

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan atas temuan dan kajian ilmiah terkait penguatan platform media cetak dalam memenangkan pasar generasi Z. Tujuan penelitian yang sudah dicantumkan pada bagian pendahuluan, menjadi acuan hasil kajian ilmiah penelitian sehingga tidak melenceng dari penelitian. Hasil penelitian selanjutnya untuk melengkapi hasanah keilmuan dengan tema yang sejenis dan diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan gambaran bagi pemangku kebijakan di perusahaan media untuk menentukan strategi yang tepat, efektif dan efisien. Media cetak bisa kembali merebut hati pembacanya, terutama pembaca dari generasi Z.

Selain itu peneliti juga akan memberikan saran akademis terkait dengan hasil temuan penelitian kepada pihak Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat. Sehingga hasil kajian ilmiah mengenai penguatan platform media cetak ditengah generasi Z ini dapat memberikan manfaat untuk perkembangan kedua cetak ini untuk meningkatkan platformnya lebih baik dan bisa diterima oleh seluruh pembacanya terutama pembaca muda.

Peneliti juga akan memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melengkapi hasanah keilmuan dalam tema kajian platform media cetak untuk menarik pasar generasi Z.

5.1 Simpulan

Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat yang menjadi objek dalam penelitian ini menunjukkan adanya konstruksi konten media dalam memenangkan pasar generasi Z. Konstruksi dilakukan melalui penguatan platform yang ditujukan

kepada pembaca muda. Namun, konstruksi sosial untuk membentuk realitas media ini, belum mempunyai dampak yang signifikan untuk menarik anak muda menjadi sasaran. Asumsi ini diperkuat dengan terhentinya 2 (dua) rubrik utama yang ditujukan untuk anak muda yaitu rubrik Eksis Suara Merdeka mulai bulan Februari 2019 dan rubrik KACA Kedaulatan Rakyat pada bulan Juni 2019 karena pengurangan halaman di kedua media cetak tersebut.

Belum optimalnya konstruksi konten media yang dibangun, berdampak pada keengganan generasi Z untuk menjadikan media cetak sebagai pilihan teknologi komunikasi yang digunakan karena citra yang melekat pada media cetak tidak sesuai dengan identitas khalayak media yang diinginkan oleh generasi pembaca muda.

Kesimpulan lainnya yang ditemukan peneliti berdasarkan data penelitian, harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat masih mengandalkan tim redaksi dalam melakukan inovasi rubrikasi, baik harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat belum didukung dengan tim solid dari divisi yang lain untuk menjalankan program rubriknya.

Dalam menentukan rubrikasi untuk generasi Z, baik koran Suara Merdeka maupun Kedaulatan Rakyat belum didukung dengan riset yang matang. Penelitian yang terkonsep secara matang menjadi solusi untuk mencari data penguatan *platform* media cetak yang ideal untuk segmen pasar generasi Z yang diharapkan akan menjadi rujukan bagi pelaku bisnis media untuk menentukan strategi kebijakan medianya. Belum dilaksanakannya riset di harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat ini karena terkendala dengan *budget* yang tidak tersedia untuk melakukan penelitian.

Untuk mengenalkan rubrikasi generasi Z di Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat, perusahaan media melakukan sosialisasi kepada pembaca muda

melalui sosialisasi yang dilakukan oleh tim redaksi dan tim sosial media. Keterlibatan pegawai secara personal untuk ikut mensosialisasikan rubrik-rubrik anak muda ini melalui sosial medianya sudah mulai dilakukan. Namun nampaknya komitmen pegawai untuk ikut mensosialisasikan rubrik yang menysasar ke generasi Z belum maksimal. Sosialisasi lebih banyak dilakukan oleh divisi yang menangani yaitu tim redaksi dan tim sosial media.

Anggaran merupakan satu persoalan yang tidak bisa dianggap remeh. Dalam setiap kegiatan, ketersediaan *budget* bisa menjadi tolok ukur keberhasilan. Tanpa *budget* atau dana maka kegiatan akan berjalan seadanya. Program rubrikasi sebaik apapun tanpa didukung anggaran yang memadai akan berjalan kurang maksimal. Beda ketika ada anggarannya, maka kegiatan akan lebih terfokus karena ada yang bisa digarap dan dicapai. Data hasil penelitian yang terhimpun menunjukkan pihak manajemen harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat belum menyediakan anggaran yang proporsional untuk mendukung suksesnya rubrikasi untuk anak muda. Bahkan ketika efisiensi anggaran yang berimbas pada pengurangan jumlah halaman, maka rubrikasi untuk anak muda merupakan rubrikasi yang dihilangkan sebagaimana yang telah dipaparkan diatas. Begitupun kegiatan *off print* sebagai sarana menyapa langsung pembaca muda berkurang signifikan karena kurangnya ketersediaan dana.

Tim redaksi sebagai pihak pelaksana dari rubrikasi anak muda haruslah didukung oleh tenaga editor yang muda pula. Peneliti masih menemukan tim redaksi harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat yang menangani rubrik anak muda masih didominasi oleh editor yang berusia tua. Hal ini tentu kurang sejalan dengan rubrik yang diasuh. Sehingga rubrik berjalan kurang maksimal bahkan tidak sukses.

Awereness generasi muda terhadap Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat, kurang tergarap dengan baik. Hal ini sangat disayangkan mengingat mereka adalah pihak yang disasar. Pada dasarnya Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat sudah melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan anak muda namun masih sebatas pada kegiatan-kegiatan yang sifatnya event internal mereka sendiri. Peneliti menemukan, akibat pelibatan kegiatan yang masih sebatas event itu membuat mereka merasa hanya dibutuhkan saat diperlukan. Hal ini membuat *awerness* mereka menjadi kurang terhadap harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat. Pelibatan anak muda pada setiap kegiatan, terutama yang terkait dengan rubrik sangat penting. *Awerness* anak muda terhadap Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat akan terbangun dengan sendirinya bila mereka sering dilibatkan pada kegiatan yang melibatkan anak muda maupun tidak.

Dalam konteks kebijakan nasional, peneliti belum menemukan regulasi yang mengatur atau mewajibkan penyedia platform media sosial atau perusahaan media online menerapkan sistem berbayar bagi konsumen atau netizen yang mengakses atau memanfaatkan layanan yang disediakan, baik itu mengakses/ memanfaatkan sebagian maupun keseluruhan kontennya.

Tidak adanya regulasi yang mengatur platform media sosial membuat media cetak kalah bersaing dengan media sosial atau media online. Pembaca muda akan lebih memilih mengakses berita dari media online karena lebih mudah dan murah. Sifat praktis ini menjadikan anak muda tidak tertarik lagi dengan media cetak yang dinilai sudah jadul dan tidak praktis.

Era digital juga menjadikan pembaca muda berpikir realistis: tidak mau ribet, seperti halnya membawa gadget. Platform media cetak yang masih harus membeli dinilai sebagai hal yang tidak efisien.

5.2 Implikasi Hasil Studi

Dalam kegiatan penelitian ilmiah upaya pengembangan sebuah teori sangat dimungkinkan sebagai upaya penyempurnaan teori dalam menjelaskan sebuah fenomena yang aktual.

Kerlinger dalam Munawar Syamsudin Aan mengatakan dalam teori terdapat tiga unsur, yaitu *pertama*, sebuah teori merupakan seperangkat proposisi yang terdiri atas konstruk-konstruk yang terdefiniskan dan saling berhubungan. *Kedua*, teori menyusun seperangkat variabel dan merupakan pandangan sistematis mengenai fenomena yang didiskripsikan oleh variabel-variabel. *Ketiga*, suatu teori menjelaskan fenomena. (Aan : 2013 : 16). Hal ini sejalan dengan fungsi dari teori itu sendiri yaitu untuk menjelaskan dan meramalkan perilaku, menemukan teori lainnya, digunakan untuk aplikasi praktis, memberikan perspektif bagi usaha penjangkaran data, membimbing dan menyajikan gaya penelitian. (Moeleong, 2016 :88)

Kategori teori dibagi menjadi dua yaitu teori substantif, yang disusun untuk keperluan empiris dan teori formal yang digunakan untuk keperluan pengembangan secara konseptual yang berbeda dengan taraf abstraksinya. (*ibid*)

Pengembangan sebuah teori diawali dari memanfaatkan teori substantif sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis kerja dengan memanfaatkan metode analisis komparatif. (*ibid*) selanjutnya menganalisis secara sistematis, membandingkan hasil-hasil penelitian melalui arahan dan bimbingan teori pokok.

Teori Determinisme Teknologi yang dijadikan salah satu landasan teori untuk melakukan analisa dari hasil penelitian ini, menurut penulis perlu dikembangkan lebih lanjut agar bisa menjelaskan fenomena alasan kenapa generasi Z lebih memilih menggunakan media komunikasi yang berbasis internet bukan media komunikasi yang berbasis cetak.

Pengembangan Teori ini lebih ditekankan pada konsep yang dapat memberi penjelasan yang cukup terkait fenomena transisi teknologi komunikasi dalam satu kurun waktu yang bersamaan dan melibatkan generasi penggunanya yang berbeda zaman.

Teori Determinisme Teknologi sebagai salah satu teori komunikasi sebenarnya bisa dikatakan sebagai teori yang lengkap. Teori yang digagas Mc Luhan ini memberikan diskripsi bahwa teknologi mempunyai efek yang penting dalam membentuk kehidupan manusia. Manusia sebagai pembuat teknologi pada akhirnya justru tergantung dengan hasil ciptaannya, serta perilaku berkomunikasi dan berbudaya diarahkan oleh teknologi yang diciptakan, "*We shape our tools and they in turn shape us*" (Kita membentuk peralatan kita dan pada gilirannya membentuk kita).

Lebih jauh Teori Determinisme Teknologi juga memprediksikan tentang fenomena *Global Village*, dimana informasi dapat menyebar dari satu wilayah ke wilayah lainnya dengan sangat cepat dan masif. Teknologi menurut teori ini dibagi dalam dua jenis yaitu media panas (*hot media*) dan media dingin (*cool media*). Media panas didefinisikan sebagai media yang membutuhkan sedikit imajinasi atau keterlibatan dari audien/pembaca/pendengar karena media informasi yang didapatkan dari media jenis ini sudah sangat lengkap dan jelas. Contoh media yang masuk dalam kategori ini misalnya film. Penonton dapat memahami pesan yang disampaikan oleh

film tidak membutuhkan ekstra energi dan konsentrasi bahkan bisa dilakukan secara santai sambil melakukan aktivitas lain, misalnya makan, minum dan bermain gadget.

Media dingin didefinisikan sebagai media yang membutuhkan partisipasi dari penggunanya. Untuk memahami pesan yang disampaikan audien harus terlibat secara langsung. Contoh dari media dingin adalah percakapan tatap muka atau percakapan melalui telepon.

Pemikiran lain yang masih berkaitan dengan Teori Determinisme Teknologi adalah ungkapan "*the medium is the message*", bahwa media adalah pesan, yang mempunyai makna saluran/teknologi komunikasi mempunyai kekuatan mempengaruhi masyarakat dan bukan isi pesannya.

Rangkaian pemikiran yang terdapat dalam teori ini bisa dikatakan cukup sistematis namun seperti yang telah disampaikan diatas bahwa teori ini perlu pengembangan yang signifikan agar bisa menjelaskan fenomena kekinian terkait pilihan penggunaan sebuah teknologi komunikasi.

Sisi lain yang perlu pengembangan dari Teori Determinisme teknologi yaitu dampak dari penggunaan sebuah teknologi komunikasi. Misalnya dampak dari teknologi komunikasi berupa televisi. Dampak dari televisi hanya bisa dijelaskan oleh teori komunikasi yang lain yaitu Teori Kultivasi. Teori ini digagas oleh George Gebner yang berdasarkan hasil penelitiannya selama bertahun-tahun menemukan bahwa televisi dengan segala pesan dan gambar yang disajikan, berhasil menanamkan cara pandang yang sama terhadap realitas dunia kepada pemirsa televisi. Gambar yang diterima pemirsanya adalah realitas yang diperantarai dan membuat masyarakat menjadi homogen (Morissan, 2014 : 518-519).

Begitupun halnya efek dari penggunaan teknologi komunikasi berbasis internet yang saat ini sedang menjadi trend berupa smartphone. Fenomena ini memunculkan *nomophobia* yang saat ini sedang mewabah menjangkiti masyarakat dunia maya. *Nomophobia* merupakan gejala kejiwaan yang melanda individu yang merasa gelisah, kehilangan bahkan ketakutan ketika jauh dari telepon genggamnya. Dalam konteks masyarakat Indonesia, gejala *nomophobia* berkorelasi positif dengan penggunaan sosial media yang menempati peringkat atas.

5.3 Saran

5.3.1 Saran untuk Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat

Berdasar penelitian mengenai harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat, peneliti menemukan beberapa hal yang menjadi catatan dalam konteks praktis terkait rubrikasi. Seluruh media massa melakukan sejumlah inovasi untuk menggaet pembaca generasi Z di era industrialisasi media yang serba digital. Setiap media massapasti menemui permasalahan-permasalahan yang berpotensi menghambat inovasi rubrikasi. Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat sudah melakukan upaya inovasi rubrikasi untuk bisa memenangkan pasar pembaca generasi Z. Meski begitu masih banyak aspek yang perlu diperhatikan Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat saat menjalankan proses inovasi rubrikasi diantaranya:

1. Inovasi rubrikasi harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat tidak didukung dengan tim solid untuk menjalankan program rubriknya. Peneliti menyarankan agar:
 - a. Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat membuat tim khusus yang terdiri dari orang redaksi, marketing komunikasi (Markom), dan event organizer (EO). Hal ini merupakan hal mendasar yang sangat penting bagi

perencanaan pembuat program rubrikasi. Sehingga setiap individu yang terlibat memiliki tanggung jawab untuk mensukseskan inovasi rubrikasi sebagai programnya. Tanggung jawab kesuksesan sebuah rubrik tidak bisa seluruhnya dibebankan kepada orang redaksi. Sinergi antara redaksi, Markom, dan EO akan menentukan sukses tidaknya rubrik untuk generasi Z. Tim redaksi bersama tim layouter bertanggungjawab membuat konten dan design rubrik menjadi semenarik mungkin. Tim Markom bersama tim bisnis memiliki tanggung jawab untuk mensosialisasikan dan meyakinkan manfaat rubrik kepada generasi Z dan calon pengiklan. Tim EO bertanggungjawab untuk menawarkan kepada pihak-pihak yang bisa diajak kerja sama untuk menggelar event terkait rubrik yang menjadi unggulan.

- b. Menentukan rubrikasi dengan riset yang matang. Salah satu tahapan yang sering kali dilewatkan adalah riset atau penelitian. Tahapan ini penting untuk mengetahui kemasam rubrik seperti apa yang diminati generasi Z dan konten apa yang dibutuhkan oleh generasi Z.

Riset yang dilakukan harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat dapat dilakukan dengan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mengetahui setiap rincian dari kebutuhan rubrik dan sasaran pembaca generasi Z secara ilmiah. Sehingga harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat bisa menyajikan konten-konten yang menarik dan dibutuhkan oleh generasi Z.

- c. Meningkatkan komitmen pegawai untuk ikut mensosialisasikan rubrik yang menyasar ke generasi Z. Saat ini persaingan industri media massasangat ketat. Setiap pegawai harus memiliki komitmen bersama untuk memenangkan persaingan industri media massa cetak. Harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat tidak akan bisa menang dalam persaingan ini kalau sumber daya

manusia di dalamnya tidak memiliki tekad untuk memenangkannya. Untuk kembali merebut hati pembaca, terutama generasi Z, sumber daya manusia Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat harus ikut tercurahkan untuk mensukseskan rubrik ini. Industri media adalah perusahaan yang sangat dinamis, begitu pula dengan sumber daya manusianya yang harus dinamis dalam berfikir dan berkegiatan. Apabila sumber daya manusia masih statis untuk kepentingan pribadi tanpa memikirkan program perusahaan, maka perusahaan bisa tidak berkembang secara baik sesuai yang direncanakan. Kerja sama antarpegawai masih harus ditingkatkan, tidak hanya terpaku pada *job desk* antarindividu namun juga antarbagian. Sehingga program rubrik sebagai implementasi dari pengembangan perusahaan bisa dijalankan dengan sukses. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa SDM harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat sudah menjalankan hal ini tetapi belum optimal. Sehingga program rubrik generasi Z masih kurang berhasil.

2. Pada tahap target, harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat tidak didukung dengan budget. Program rubrik untuk generasi Z dibuat untuk menyasar generasi Z tanpa adanya dukungan dana. Sehingga program rubrik yang mestinya menjadi unggulan tidak bisa jalan sesuai yang diharapkan karena tidak adanya dana untuk sosialisasi secara langsung kepada generasi Z. Dalam sebuah program, dukungan dana sangatlah penting. Peneliti menyarankan agar budget untuk mendukung suksesnya inovasi rubrik menjadi pertimbangan urgen untuk direalisasikan.
3. Pada tahap implementasi, harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat harus merekrut banyak tenaga muda yang dilibatkan dalam proses produksi program rubrik yang menyasar generasi Z. Perubahan zaman harus diimbangi dengan tenaga muda yang andal. Tenaga tua tidak tepat lagi untuk memegang rubrik yang

berkaitan dengan generasi Z karena zamannya sudah beda dan style yang ditangani juga beda. Peneliti memberi saran agar rubrik untuk generasi Z ditangani oleh editor yang tidak hanya berusia muda tapi juga memiliki semangat inovatif yang bagus. Editor senior cukup berperan sebagai mentor untuk editor muda. Sehingga sinergi keduanya diharapkan bisa menghasilkan produk inovatif dan sesuai sasaran. Dalam hal kreatifitas dan inovasi generasi muda memiliki banyak ide yang masih segar. Hal ini harus dimanfaatkan oleh Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat untuk bisa memenangkan persaingan media cetak. Diharapkan dengan banyaknya generasi muda yang dilibatkan dalam proses produksi maupun perencanaan rubrikasiakan semakin segar dan dapat menjangkau generasi muda.

4. Meningkatkan *awereness* generasi muda terhadap Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat. Caranya dengan mengadakan kampanye sosial untuk isu-isu hoaks, life style, dan media sosial bisa menjadi salah satu solusi untuk bisa lebih dekat dengan generasi muda. Saran peneliti, konten rubrikasi generasi Z juga dipakai untuk memuat kegiatan-kegiatan anak muda. Sehingga mereka merasa memiliki dan kreativitasnya diperhatikan.

5.3.2 Saran untuk Pemegang Kebijakan Legislatif dan Eksekutif ; Regulasi Media Sosial dan Media Online Berbayar

Menghadapi senjakala bisnis media cetak, hanya sedikit perusahaan media yang bisa *survive* dan merealisasikan konsep, strategi dan inovasi terbaik yang telah diputuskan oleh perusahaan karena terkendala pembiayaan.

Keuangan perusahaan media sebagian besar terkuras untuk menutup biaya operasional meliputi biaya gaji pegawai, biaya cetak koran dan operasional kantor. Pemerintah diharapkan bisa turut serta mengurai benang kusut ini dengan membuat

regulasi yang lebih *rigid* terkait akses informasi di media digital, misalnya dengan membuat regulasi sosial media dan media online berbayar.

Mengakses berita di media sosial maupun online memiliki banyak keuntungan karena hampir semua media sosial maupun online tidak berbayar. Cukup dengan modal kuota internet, maka dengan mudah media sosial dan online bisa dinikmati. Segala informasi yang tersedia di media sosial maupun online bisa didapatkan.

Hal itu berdampak buruk terhadap keberadaan media cetak (koran) karena sebagian besar pembaca beralih ke media online maupun media sosial yang tidak begitu susah untuk mendapatkan. Masyarakat yang hendak mencari informasi dan hiburan dapat mengakses dimanapun berada selama kuota dan jaringan internet ada. Sementara untuk bisa menikmati koran pembaca harus membeli, dan bagi yang tidak berlangganan harus ke pengecer atau agen koran dulu.

Perusahaan media cetak terancam gulung tikar karena banyak kehilangan pembaca yang beralih menikmati media sosial dan online yang lebih praktis, murah, dan mudah didapat tanpa harus mendatangi pengecer atau agen. Hal inilah yang membuat media cetak benar-benar mengalami senjakala.

Koran sebagai pilar demokrasi ke empat sudah saatnya diselamatkan. Keberadaan koran di era penjajahan, kemerdekaan, dan pasca kemerdekaan, hingga saat ini, tetaplah penting untuk dijaga. Kontribusi yang diberikan oleh media cetak terkait pendidikan demokrasi bagi masyarakat dan negara, tidak terbantahkan lagi. Media cetak dulu dijadikan sebagai alat propaganda maupun perjuangan untuk mencapai kemerdekaan.

Di era senjalaka media cetak ini, peneliti menyarankan pemerintah hadir memberi kontribusi bagi keberlangsungan media cetak agar tidak “punah” ditelan zaman. Pemerintah sebagai pembuat regulasi perlu mempertimbangkan atau bahkan membuat peraturan terkait media, khususnya antara media cetak dan online. Kedua media beda “alam” ini harus dipadupadankan soal aturannya agar terjadi keseimbangan dalam penggunaannya. Para pengguna media cetak harus beli dulu sebelum menikmati, maka demikian halnya dengan pengguna media online.

Pemerintah selayaknya membuat regulasi yang mengatur pengusaha media online tidak lagi menggratiskan seluruh konten berita yang ditampilkan. Beberapa konten berita harus berbayar bagi yang ingin membukanya, misalnya seperti di detik.com. Sejumlah berita terkait seks, hanya bisa dibuka dengan persyaratan khusus bagi calon pengaksesnya, yakni harus sudah berumur dewasa berdasarkan jejak alamat emailnya.

Konsep serupa juga diterapkan oleh media online nasional berbahasa Inggris The Jakarta Post Online, yang menerapkan kebijakan berbayar bagi pelanggan yang akan mengakses beberapa konten yang diadopsi dari media versi cetaknya dan konten online premiumnya.

Media online nasional lainnya yang menerapkan sistem berbayar sebagian kontennya yaitu Kompas.id, yang mulai eksis pada tahun 2017. Kompas.id merupakan portal berita Kompas yang memuat berita koran Kompas dan fitur berita tambahan seperti Di Balik Berita, Riset, Tutar Visual dan lainnya. Kehadiran Kompas.id sekaligus bentuk konfirmasi kepada publik yang sebagian besar beranggapan versi online dari koran Kompas yaitu Kompas.com yang kualitas jurnalistiknya dianggap dibawah koran Kompas. Dari segi manajemen keduanya juga

berbeda, Kompas.id dikelola oleh PT Kompas Media Nusantara yang merupakan penerbit koran Kompas, sedangkan Kompas.com dikelola oleh PT Kompas Cyber Media yang merupakan anak perusahaan Kompas.

Pembaca media online yang ingin mengakses seluruh informasi yang dimuat di Kompas.id diwajibkan berlangganan. Pembaca media online yang ingin mengakses seluruh informasi yang dimuat di Kompas.id diwajibkan berlangganan dengan tarif Rp 40.000/bln untuk Kompas digital dasar, Rp. 50.000/bulan untuk Kompas digital premium dan Rp. 98.000/bulan untuk paket Kompas digital premium dan koran.

Konsep media online dan media sosial berbayar saat ini juga mulai diterapkan oleh media digital internasional, contohnya media sosial Spotify. Aplikasi layanan music streaming, podcast dan video komersial dari Swedia ini menyediakan dua jenis streaming tingkatan music, Spotify gratis (160 kbit/s) dan Spotify premium berlangganan (320 kbit/s). Keistimewaan Spotify premium ini sama sekali tidak ada iklan dalam bentuk apapun, kualitas audio yang unggul dan kuantitas konten lebih variatif serta dapat di *download* untuk dinikmati secara *offline*. Dengan konsep berbayar ini pada tahun 2018 Spotify diakses oleh 191 juta pengguna dengan pelanggan berbayar sebanyak 87 juta orang dengan biaya langganan antara Rp 49.990-79.000 tergantung pada paket yang dipilih.

NetFlix adalah contoh perusahaan streaming online berbayar yang juga eksis di 190 negara termasuk di Indonesia. Untuk dapat menikmati konten streamingnya pelanggan harus membayar mulai dari Rp 190.000 dengan 3 jenis layanan yaitu basic, standard dan premium.

Keberadaan regulasi yang mengatur sejumlah berita online dan media sosial harus berbayar, setidaknya akan membuat para pembaca media online

mempertimbangkan keberadaan media cetak. Sejumlah keuntungan bisa didapatkan dari media cetak, misalnya ulasan berita sangat lengkap, kertas koran bisa dimanfaatkan untuk kerajinan atau dijual kembali, bisa untuk kliping sebagai dokumen sejarah.

Keuntungan lainnya yaitu, salah satu solusi untuk meminimalisir penyebaran ujaran kebencian, hoax dan isu SARA di media digital. Sistem berbayar membuat masyarakat berfikir ulang untuk menyebarkan informasi yang belum terkonfirmasi kebenarannya karena mereka harus mengeluarkan anggaran ekstra untuk aktivitas tersebut.

5.3.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Penelitian mengenai penguatan platform media cetak ditengah generasi Z ini merupakan penelitian kualitatif dengan mengambil obyek penelitian harian Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat.

Dalam penelitian ini digambarkan proses konstruksi konten media yang diterapkan dalam rubrikasi halaman untuk menarik minat generasi pembaca muda dengan berbagai permasalahan yang dihadapi. Selain itu dalam penelitian ini juga digambarkan bagaimana pilihan teknologi komunikasi yang digunakan oleh harian Suara Merdeka dan kedaulatan Rakyat dalam mempengaruhi pembentukan khalayakan media yang berpengaruh pada pilihan teknologi komunikasi yang digunakan generasi Z. Salah satu permasalahan signifikan yang membuat konstruksi konten yang dilakukan oleh kedua media ini tidak cukup berhasil yaitu karena pilihan platform media cetak yang digunakan belum mentransformasikan kedua koran ini menjadi koran generasi muda.

Peneliti menyarankan kepada pembaca yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini dengan meneliti tentang format koran generasi muda yang ideal dalam bisnis media cetak di Indonesia. Obyek penelitian disarankan pada media massa cetak yang telah berhasil menarik minat pembaca generasi Z sebagai pembaca mudanya, misalnya koran Jawa Pos.

Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis jika peneliti selanjutnya punya pengalaman sebagai pengelola media atau generasi muda yang selama ini sudah menjadi pembaca media yang bersangkutan. Sehingga penelitian tersebut dapat menghasilkan temuan format koran generasi muda yang ideal yang dapat menarik minat generasi Z ditengah senjakala media di Indonesia.

