

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap kelima informan yang memiliki *field of experience* dan *frame of reference* yang berbeda-beda, peneliti membaginya ke dalam dua sub-bab mengenai penerimaan khalayak terkait Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 dalam pemberitaan pada media massa Kompas yang berjudul Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 Berdasarkan pada hasil wawancara serta teknik *encoding-decoding* dari setiap informan.

Setelah melakukan wawancara terhadap kelima informan mengenai Komersialisasi Penanganan Covid 19 sebagai suatu hal yang sah dilakukan, menunjukkan bahwa dua dari kelima informan berada pada posisi *Dominant-Hegemonic Position*, duanya lagi berada pada posisi *Negotiated Code*, dan satu berada pada posisi *Oppositional Position*. Informan yang berada pada dominan menerima secara penuh bahwa Komersialisasi Penanganan Covid 19 merupakan sebuah suatu hal yang sah untuk dilakukan. Tetapi dua informan berada pada posisi negosiasi, karena beranggapan bahwa komersialisasi merupakan suatu hal yang sah dilakukan tapi tetap dalam pengawasan pemerintah Pembahasan mengenai Dampak Komersialisasi Penanganan Covid 19 melalui pandangan masyarakat, satu dari kelima informan berada pada posisi *Dominant-Hegemonic Position* karena setuju dengan pemberitaan yang menjadi pada pembahasan ini, yakni komersialisasi akan berdampak buruk pada status Covid. Sedangkan dua lainnya

berada pada posisi *Oppositional Position* dan *Ne gotiated Code*. Informan yang berada pada posisi negosiasi setuju jika komersialisasi akan membuat status pandemi lebih buruk jika direalisasikan saat status covid masih tinggi. Dua informan lainnya berada pada posisi Oposisi karena menolak tanggapan bahwa Komersialisasi dapat menyebabkan pandemi suatu negara semakin memburuk.

V.1 Saran

V.1.1 Saran Akademis

Penelitian kali ini menggunakan *Reception Analysis* atau analisis resepsi yang dimana ingin melihat penerimaan dari setiap informan terhadap pemberitaan Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan menggunakan metode *framing*, karena melalui metode *Framing* karena dapat dilihat pesan-pesan melalui dua bingkai berita yang berbeda.

V.1.2 Saran Praktis

Penelitian kali ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat umum mengenai pesan yang disampaikan melalui artikel berita pada media massa online kompas yang berjudul Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid 19 karena merupakan hal yang terjadi dalam masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku.

- Adisasmito, W. (2016). *Sistem Kesehatan* (kedua). Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ariesanti, A., Kusdewanti, A. I., & Wijayanti, A. (2021). *Realitas Masyarakat dalam Potret Nentografi.pdf* (p. 116). Penerbit Peneleh.
- Hadi, I. P. (2020). *Penelitian Media Kualitatif* (p. 43). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Janesia, Y. V. (2022). Konstruksi Realitas Pemberitaan Kebijakan Vaksinasi Berbayar Di Portal Berita Online. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 163–180.
<https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.2431>
- Basu, S., & W, I. (2002). *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar EkonomiPerusahaan Modern)* (edisi keti). LIBERTY YOGYAKARTA.
- Denny, J. A., Ph, D., Denny, J. A., & Ph, D. (2013). *INDONESIA TANPA DISKRIMINASI* (Jomninofri (ed.)). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Doembana, I., Rahmat, A. &, & Farhan, M. (2017). *Manajemen Dan Strategi komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Gunakaya, A. (2017). *Hukum Hak Asasi Manusia* (A. C (ed.)). Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Laksana, M. (2015). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*. Bandung: CV PUSTAKASETIA.
- Moleong, Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. REMAJA ROSIDAKARYA
- Pamuji, E. (2019). Media Cetak vs Media Online (Perspektif Manajemen danBisnis Media Massa). In *Unitomo Press*.Pujarama, widya., & Yustisia

- Ika. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk penelitian Gender dan Media*. Malang: UB Pres
- Saliman, A. (2010). *Hukum Bisnis ntuk perusahaan (kelima)*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Smith, R. K. M. S., Høstmælingen, N., Ranheim, C., et.al (2008). *Hukum Hak Asasi Manusia (HAM)* (K. Asplund, M. Suparman, & E. Riyadi (eds.)). Yogyakarta: PUSHAM UII.
- Sugiyono. (2016). *Memahami penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA cv
- Supriyanto, S., & Ernawati. (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan* (O. HS (ed.)). Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Yanuarso, P. (2019). *Kontroversi vaksin*. Mizan Media Utama. Bandung: MizanMedia Utama

Jurnal

- Dwiputra, K. O. (2021). JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL Analisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 26–37. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- E.B, G. A. (2012). Jurnalisme Reportase Sebuah Produk Komersialisasi dalam Industri Televisi. *THE MESSENGER*, IV.
- Kurniawan, Y. D., Ekantoro, J., & Roosinda, F. W. (2021). *Analisi Framing Pemberitaan Pro dan Kontra Penggunaan Vaksin AstraZeneta Pada Media Online Tirto.ID dan CNBC Indonesia*. 8, 38–47.
- Linnarto, F. P., Gunawan, K. P., Setiadi, M., Ashyari, R. A., & Lukman, S. (2019). Teh Putih sebagai Alternatif Minuman Fungsional untuk Gaya Hidup Sehat : Peluang Komersialisasi di Indonesia. *Indonesia Business Review*, 02(1), 139–159.
- M, M. (2012). Perkembangan Teknologi Dalam Industri Media. *Jurnal Teknik Industri*, 12(1), 57. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol12.no1.57-64>
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.Com. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74–89.
- Santoso, S. (2021). “Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online.” *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154.
- Setyawan, F. E. B., & Lestari, R. (2020). Challenges of Stay-At-Home Policy Implementation During the Coronavirus (Covid-19) Pandemic in Indonesia.

Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, 8(2),

15. <https://doi.org/10.20473/jaki.v8i2.2020.15-20>

Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran Dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa Di Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>

Triana, A. A., & Fauzi, A. M. (2020). Dampak Pandemi Corona Virus Diserse 19 Terhadap Meningkatnya Kriminalitas Pencurian Sepeda Motor Di Surabaya. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(3), 302–309. <https://doi.org/10.24815/sklj.v4i3.18742>.

Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi sebagai Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2), 201–208. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/8>

Sugiarto, A., & Gabriella, D. A. (2020). Kesadaran Dan Perilaku Ramah Lingkungan Mahasiswa Di Kampus. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 260. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.21061>

Web

Maharani, Tsarina. (Menkes Tetapkan 7 Jenis Vaksin Covid-19 yang Akan Digunakan Indonesia)

<https://nasional.kompas.com/read/2020/12/31/11211591/menkes-tetapkan-7-jenis-vaksin-covid-19-yang-akan-digunakan-indonesia>

Dewi, Retia (Menilik Perbedaan Vaksin Subsidi dan Vaksin Mandiri, Ini Penjelasan

(Kemenkes) <https://www.kompas.com/tren/read/2020/12/14/083000265/menilik-perbedaan-vaksin-subsidi-dan-vaksin-mandiri-ini-penjelasan-kemenkes?page=all>

Pranita, Ellyvon (Diumumkan Awal Maret, Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari [maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari](#)

Pro kontra komersialisasi penanganan covid 19

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/29/205532369/contoh-debat-tentang-vaksin-covid-19?page=all>

Pro Kontra Komersialisasi Penanganan Covid-19 – ROSI)

<https://www.kompas.tv/article/131883/pro-kontra-komersialisasi-penanganan-covid-19-rosi>

link Youtube Rosi Talkshow Kompas Tv

https://www.youtube.com/watch?v=FSTMTVYe6_0