

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam opini terdapat sikap yang diyakini setiap informan dalam memberikan pendapat. Sikap setiap informan terhadap pemberitaan Isyana Sarasvati Kompas.com adalah sikap setuju dan tidak setuju. Informan yang mengatakan setuju terhadap isi berita karena dianggap sesuai dengan kenyataan. Sementara pemberitaan yang tidak disetujui informan bahwa Isyana Sarasvati dianggap tidak melakukan tugasnya sebagai *brand ambassador* Tokopedia, hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan informan yang mengatakan bahwa isi pemberitaan berlebihan sehingga Isyana dianggap tidak melakukan tugasnya. Dalam memberikan sikap yang diyakini pendapat subjektif setiap informan memiliki perasaan positif atau negatif. Informan yang menilai positif berpendapat bahwa jurnalis telah memberitakan sesuai dengan hasil wawancara dan menganggap Isyana Sarasvati merupakan korban pemberitaan dari perbincangan di media sosial. Sementara informan yang berpendapat negatif dikarenakan isi berita Kompas.com lebih provokatif. Hal ini didukung juga oleh hasil *media monitoring* dalam pemberitaan Isyana Sarasvati yang memiliki *tone* negatif lebih banyak dari beberapa berita yang ada. Pada *media monitoring* ditemukan dua (2) berita memiliki nilai berita negatif dan dua (2) berita bernilai netral.

Latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut dan berita yang berkembang berpengaruh terhadap pembentukan opini. Budaya

dibedakan menjadi budaya Jawa dan non-Jawa. Berdasarkan budaya informan yang berasal dari Jawa lebih menganut kaidah kerukunan, budaya Jawa yang sukar berkonfrontasi tajam sehingga penyelesaian yang ada dilakukan secara damai hal ini dibuktikan dengan opini informan yang membatasi kemampuannya untuk bertindak dan berbuat. Pengalaman masa lalu hanya mempengaruhi satu informan dikarenakan informan tersebut pernah merasakan dari pengalaman masa lalu dalam menggunakan Tokopedia, sehingga pemberitaan mengenai Isyana Sarasvati tersebut dianggap hanya untuk antisipasi dirinya sebagai pengguna aplikasi Tokopedia. Sementara nilai yang dianut, informan menilai bahwa Kompas.com telah memberitakan sesuai dengan hasil wawancara Isyana Sarasvati dan Isyana dianggap telah mengungkapkan hal-hal yang dirasa benar. Faktor berita yang berkembang juga berpengaruh dalam pembentukan opini di era media baru. Hal ini didukung dengan tersedianya akses yang luas terhadap informasi dan informan dengan leluasa untuk memilih akses yang tersedia. Hal ini dapat dilihat dengan perkembangan era media *interactivity* yang mengungkapkan komunikasi secara dua arah sehingga pembaca berita dapat langsung memberikan opini mereka terhadap pemberitaan yang tertulis dalam laman media online.

B. Saran

Setelah mengetahui opini yang ada dalam pemberitaan mengenai Isyana Sarasvati di Kompas.com, terdapat beberapa saran bagi Kompas.com dan

juga Tokopedia berdasarkan opini pengguna Tokopedia yang membaca pemberitaan mengenai Isyana Sarasvati di Kompas.com, yakni:

1. Untuk Kompas.com:

Sebaiknya Kompas.com dan Kompas dapat meningkatkan nilai berita dengan mencantumkan bukti atau hasil wawancara dengan jelas.

2. Untuk Tokopedia:

Agar dapat menjalin *media relation* yang baik dengan media lokal maupun nasional di Indonesia.

3. Untuk Penelitian Selanjutnya:

Dapat melakukan penelitian terhadap kredibilitas media online dalam memberikan pemberitaan mengenai Isyana Sarasvati sebagai *brand ambassador* Tokopedia.