

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggambarkan cara pengemasan konten video klarifikasi *public figure* pada media sosial TikTok sebagai medium peredam sentimen negatif yang diteliti pada periode Oktober 2022 – Mei 2023. Secara umum hasil penelitian ini, menunjukkan temuan bahwa konten klarifikasi yang disajikan oleh beberapa *public figure* merupakan cara untuk mengontrol penyebaran rumor. Tergambar dari banyaknya *public figure* yang menggunakan tema mengoreksi sumber yang tidak dipercaya/keliru sebagai topik yang diangkat dalam konten klarifikasi melalui fungsi menjawab keresahan masyarakat/publik. Lalu, mayoritas audiens juga merasa setuju, sepakat, dan mendukung konten klarifikasi yang disajikan dengan memberikan tanggapan yang positif.

Hasil temuan dan interpretasi data dalam penelitian ini diambil berdasarkan konten klarifikasi di TikTok sebagai medium peredam sentimen negatif pada periode Oktober 2022 – Mei 2023. Konten klarifikasi dengan kriteria tersebut dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini untuk menggambarkan pengemasan konten klarifikasi berdasarkan empat kategori.

Pertama, diketahui bahwa kategori narasumber yang paling sesuai dengan konflik-konflik klarifikasi pada penelitian yang peneliti lakukan ini adalah narasumber individual/pribadi. Hal ini dikarenakan unit analisis yang dipilih dan kriteria penelitian ini mengkhususkan pada konflik yang dialami secara pribadi oleh *public figure*. Sehingga dari 25 unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kategori narasumber 100% adalah narasumber individual/pribadi. Dimana narasumber tersebut merupakan individu yang memiliki pengaruh atau popularitas di masyarakat dan secara pribadi menyampaikan pesan klarifikasi terkait isu atau kontroversi yang melibatkan diri mereka sendiri.

Kedua, diketahui bahwa kategori tema konten klarifikasi yang paling menggambarkan penelitian ini adalah tema mengoreksi sumber yang tidak

dipercaya/keliru. Hal ini dapat dilihat dari dominasi unggahan konten klarifikasi yang mengangkat tema mengoreksi sumber yang tidak dipercaya/keliru pada 24 konten yang tersaji dengan persentase sebesar 63% karena tema ini menjadi topik yang paling banyak digunakan oleh para kreator. Tema ini dimanfaatkan oleh *public figure* dalam mengangkat topik mengenai sanggahan terhadap informasi yang salah atau kurang tepat dengan menguraikan fakta dan kejadian asli serta dapat didukung oleh bukti yang kuat. Dari seluruh unit analisis yang telah peneliti kaji, terlihat bahwa para *public figure* berusaha untuk mengemas dan menyajikan konten yang mudah dipahami, informatif dan dapat meredakan sentimen negatif. Hal ini bertujuan agar audiens yang menyaksikan konten klarifikasi tersebut akan memperoleh kedekatan, memahami intisari pesan dan juga memberikan respon yang positif terhadap konten. Tema konten klarifikasi dengan urutan kedua yang paling banyak digunakan adalah tema mengidentifikasi rumor yang salah. Dimana tema ini digunakan dalam 12 konten dengan persentase sebesar 32% karena dianggap berguna dalam tindakan memberikan verifikasi terhadap rumor yang tidak benar dengan menguraikan penjelasan mengapa rumor tersebut tidak sesuai dan kurang pantas untuk disebarluaskan. Tema tersebut cukup efektif dalam mengantisipasi rumor menyebarluaskan dan memperburuk situasi. Lalu tema konten klarifikasi dalam penelitian ini yang paling sedikit digunakan adalah tema bekerja sama dengan pihak lain dalam mengelola penyebaran rumor. Hanya terdapat 2 konten yang menggunakan tema tersebut dengan persentase berjumlah 5% saja. Meskipun tema tersebut berguna dalam mengatasi rumor dengan memanfaatkan narasumber terpercaya seperti *influencer*, selebriti, instansi/lembaga dan lain—lain. Namun realitanya kreator di Indonesia khususnya *public figure* lebih senang untuk membuat konten klarifikasi yang praktis dengan mengandalkan dirinya sendiri dalam menjelaskan fakta untuk menahan laju penyebaran rumor negatif.

Ketiga, diketahui bahwa kategori fungsi konten klarifikasi yang paling banyak digunakan dalam penelitian ini adalah menjawab keresahan masyarakat/publik. Hal ini dapat dilihat dari dominasi postingan konten klarifikasi yang mengangkat fungsi menjawab keresahan masyarakat/publik sebanyak 19 konten atau setara dengan 54%. Karena ketika seseorang terkena rumor negatif, terlebih apabila orang tersebut merupakan *public figure* atau tokoh

masyarakat, maka akan menimbulkan kontroversi di masyarakat. Ditambah dengan karakteristik warganet di Indonesia yang terkenal cukup agresif dan memiliki tingkat emosional yang tinggi. Maka dari itu, fungsi konten klarifikasi hadir untuk menjawab keresahan masyarakat/publik ini sangat berguna untuk mengurangi tingkat kecemasan, kekhawatiran, kepanikan publik yang tercipta akibat rumor yang beredar. Selain dapat memberikan ketenangan bagi audiens, fungsi ini berguna dalam mengontrol penyebaran rumor negatif karena telah mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat atau publik. Fungsi konten klarifikasi dengan urutan kedua paling banyak digunakan adalah fungsi melindungi reputasi yaitu sebanyak 14 konten atau setara dengan 40%. Dimana fungsi tersebut berguna dalam memperbaiki citra positif yang terdampak akibat rumor negatif. Pada saat seseorang terkena rumor negatif, maka akan mengancam reputasi orang tersebut. Jadi, fungsi tersebut hadir sebagai salah satu antisipasi yang dapat menyelamatkan reputasi, karena reputasi sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan orang lain terhadap kita. Lalu untuk fungsi konten klarifikasi yang paling sedikit digunakan adalah fungsi memberikan arahan untuk mengatasi risiko saat krisis yaitu hanya 2 konten saja atau setara dengan 6%. Meskipun fungsi ini sangat berguna dalam mengarahkan seseorang tentang cara, langkah, pedoman yang dapat digunakan saat mengalami krisis, namun nyatanya tidak banyak kreator yang tertarik akan hal tersebut.

Keempat, diketahui kategori tanggapan terhadap konten klarifikasi yang paling banyak jumlahnya dalam penelitian ini adalah tanggapan positif. Audiens lebih banyak memberikan tanggapan positif terhadap konten klarifikasi yang dibuat oleh para kreator. Tanggapan positif ini dapat dilihat melalui komentar audiens yang menunjukkan sikap penerimaan dan antusiasme karena merasa menemukan seseorang yang memiliki pendapat atau pandangan serupa. Banyak juga dari audiens yang memberikan tanggapan terhadap postingan konten klarifikasi dengan *emoticon love, kiss* atau *finger heart*. Terdapat sebanyak 14 konten dengan tanggapan positif atau setara dengan 56% dan 11 konten yang mendapatkan tanggapan negatif atau setara dengan 44%. Hal ini menunjukkan bahwa sikap audiens lebih mendominasi untuk memberikan dukungan, memuji, menyetujui dan mendukung pernyataan yang ada.

Kelima, relevansi teori determinisme teknologi dalam penelitian ini khususnya dalam pengemasan konten klarifikasi adalah teknologi dapat

meningkatkan aksesibilitas informasi secara lebih luas, sehingga konten yang ditampilkan dapat menjangkau berbagai kalangan di masyarakat. Hal ini disimpulkan melalui peran teknologi yang mampu merubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi dan berhubungan satu sama lain, dimana teknologi memungkinkan konektivitas global yang lebih besar dalam hal pertukaran informasi. Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa teknologi terbukti memberikan fasilitas komunikasi melalui perannya untuk mempengaruhi manusia dalam menentukan format dan pesan serta cara mendistribusikannya. Dalam penelitian ini misalnya, para *public figure* menggunakan media sosial TikTok untuk memberikan klarifikasi terhadap rumor yang salah untuk meredam sentimen negatif.

5.2. Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan gambaran mengenai cara pengemasan konten klarifikasi TikTok *public figure* sebagai medium peredam sentimen negatif. Dimana tema mengoreksi sumber yang tidak dipercaya/keliru yang paling banyak ditampilkan dengan fungsi menjawab keresahan masyarakat/publik, dan tanggapan yang diberikan yaitu positif. Namun demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang dapat ditindaklanjuti melalui penelitian selanjutnya.

5.2.1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian yang telah saya lakukan, maka dapat mengembangkan temuan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terkait bagaimana pengaruh konten klarifikasi terhadap perbaikan reputasi seorang *public figure*.

5.2.2. Saran Praktis

Secara praktis, hasil temuan penelitian ini dapat digunakan oleh sejumlah kalangan. Dimana penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi *content creator* dan khalayak umum terkait pemanfaatan TikTok sebagai sarana untuk melakukan klarifikasi. Hal ini dapat memberikan gambaran terkait fungsi pengemasan konten klarifikasi *public figure* dalam meredam sentimen negatif.

