

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang Analisis Isi Teknik Propaganda pada Pemberitaan Pembangunan Indonesia di Majalah Tempo dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Semua Teknik Propaganda digunakan pada Pemberitaan Pembangunan Indonesia di Majalah Tempo dengan porsi yang berbeda-beda. Card Stacking merupakan teknik propaganda terbanyak digunakan, sementara name calling menjadi teknik propaganda paling sedikit digunakan.
2. Analisis dari pemberitaan ini terdiri dari beberapa poin sesuai dengan unit analisis yang ada, sebagai berikut;
 - a. Unit fisik berita tentang pemberitaan pembangunan Indonesia di Majalah Tempo jelas beragam. Berita dengan fisik paling banyak terdapat pada pemberitaan dengan judul “Misi Ganda Medan Merdeka” dan berita dengan fisik terkecil terdapat pada pemberitaan dengan judul “Bubuk Halus Logam Industri”. Sementara teknik propaganda Card Stacking memiliki kata dengan jumlah fisik terbanyak, dan Name calling menjadi teknik propaganda dengan jumlah fisik paling sedikit.
 - b. Unit analisis sintaksis menemukan fakta bahwa kata-kata yang paling sering muncul cenderung beragam.
 - c. Unit referensial menuntun peneliti mengkategorikan kata yang sepadan pada pemberitaan pembangunan Indonesia berdasarkan pilar

pembangunan, dan menemukan fakta bahwa pilar tata kelola pemerintah menjadi pilar paling banyak dimuat oleh teknik propaganda.

- d. Unit proposisional pada penelitian ini menemukan bahwa teknik propaganda yang lebih dominan melihat kepada pernyataan dan porposisi tentang pilar pembangunan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- e. Unit tematik pada penelitian ini menemukan bahwa teknik-teknik propaganda yang paling dominan berada pada tema-tema yang berkaitan dengan pilar pembangunan pengembangan ilmu pengetahuan dan Teknologi.

3. Efek teknik propaganda yang muncul dari pemberitaan pembangunan di Majalah Tempo adalah;

- a. Efek kognitif yang muncul memberikan pengetahuan baru bagi pembaca terkait pembangunan di Indonesia pasca pelantikan Jokowi sebagai presiden periode kedua.
- b. Efek Afektif muncul dalam dua bentuk; bentuk pertama muncul rasa simpati dan empati ketika objek berita yang disajikan oleh Majalah Tempo memang menyentuh pembaca langsung. Sementara bentuk kedua, tidak muncul simpati dan empati ketika objek berita yang disajikan oleh Majalah Tempo tidak menyentuh pembaca langsung.
- c. Efek behavior muncul dalam bentuk partisipasi yang berskala individu, hal ini terjadi karena pembaca belum memiliki kuasa lebih untuk melakukan pembangunan dengan skala yang besar.

B. Saran

1. Peneliti selanjutnya hendaknya mempertimbangkan metode penelitian yang memungkinkan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak, media yang berbeda dan analisis yang berbeda pula.
2. Majalah Tempo hendaknya lebih memperhatikan ketelitian teknik penulisan berita yang akan disajikan kepada pembaca, sehingga tidak memunculkan indikasi penggunaan teknik propaganda yang buruk.
3. Pemerintah hendaknya mempertimbangkan kritik yang dimuat oleh Majalah Tempo menggunakan teknik propaganda untuk memberikan kesan pembangunan yang lebih baik.

