

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Isi Komentar Negatif Akun Instagram @tvrissports mengenai Program TV "*TotalEnergies BWF World Championships 2025*", dapat disimpulkan bahwa komentar negatif yang disampaikan oleh pengguna Instagram merupakan bentuk respons terhadap informasi penayangan pertandingan yang dinilai tidak sesuai dengan harapan audiens. Dari total 640 komentar yang berhasil dikumpulkan, setelah melalui proses reduksi data diperoleh 95 komentar yang memenuhi kriteria sebagai komentar negatif dan dianalisis menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif dengan bantuan perangkat lunak NVivo 12 *Plus*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa komentar negatif dapat dikelompokkan ke dalam lima kategori utama, yaitu kritik, keluhan, kekecewaan, sarkasme, dan kemarahan. Masing-masing kategori memiliki karakteristik makna yang berbeda. Kategori kritik berisi penilaian terhadap kualitas penyelenggaraan siaran dan profesionalisme TVRI *Sport* dalam menyampaikan informasi kepada publik. Kategori keluhan menunjukkan ketidakpuasan pengguna terhadap kurangnya kejelasan informasi, perubahan jadwal penayangan, serta minimnya respons dari pengelola akun Instagram. Sementara itu, kategori kekecewaan menggambarkan tidak terpenuhinya harapan pengguna setelah menunggu pertandingan sesuai informasi yang dipublikasikan. Kategori sarkasme ditandai dengan penggunaan bahasa sindiran seperti PHP, *prank*, dan omdo sebagai bentuk ekspresi ketidakpuasan secara tidak langsung. Adapun kategori kemarahan memperlihatkan ekspresi emosi yang paling tinggi melalui penggunaan makian maupun ungkapan kekesalan secara langsung terhadap TVRI *Sport*.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa komentar negatif pada akun Instagram @tvrissports mengenai Program TV *TotalEnergies BWF World Championships 2025* didominasi oleh lima kategori, yaitu kritik, keluhan, sarkasme, kekecewaan, dan kemarahan. Di antara kelima kategori tersebut, kekecewaan dan kemarahan menjadi temuan yang paling menonjol karena

mencerminkan tingginya tingkat ketidakpuasan audiens terhadap komunikasi digital yang dilakukan TVRI *Sport*.

Berdasarkan teori analisis isi Krippendorff, penelitian ini menunjukkan bahwa komentar negatif di media sosial tidak hanya berisi penilaian terhadap suatu peristiwa, tetapi juga mencerminkan makna, pengalaman, dan respons emosional pengguna terhadap pesan yang diterima. Komentar-komentar tersebut memperlihatkan bahwa ketidaksesuaian antara informasi yang dipublikasikan melalui media sosial dengan pelaksanaan penayangan pertandingan memengaruhi persepsi audiens terhadap kualitas komunikasi TVRI *Sport* sebagai lembaga penyiaran publik.

Dalam perspektif komunikasi organisasi, komentar negatif tersebut tidak hanya merupakan ekspresi emosi pengguna media sosial, tetapi juga menjadi bentuk umpan balik publik terhadap komunikasi eksternal organisasi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan audit komunikasi untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi, kualitas interaksi dengan audiens, serta strategi komunikasi digital TVRI *Sport*.

Dengan demikian, penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa isi komentar negatif pada akun Instagram @tvrissports didominasi oleh bentuk kritik terhadap kualitas komunikasi, keluhan atas kurangnya kejelasan informasi, rasa kecewa karena harapan yang tidak terpenuhi, sindiran melalui bahasa sarkastik, serta kemarahan akibat pengalaman yang dianggap merugikan pengguna.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya penelitian mengenai analisis isi komentar pada media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya menganalisis komentar negatif, tetapi juga membandingkannya dengan komentar positif maupun netral sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai respons audiens terhadap suatu konten media.

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian komunikasi organisasi dengan menerapkan audit komunikasi secara lebih komprehensif, misalnya melalui kombinasi analisis komentar media sosial, wawancara dengan pengelola media sosial organisasi, dan survei terhadap audiens. Dengan demikian, evaluasi terhadap efektivitas komunikasi organisasi dapat dilakukan secara lebih menyeluruh.

Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan menggunakan *platform* media sosial lain, seperti YouTube, X, Facebook, atau TikTok, sehingga dapat diketahui perbedaan karakteristik komentar pengguna pada masing-masing *platform*. Penelitian juga dapat menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda, misalnya analisis isi kuantitatif, analisis sentimen, analisis wacana, atau *mixed methods* untuk menghasilkan pemahaman yang lebih luas mengenai pola komunikasi digital masyarakat.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi TVRI *Sport*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas komunikasi dengan audiens melalui media sosial. Informasi mengenai jadwal penayangan maupun perubahan siaran hendaknya disampaikan secara lebih cepat, jelas, dan konsisten agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat.
2. TVRI *Sport* juga disarankan untuk meningkatkan responsivitas dalam mengelola akun Instagram, khususnya dengan memberikan klarifikasi ketika terjadi perubahan jadwal, kendala teknis, maupun gangguan penayangan. Komunikasi yang terbuka dan responsif dapat membantu mengurangi munculnya komentar negatif serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga penyiaran.
3. TVRI *Sport* perlu menjadikan komentar negatif sebagai bagian dari evaluasi komunikasi secara berkala, bukan hanya sebagai respons sesaat dan perlu meningkatkan kecepatan serta konsistensi penyampaian informasi melalui media sosial agar mengurangi munculnya komentar yang didominasi rasa kecewa.

4. TVRI *Sport* perlu menyusun prosedur pengelolaan komentar sehingga komentar yang mengandung kemarahan dapat ditangani secara lebih cepat dan tepat.
5. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai masukan dalam menyusun strategi pengelolaan media sosial yang lebih berorientasi pada kebutuhan audiens. Komentar yang disampaikan oleh pengguna media sosial sebaiknya dipandang sebagai bentuk umpan balik yang dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan informasi, meningkatkan kepuasan audiens, serta memperkuat citra TVRI *Sport* sebagai lembaga penyiaran publik yang profesional dan komunikatif.