

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis tersebut, *channel* YouTube @tvOneNews dan *channel* @METROTV memiliki perbedaan yang signifikan dalam hal penyampaian dan isi berita yang dipublikasikan. Hal ini juga dipengaruhi oleh nilai-nilai, kepentingan, dan kekuasaan yang ada dalam media tersebut, yang berusaha dijalankan dan disebarluaskan melalui media. Oleh karena itu, media tidak lagi bersifat netral dan tidak memihak. Terdapat perbedaan dalam pemberitaan tentang boikot produk Israel antara *channel* YouTube @tvOneNews dan @METRO TV.

*Channel* YouTube @tvOneNews terlihat lebih konsisten dengan programnya yang membahas berita tentang boikot produk Israel. Mereka mengundang narasumber yang memiliki kaitan dengan boikot produk Israel dalam beberapa video yang berjudul "Boikot produk Israel, Apa efeknya?", "Boikot Produk Israel, mengapa harus selektif?", dan "Boikot Produk Israel, jangan salah alamat". Selain itu, *channel* ini juga membahas dampak ekonomi bagi Indonesia dan peran pemerintah yang belum terlihat hingga saat ini. Tujuan dari *channel* ini adalah memberikan pemahaman kepada audiens mengenai hubungan langsung maupun tidak langsung antara produk-produk tersebut dengan Israel, sehingga boikot dapat dilakukan secara selektif dan efektif.

Sementara itu, *channel* YouTube @METRO TV memiliki sudut pandang yang berbeda dalam tiga video berita tentang boikot produk Israel. Mereka tidak terlihat konsisten dengan program yang dibuatnya, dengan konteks pembahasan yang berbeda-beda meskipun berita yang disampaikan sama, yaitu tentang boikot

produk Israel. Dalam program "Economic Challenges", mereka membahas solusi untuk mendukung Palestina tanpa berdampak negatif terhadap perekonomian Indonesia dan menghimbau konsumen untuk menghindari produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Pada program "PR News", mereka menjelaskan mekanisme penyaluran dana masyarakat untuk membantu rakyat Palestina dan membahas aksi solidaritas yang dilakukan. Pada program "Zona Bisnis", mereka membahas apakah gerakan boikot produk Israel memiliki dampak pada kinerja perusahaan dan pergerakan sahamnya.

Maka dari pada itu, dapat disimpulkan bahwa *channel* YouTube @tvOneNews lebih konsisten dalam membahas berita tentang boikot produk Israel. Mereka fokus pada dampak ekonomi bagi Indonesia dan memberikan pemahaman kepada audiens tentang hubungan produk-produk tersebut dengan Israel. Sementara itu, *channel* YouTube @METRO TV memiliki sudut pandang yang berbeda dalam pemberitaannya dan membahas berbagai aspek terkait boikot produk Israel.

## 5.2 SARAN

Media massa sangatlah memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kontrol sosial ataupun masyarakat, setiap isu atau berita dapat mempengaruhi spekulasi dalam masyarakat. Dengan demikian, media massa harus menjadi wadah yang bisa memberikan pemahaman, mendidik dan bijak dalam memberitakan suatu berita sehingga masyarakat tidak salah tafsir. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan.

*Channel* YouTube @tvOneNews dapat terus mempertahankan konsistensi dalam pemberitaan tentang boikot produk Israel dan melibatkan narasumber yang

relevan. *Channel* YouTube @METRO TV dapat lebih konsisten dalam program yang dibuat dan konteks pembahasannya agar audiens dapat memahami dengan lebih baik. Kedua *channel* dapat melanjutkan pemberitaan tentang dampak ekonomi bagi Indonesia dan peran pemerintah yang belum terlihat terkait boikot produk Israel. Kemudian dapat terus memberikan pemahaman kepada audiens tentang hubungan langsung dan tidak langsung antara produk-produk tersebut dengan Israel, sehingga boikot dapat dilakukan secara selektif dan efektif.

