

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ditinjau dari aspek *visibility* bahwa upaya penciptaan *visibility* dari agenda media pada tayangan *Cabe-cabean* di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV di atas dapat diketahui bahwa Metro TV menciptakan frekuensi dan durasi sebagai bentuk *visibility* dari agenda media yang bertujuan untuk menciptakan daya tarik program acara agar khalayak sebagai penonton lebih menikmati tayangan *Cabe-cabean* yang selama ini menjadi *tranding topic* di mata masyarakat.
2. Ditinjau dari aspek *audience salience* yaitu relevansi isi berita di acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang bertajuk fenomena *Cabe-cabean* sebagai kebutuhan khalayak. Isi pesan dalam sebuah berita yang diciptakan oleh tim Metro TV pada acara “*Selayang Pandang*” yaitu misi dan orientasi di mana dalam hal tersebut pesan moral pada tayangan fenomena *Cabe-cabean* untuk pemirsa yang ada dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dengan tujuan menanamkan suatu ide pada penonton dan mempengaruhi penonton.
3. Ditinjau dari aspek *velence (valensi)* secara *visualisasi* pemberitaan bagi suatu peristiwa fenomena *Cabe-cabean* diproduksi secara

*visualisasi* oleh Metro TV menjadi sebuah peristiwa berita yang dapat diterima oleh khalayak sebagai penontonnya karena latar musik sebagai pendukung berita dan karakter tokoh dari narasumber dapat diterima oleh masyarakat dengan baik dan edukatif.

## 5.2 Saran-Saran

Melihat permasalahan yang telah diuraikan di atas, penulis mencoba untuk memberikan masukan berupa saran-saran kepada pihak Metro TV yang menciptakan program selayang pandang yang memberitakan fenomena *Cabe-cabean* agar lebih menciptakan inovasi serta menciptakan pemberitaan yang objektif, informatif, edukasi, dan menghibur. Adapun saran-sarannya adalah :

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Hasil pembahasan yang menunjukkan bahwa agenda media pada tayangan acara "*Selayang Pandang*" Metro TV yang lebih menekankan kepada *visibility, audience salience, valence*. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya menggunakan dan memperdalam pembahasan dengan memakai teori atau konsep selain *agenda setting* misalkan memakai konsep *analisis wacana Teun Van Dijk* yang lebih membahas mengenai struktur makro, super struktur, dan struktur mikro.
2. Sebaiknya peneliti selanjutnya untuk menekankan kepada inovasi-inovasi yang memakai teori dan konsep yang lebih mengarah kepada konteks tekstual seperti memakai teori atau konsep dari Norman

Fairclough yang membahas representasi, relasi dan identitas dalam sebuah media televisi yang akan dibahas.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Dari penelitian ini ada baiknya *Visibility*, mengenai pembuatan frekuensi dan intensitas tayangan acara “*Selayang Pandang*” Metro TV yang membahas fenomena *Cabe-cabean*. Sebaiknya pihak Metro sering menayangkan acara-acara berita yang sedang ramai dibicarakan di mata masyarakat dengan durasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sebagai khalayak penontonnya, agar masyarakat bisa mendapatkan informasi berita yang objektif, edukatif, dan menghibur.
2. Dari penelitian ini ada baiknya *Audience* pihak Metro TV harus lebih mempunyai ciri khas pada saat menayangkan fenomena *Cabe-cabean* agar masyarakat sebagai khalayak penonton lebih mengenai ciri khas dari setiap pemberitaan yang disampaikan pada acara “*Selayang Pandang*” Metro TV.
3. Dari penelitian ini ada baiknya, *Valence* sebaiknya pihak Metro TV lebih menciptakan inovasi dari segi visualisasi agar acara “*Selayang Pandang*” lebih bagus dari sebelumnya sehingga bisa lebih mempengaruhi minat masyarakat untuk mengikuti berita fenomena yang ditayangkan Metro TV.