

## **BAB 5**

### **Penutup**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari analisis isi berita yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti menarik kesimpulan untuk menjawab pertanyaan sesuai yang terdapat pada tujuan penelitian.

1. Tingkat sensasionalisme pada program berita Kabar Siang lebih tinggi dibandingkan program berita Metro Siang.

Tingkat sensasionalisme dalam tampilan isi program berita televisi Metro Siang tergolong sensasional. Untuk dimensi format atau pengemasan audio visual, dapat ditemukan beberapa penggunaan teknik untuk mendukung sensasionalisme program berita, namun frekuensi dan persentasenya sangat sedikit, sehingga tidak tergolong cukup sensasional. Sedangkan, sensasionalisme dalam tampilan isi program berita televisi Kabar Siang, didukung dengan penggunaan dimensi format yang sensasional pula. Oleh karenanya, program Kabar Siang tergolong sensasional.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktek jurnalisme sensasional terdapat dalam Metro TV dan TV One, namun dalam tingkat yang berbeda. Data yang menunjukkan sensasionalisme dalam kedua program berita ini membuktikan teori yang dinyatakan oleh Blumler dan Kavanagh, bahwa adanya kompetisi di antara berbagai stasiun televisi, mendorong munculnya strategi atau cara pengemasan berita yang baru, sehingga dapat lebih menarik perhatian khalayak.

Pembuktian akan adanya sensasionalisme dalam berita televisi ini juga memperlihatkan praktek market-driven journalism. Ini membuktikan bahwa praktek jurnalisme yang digerakkan oleh pasar benar terjadi pada kedua stasiun televisi khusus berita ini.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa program Kabar Siang lebih sensasional daripada Metro Siang, semakin memperkuat dugaan bahwa TV One sebagai pendatang baru di dunia berita, menggunakan gaya pengemasan

berita baru untuk menarik perhatian khalayak. Tantangan bagi TV One untuk meraih perhatian khalayak sebagai sebuah stasiun televisi swasta khusus berita sangat besar. Pasalnya, Metro TV yang telah selama delapan tahun memulai siaran sebagai stasiun televisi khusus berita, telah dilengkapi dengan pengalaman, perlengkapan, metode, dan strategi yang profesional untuk peliputan berita. Asumsi awal inilah yang menjadi dasar pertanyaan penelitian ini.

2. Pengemasan audio visual untuk berita sensasional belum tentu lebih sensasional dibandingkan dengan pengemasan untuk berita non-sensasional.

Penggunaan dimensi format untuk menjelaskan konsep sensasionalisme dilakukan untuk mengantisipasi kerancuan dalam menyimpulkan mana berita yang sensasional dan mana yang tidak. Ada kemungkinan bahwa berita yang sensasional dikemas dengan cara yang non sensasional sehingga tidak terlihat sensasional, atau sebaliknya berita yang tidak sensasional dikemas dengan cara yang sensasional sehingga tampak sensasional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengemasan topik non sensasional terkadang lebih sensasional dibandingkan topik sensasional. Fakta ini ditemukan dalam pengemasan program berita Kabar Siang di TV One.

Oleh karenanya, untuk dapat melihat sensasionalisme dari program berita, tidak hanya dapat dilihat dari dimensi isi saja, melainkan juga dari dimensi format. Kerancuan kesimpulan sementara yang diambil dari dimensi tertentu saja akan mengaburkan fakta yang sesungguhnya. Penelitian yang dilakukan oleh Shuhua Zhou (2001) dengan menggunakan dimensi isi dan format adalah keputusan yang tepat.

## **5.2.Saran**

1. Penelitian terhadap berita televisi merupakan hal yang penting untuk dilakukan, mengingat kemampuan televisi untuk mempengaruhi banyak orang. Namun demikian, penelitian terhadap berita televisi masih belum banyak dilakukan. Alasan utamanya adalah keterbatasan penyimpanan materi tayangan televisi. Melihat pengalaman di negara maju, penelitian mengenai berita dan tayangan televisi lainnya, dengan menggunakan metode analisis isi sangat banyak karena akses terhadap tayangan-tayangan tersebut cukup mudah. Oleh karenanya, sistem penyimpanan materi tayangan televisi dan akses terhadapnya harus dirancang sedemikian rupa, baik oleh stasiun televisi, pemerintah, maupun lembaga independen, sehingga penelitian mengenai tayangan dalam televisi di Indonesia semakin berkembang, yang akan berimplikasi pada pengembangan tayangan televisi ke arah yang lebih baik.
2. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar paket berita yang dipilih tidak hanya terfokus pada topik-topik tertentu saja (misal: bulan Ramadhan), sehingga data dengan topik yang lebih beragam bisa ikut dianalisis.
3. Untuk lebih menekankan pentingnya masing-masing indikator dari operasionalisasi konsep sensasionalisme, maka penelitian yang lebih mendalam terhadap efek psikologis masing-masing indikator tersebut untuk menarik perhatian khalayak Indonesia perlu dilakukan.

## **5.3. Rekomendasi**

### **5.3.1. Rekomendasi Praktis**

1. Praktek sensasionalisme dalam berita televisi sebaiknya dilakukan dengan lebih cermat dan tidak bertentangan dengan kaidah jurnalistik. Sensasionalisme dalam pengemasan audio-visual dapat dilakukan sejauh tidak mengubah fakta. Prinsip utama dalam jurnalistik adalah kebenaran, oleh karenanya manipulasi dengan mengubah substansi berita tidak diperkenankan terjadi pada pengemasan berita televisi.

2. Perlu adanya pelatihan yang mendalam bagi para jurnalis televisi (mulai dari jurnalis, *camera person*, hingga editor), agar lebih cermat dalam menyusun berita. Hal ini penting untuk dilakukan karena televisi terdiri dari elemen audio visual. Berbeda dengan media cetak yang isinya memaparkan kejadian dengan bahasa tulisan, media televisi memaparkan kejadian dengan suara, gambar, dan juga tulisan. Pengetahuan khalayak akan suatu kejadian mengandalkan mata kamera yang dioperasikan oleh jurnalis dan *camera person* di lokasi kejadian, serta editor yang merangkai gambar-gambar tersebut menjadi cerita yang baik secara tata urutan. Oleh karenanya, praktisi jurnalistik televisi ini harus dipersiapkan sebaik mungkin agar gambar dan suara yang dikumpulkan dapat dirangkai menjadi cerita yang baik, yang berarti harus memiliki banyak *cutaways*.

