

BAB V

Penutup

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh, saat ini pengguna yang paling banyak menggunakan media sosial adalah generasi milenial dan generasi Z (Wearesocial.com, 2019) yaitu dengan rentang usia yang lahir pada tahun 1981 hingga 2012. Penelitian ini untuk mendeskripsikan pengemasan berita debat kandidat capres dan cawapres Pemilu 2024 dari beberapa aspek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, objek unit analisis yang digunakan, yaitu berita debat kandidat pada Pemilu 2024 yang diunggah Kompas.com dan IDN Times yang diunggah melalui akun Instagram @kompas.com dan @idntimes. Peneliti juga hanya memfokuskan pada berita dalam bentuk video dan foto karena tayangan berupa video dan foto dapat lebih menjelaskan kesan yang mendalam dan jelas dari tayangan postingan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan observasi dan wawancara pada pengemasan berita debat pilpres 2024 di Instagram @kompas.com dan @Idntimes periode Desember 2023-Februari 2024 dengan teknik confirmability uji antar-coder.

Pada penelitian ini akan menjelaskan dari tujuan penelitian untuk mengetahui pengemasan berita debat pilpres 2024 pada periode satu debat 12 Desember 2023 - periode kelima debat pilpres 4 Februari 2024. Penelitian ini untuk bertujuan untuk mendeskripsikan pengemasan berita debat kandidat capres dan cawapres Pemilu 2024 dari aspek jenis, Nilai Berita, pemenuhan 5W+1H, Struktur Berita dan Nada Berita pada akun Instagram Kompas.com dan IDN Times.

Dari media sosial Instagram @Kompas.com dan @Idntimes mengemas pemberitaan debat pilpres 2024 dari mulai @Kompas.com dalam periode satu debat yang di unggah pada 12 Desember 2023 sampai dengan periode kelima debat pilpres 2024 pada 4 Februari 2024. Terdapat masing-masing media dalam

105 jumlah konten pemberitaan debat pilpres 2024 selama 5 periode pemberitaan debat kandidat pilpres 2024. Selain itu juga terdapat dari media sosial @Idntimes pada pemberitaan debat pilpres yang menayangkan konten pemberitaan 105 jumlah konten yang telah dipilih oleh peneliti. Dari media tersebut pada pemberitaan @Kompas.com dan @Idntimes yang memberitakan dari periode satu debat pilpres sampai periode ke lima debat pilpres dalam pemberitaannya sebanyak 210 jumlah konten pemberitaan dari akun media sosial Instagram. Dari perbandingan frekuensi jumlah pemberitaan @Kompas.com dan @Idntimes dalam meberitakan debat pilpres 2024 terlihat sangat lebih dominan dari unggahan masing masing media, yaitu bahwa media Instagram @kompas.com lebih banyak mengunggah sebanyak 58 konten berita dalam bentuk video dan 47 konten dalam unggahan bentuk foto, sedangkan pada media akun Instagram @Idntimes mengunggah sebanyak 40 konten dalam bentuk video dan 65 konten dalam bentuk foto. Dari konten unggahan debat dalam periode satu sampai periode kelima tersebut, bahwa @Kompas terlihat lebih berimbang dalam menentukan bentuk pemberitaannya jika dibandingkan @Idntimes yang lebih condong menampilkan pemberitaan dalam bentuk foto. Hal ini dapat terjadi karena pada Debat Pilpres 2024 portal media Kompas yaitu Kompas TV menjadi stasiun televisi yang menyiarkan secara langsung Debat Pilpres 2024 sehingga setiap *statement* atau pernyataan- pernyataan dari para kandidat calon presiden dan wakil presiden selama debat berlangsung bisa langsung dijadikan berita dalam potongan video *Reels*. Sedangkan pada portal media Instagram pemberitaan @Idntimes lebih banyak menampilkan pemberitaan dalam bentuk foto, karena media tersebut memberikan target audience yang lebih mudah dan cepat untuk dibaca karena media pemberitaan @Idntimes lebih dominan menjadi media hiburan dan kreatif dengan target audience milenial dan gen z. Oleh karena itu dari kedua media tersebut merupakan jurnalisme daring profesional yang merupakan situs berita formal.

Pada pengemasan kedua media tersebut mengenai jenis pemberitaan debat pilpres 2024 lebih dominan dalam pemberitaan *straight news*, karena dalam unggahan pemberitaan debat pilpres 2024 dalam akun media sosial Instagram menampilkan pemberitaan secara langsung, karena dari kedua media tersebut terdapat lebih banyak dalam pemberitaan yang dikemas berupa laporan kejadian terbaru dan tanpa ada tambahan unsur pendapat dari pihak penulis berupa dari laporan kejadian terbaru agar mudah untuk dimengerti dan cepat untuk memahami keseluruhan berita.

Kemudian dari media @Kompas.com dan @Idntimes dalam mengemas pemberitaan debat pilpres 2024, menonjolkan nilai berita Nilai Orang Penting (*Public Figures/News Maker*), Aktual (*Timeliness*), Akibat/Dampak (*Impact*), Penting (*Important*). Hal ini dari Nilai pemberitaan Nilai Orang Penting (*Public Figures/News Maker*) berkaitan dengan tokoh publik, pejabat, artis, orang terkemuka atau orang terkenal Karena pada pemberitaan Debat pilpres ini berhubungan dengan tokoh-tokoh penting di Indonesia dengan jumlah 103 konten pemberitaan. Pada Nilai Aktual (*Timeliness*) dengan jumlah 104 konten, karena setiap pemberitaan diberitakan saat debat masih berlangsung atau peristiwa dan kejadian yang terjadi setelah debat bisa dilihat dari tanggal setiap postingan Foto atau Video pada kedua portal media tersebut. Lalu dari Nilai Akibat/Dampak (*Impact*), dari setiap pemberitaan pada @Kompas.com dan @Idntimes, tentunya memiliki dampak atau impact yang luas pada masyarakat karena hal ini merupakan debat capres dan cawapres yang akan menentukan kehidupan masyarakat Indonesia kedepan. Selanjutnya pada Nilai Penting (*Important*), karena debat pilpres menjadi salah satu tolak ukur bagi Masyarakat agar bisa mendengar secara langsung setiap program-program capres dan cawapres secara langsung atau bagi yang tidak sempat menyaksikan pada Televisi bisa tetap mendapatkan pemberitaan mengenai Debat melalui *media online* ataupun media sosial Instagram.

Dari Unsur 5W+1H pada berita debat Pilpres 2024 yang ditampilkan pada sosial media Instagram @Kompas.com dan @Idntimes banyak yang memberitakannya dengan kelengkapan unsur berita 5W+1H sejumlah 69 berita lengkap unsur 5W+1H dan dari 105 berita ada 36 berita yang tidak lengkap unsur 5W+1H. Hal ini terdapat 4 unsur yang lebih banyak ada pada Berita pada media sosial Instagram @Kompas.com. sedangkan pada pemberitaan Debat Pilpres 2024 pada media instagram @Idntimes periode 12 Desember 2023 hingga 4 Februari 2024 banyak yang memberitakannya dengan kelengkapan unsur berita 5W+1H. Dari data yang diperoleh peneliti bila terdapat 40 berita dan terdapat 65 konten berita tidak lengkap dari unsur berita yang terdapat pada @Idntimes.

Pada media @Kompas.com dan @Idntimes dalam mengemas pemberitaan debat pilpres 2024, dalam Struktur berita @Kompas.com, didominasi oleh Struktur Piramida Terbalik sebesar 80 konten berita didapat dari total 105 berita yang diteliti ada 80 berita yang memiliki struktur berita piramida terbalik. Hal ini dikarenakan pengemasan berita dalam akun Instagram @Kompas.com menunjukkan pengemasan teks berita lebih singkat. Sedangkan pada struktur berita dari akun media pemberitaan @Idntimes di dominasi oleh struktur Jam Pasir dengan perhitungan dari 67 berita yang diteliti ada terdapat 105 berita yang memiliki struktur jam pasir. Hal ini dikarenakan media sosial Instagram @Idntimes lebih memaparkan penjelasan dalam konten unggahan yang mendetail.

Dari Nada pemberitaan @Kompas.com dan @Idntimes menunjukkan keduanya lebih mendominasi Nada Netralisasi, dengan jumlah 77 konten pada @Kompas.com dan 70 konten dari @Idntimes, hal ini dikarenakan berita pada media sosial @Kompas.com dan @IdnTimes dalam nada berita yang tidak berat sebelah atau memihak dari pihak manapun hanya memberitakan tentang kejadian yang sedang berlangsung pada debat tersebut apa adanya tanpa

tambahan apapun dan dari dialog tersebut hanya menyampaikan aspirasi masing-masing dari para kandidat

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat lihat peningkatan berita dalam pemberitaan debat capres dan cawapres 2024 dengan metode analisis framing dari kanal media pemberitaan yang berbeda.

5.2.2. Saran Praktis

Hasil dari Penelitian ini dapat menjadi wawasan dan masukan dari media yang diteliti, dan tentunya diharapkan bagi dapat menjadikan pedoman dalam setiap pemberitaan debat dan pemberitaan tentang aspirasi dari politik dalam debat.