

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengemasan pemberitaan *food waste* dan *food loss* di media *online* yang disajikan pada kanal berita Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn periode Januari – Desember 2022 yang mengandung frekuensi berita, jenis berita, nilai berita, unsur berita 5W+1H, dan nada berita yang didapatkan dari sejumlah temuan penelitian.

Media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn mengemas pemberitaan isu *food waste* dan *food loss* sepanjang tahun 2022 secara tidak konsisten. Kompas.com hanya menayangkan pemberitaan *food waste* dan *food loss* pada bulan Februari, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, dan November. Begitu pula dengan media *online* ChinaDaily.com.cn yang hanya menayangkan pemberitaan mengenai isu *food waste* dan *food loss* pada bulan Januari, Februari, Maret, Juli, Agustus, September, Oktober, dan November. Hal ini menunjukkan bahwa kedua media *online* tersebut masih belum menjadikan isu *food waste* dan *food loss* sebagai isu utama dalam pemberitaan mereka. Namun, beberapa tulisan dalam bentuk opini dan editorial ditemukan dalam media *online* ChinaDaily.com.cn yang membahas mengenai isu *food waste* dan *food loss* sepanjang tahun 2022.

Pengemasan pemberitaan mengenai isu *food waste* dan *food loss* yang disajikan oleh media *online* Kompas.com berfokus pada konteks domestik, yakni rumah tangga dan lingkungan. Sedangkan, media *online* ChinaDaily.com.cn mengemas pemberitaan *food waste* dan *food loss* dengan berfokus pada pembahasan dalam konteks negara, yakni keberhasilan upaya yang dilakukan oleh Pemerintah China dalam mengurangi *food waste* dan *food loss*, hingga kritik keberpihakan negara lain dalam isu penyebaran limbah makanan. Oleh karena itu, pengemasan pemberitaan yang disajikan oleh Kompas.com mengutamakan jenis berita soft news dan ChinaDaily.com.cn mengutamakan jenis berita hard news.

Kompas.com mengemas isu *food waste* dan *food loss* dengan menonjolkan nilai berita *timeliness* (kebaruan dan aktualitas) dan *proximity* (kedekatan). Nilai kebaruan yang ditonjolkan dalam pemberitaan *food waste* dan *food loss* yang disajikan oleh Kompas.com memiliki relevansi antara waktu yang dicantumkan dalam pemberitaan dan kepentingan berita. Kemudian, nilai kedekatan yang ditonjolkan dalam pemberitaan *food waste* dan *food loss* di Kompas.com menunjukkan keterikatan langsung dan keterhubungan emosional bagi pembaca melalui penjelasan terkait dampak buruk yang terjadi akibat adanya penyebaran limbah makanan bagi lingkungan.

Sedangkan, media *online* ChinaDaily.com.cn tidak hanya menonjolkan nilai berita *timeliness* (kebaruan dan aktualitas) dan *proximity* (kedekatan), namun juga menonjolkan nilai berita *impact* (dampak). Nilai kebaruan yang ditonjolkan dalam pemberitaan *food waste* dan *food loss* di ChinaDaily.com.cn memberikan pemahaman yang akurat kepada pembaca untuk mulai melakukan upaya mengurangi penyebaran limbah makanan. Kemudian, nilai kedekatan pada pemberitaan *food waste* dan *food loss* di ChinaDaily.com.cn memiliki relevansi dan signifikansi secara keterhubungan emosional dan keterikatan langsung karena menyangkut kepentingan sosial masyarakat yakni dampak yang dialami oleh masyarakat terkait penyebaran limbah makanan. Selanjutnya, nilai dampak ditonjolkan melalui dampak sosial dan implikasi jangka panjang yang dihasilkan dari adanya penyebaran limbah makanan secara global.

Pengemasan pemberitaan *food waste* dan *food loss* di media *online* Kompas.com paling banyak menonjolkan unsur berita *how* (bagaimana). Unsur berita *how* (bagaimana) ditonjolkan melalui bagaimana cara atau upaya yang dapat dilakukan oleh masyarakat dan program organisasi lingkungan untuk mengurangi penyebaran *food waste* dan *food loss* di lingkungan. Sedangkan, pengemasan pemberitaan *food waste* dan *food loss* yang disajikan oleh media *online* ChinaDaily.com.cn paling banyak menonjolkan unsur berita *who* (siapa) dan *what* (apa). Unsur berita *who* (siapa) ditonjolkan melalui pencantuman siapa yang terlibat dalam konteks berita dengan melibatkan tokoh penting dan terkait, seperti Presiden China Xi Jinping dan Perdana Menteri, serta masyarakat global yang melakukan kritik terhadap dampak akibat penyebaran *food waste* dan *food loss*.

Kedua media *online* Kompas.com dan ChinaDaily.com.cn sama-sama mengemas isu *food waste* dan *food loss* dengan nada berita negatif terkait dampak yang terjadi akibat dari adanya penyebaran limbah makanan, dan memiliki nada positif terkait upaya untuk mengurangi *food waste* dan *food loss*. Kompas.com menggambarkan isu *food waste* dan *food loss* dengan pembahasan upaya yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Sedangkan, ChinaDaily.com.cn lebih mengutamakan pada pembahasan mengenai keberhasilan upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah China dan dampak penyebaran *food waste* dan *food loss* secara global.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

- Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan membahas mengenai analisa pemberitaan isu lingkungan terlebih khusus pada pemberitaan *food waste* dan *food loss* dengan metode yang berbeda dan pemilihan kanal berita yang lebih banyak lagi.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi media online terkait pengemasan pemberitaan untuk tetap menyampaikan berita secara aktual dan informasi yang bermanfaat mengenai isu lingkungan. Diharapkan media online lebih banyak memberitakan mengenai informasi isu lingkungan dan lebih bervariasi dalam menyajikan berita agar tidak terjadi pengulangan konten berita dalam waktu yang sama.