangkat oleh media untuk menarik perhatian pembaca. Nilai berita lain yang juga sering muncul adalah *proximity*, yaitu kedekatan peristiwa dengan audiens baik secara geografis maupun emosional *magnitude*, yang menunjukkan besarnya skala dan dampak peristiwa;

serta *significance*, atau tingkat kepentingan isu bagi publik. Kompas.com juga lebih sering mengangkat nilai *human interest* dan *impact*, yang menunjukkan kepedulian terhadap sisi kemanusiaan dan pengaruh sosial dari aksi. Sebaliknya, Detik.com lebih banyak menonjolkan nilai *timeliness* dan *conflict*, menunjukkan bahwa media ini lebih menekankan pada kecepatan pemberitaan dan aspek konfrontatif dalam aksi demonstrasi.

Kelima, dari aspek **nada pemberitaan**, ditemukan bahwa Kompas.com lebih banyak menyajikan berita dengan nada positif dan netral, sedangkan Detik.com cenderung menggunakan nada netral dan negatif. Kompas.com tampak berupaya mengemas pemberitaan dengan lebih simpatik terhadap aksi mahasiswa, menampilkan dukungan moral, pesan-pesan damai, serta sisi kemanusiaan dari demonstrasi. Pada nada berita tersebut netral menjadi angka yang paling tersebar yang dapat diartikan kedua media ini menggunakan nada berita netral dengan angka 21 dari Detik.com dan 36 dari Kompas.com. Sementara itu, Detik.com cenderung menyoroti aspek kericuhan dan tindakan aparat, sehingga memberi kesan yang lebih kritis dan tegang. Pilihan nada ini dapat memengaruhi cara pembaca memahami isu apakah aksi dianggap sebagai bentuk perjuangan yang sah atau sekadar gangguan ketertiban umum. Perbedaan pendekatan ini mencerminkan karakter editorial dan segmentasi *audiens* masing-masing media.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompas.com lebih konsisten dalam menyajikan berita dengan pendekatan yang reflektif, kontekstual, dan analitis. Media ini cenderung lebih memperhatikan aspek kemanusiaan, keberagaman narasumber, serta memberikan ruang interpretasi yang luas bagi pembaca. Sementara itu, Detik.com lebih menonjolkan kecepatan dan ringkasan informasi dalam gaya *hard news* yang lugas dan langsung. Perbedaan ini menegaskan bahwa pengemasan berita dalam media daring tidak hanya bergantung pada fakta, tetapi juga pada orientasi redaksional, nilai jurnalistik, serta strategi komunikasi yang diusung masing-masing media. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa keberimbangan, kedalaman, dan empati dalam pemberitaan sangat penting agar media tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga berfungsi sebagai pengarah opini dan edukator publik dalam memahami realitas sosial secara utuh dan bijaksana.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa komunikasi, jurnalistik, dan ilmu sosial untuk memahami bagaimana media membingkai isu-isu sosial dan politik, serta bagaimana teknik pengemasan berita dapat membentuk opini publik. Diharapkan penelitian lanjutan dapat mengembangkan pendekatan metodologis yang lebih luas, seperti menggunakan analisis framing, wacana kritis, atau semiotika media untuk menggali makna yang tersembunyi di balik teks berita.

5.2.2. Saran Praktis

- Media online nasional seperti Detik.com dan Kompas.com disarankan untuk meningkatkan keberagaman jenis berita, dengan menambah porsi soft news yang mampu menggugah empati publik terhadap isu sosial seperti aksi “Indonesia Gelap.” Publik sebagai konsumen media juga perlu meningkatkan literasi media agar mampu memilah informasi yang faktual, netral, dan membangun, serta menghindari interpretasi yang bias.