

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

6.1.1 Deskripsi Pemberitaan Media

Berdasarkan hasil analisis framing menggunakan model William A Gamson, adakalanya media memiliki ide sentral yang hampir sama, meskipun didukung oleh perangkat pembingkai maupun perangkat penalaran yang berbeda. Namun, umumnya sering didapati ide sentral antar media sangat berbeda. Penonjolan aspek tertentu dengan sudut pandang tertentu, membuat pemberitaan dengan isu yang sama, tetapi disuguhkan kepada pembaca melalui bingkai dengan gaya bercerita yang berbeda.

Dari empat berita yang diteliti dari masing-masing media cetak *Harian Padang Ekspres*, *Harian Umum Singgalang* dan *Harian Haluan* ada perbedaan framing di setiap edisi. Untuk edisi Jumat, 18 Januari 2019 khususnya *Harian Padang Ekspres* dan *Harian Umum Singgalang* sama-sama berpandangan bahwa dengan keahlian yang dimiliki, kemampuan debat kandidat Capres dan Cawapres mampu memukau masyarakat. Sedangkan *Harian Haluan* melakukan pembingkai bahwa kemampuan debat kedua kandidat tidak memuaskan.

Selanjutnya pada edisi Kamis, 4 April 2019 ketiga media cetak tersebut mengkonstruksi jalannya sebuah acara kampanye dengan sudut pandang yang bervariasi. *Harian Padang Ekspres* dan *Harian Haluan* sama-sama membingkai beritanya dengan menekankan orasi kampanye Prabowo Subianto tentang

peningkatan kesejahteraan dan perekonomian. Sementara itu, *Harian Umum Singgalang* tampil berbeda dengan lebih menekankan ide sentral tentang suasana haru yang berlangsung selama kampanye Prabowo Subianto di Kota Padang.

Pada berita ketiga, edisi Senin, 8 April 2019 pemberitaan ketiga media tersebut tentang kegiatan kampanye terbuka memiliki ide sentral yang lebih beragam. *Harian Padang Ekspres* menekankan ide sentral tentang janji-janji Prabowo Subianto jika memenangi pemilu. *Harian Umum Singgalang* lebih menonjolkan banyaknya massa pendukung Prabowo Subianto yang hadir di stadion GBK. Sedangkan *Harian Haluan* menekankan adanya perbedaan gaya kampanye antara Prabowo Subianto dan Joko Widodo.

Terakhir, pada edisi Rabu, 10 April 2019 ketiga media cetak tersebut mengangkat pemberitaan tentang kegiatan kampanye kubu pasangan calon Jokowi-Maruf di Kota Padang. Ide sentral yang ditonjolkan oleh masing-masing media cukup berbeda. *Harian Padang Ekspres* menekankan adanya optimisme kemenangan bagi Jokowi di Sumbar melihat besarnya pendukung yang hadir berkampanye. *Harian Umum Singgalang* lebih menekankan kehadiran kepala daerah sebagai representasi besarnya dukungan masyarakat Sumbar. Kemudian *Harian Haluan* menonjolkan ketidakhadiran Jokowi dalam kegiatan kampanye tersebut tidak mengurangi dampak dukungan massa.

6.1.2 Netralitas Media

Dengan ide sentral framing yang berbeda, dapat diungkapkan adanya kecenderungan keberpihakan media kepada salah satu kubu pasangan calon presiden dan wakil presiden. Dimana *Harian Padang Ekspres* dan *Harian Umum*

Singgalang secara umum lebih mengarahkan pemberitaannya untuk menguntungkan kandidat Prabowo-Sandi, sementara *Harian Haluan* lebih menekankan arah pemberitaannya untuk mendukung Jokowi-Maruf.

6.2 Saran

Pembahasan tentang ide sentral pemberitaan tiga media cetak di Sumatra Barat yaitu *Harian Padang Ekspres*, *Harian Umum Singgalang* dan *Harian Haluan* sebagaimana dijelaskan dalam penelitian ini belum dapat menguak ideologi perusahaan media tersebut. Sebab analisis *framing* dengan menggunakan model William A Ganson hanya memaparkan sudut pandang media dalam membingkai sebuah berita. Penelitian ini juga tidak mengupas secara tajam bagaimana teks yang ditampilkan dalam berita merepresentasikan sebuah wacana tertentu dari media tersebut. Dengan hanya menelaah teks dari segi pembingkai beserta perangkat-perangkatnya, tidak membuat penelitian ini mendeskripsikan proses pembuatan berita tersebut. Karenanya, tidak ada wawancara dengan pembuat berita, bagaimana proses liputan dan bagaimana rapat redaksi dalam menentukan posisi dan judul berita diterbitkan dalam koran mereka. Oleh karena itu peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

Pertama, hasil penelitian ini dapat dikembangkan lagi dengan penelitian-penelitian yang mengarah pada ideologi media massa di Sumatra Barat saat berlangsungnya sebuah pemilu, maupun saat adanya pemberitaan dari sumber-sumber politisi yang mengkritik pemerintah sebagai lawan politik mereka. Di sisi lain, penelitian ini juga terbatas pada pemberitaan menjelang berlangsungnya

pemungutan suara alias hanya membahas seputar kegiatan pasangan calon presiden dan wakil presiden di masa kampanye. Oleh karena itu diperlukan pula, penelitian lanjutan yang mengangkat proses pembentukan kabinet pasca ditetapkannya pemenang pemilu. Dari sini muncul pertanyaan, bagaimana media massa melakukan pemingkaiian terhadap kandidat yang kalah dalam pemilu maupun yang menang.

Kedua, penelitian ini masih memiliki sejumlah kekurangan dari berbagai sisi. Namun dari pembahasan yang dijabarkan dalam penelitian ini, disarankan kepada penanggungjawab maupun pemimpin redaksi ketiga media terbesar di Sumatra Barat tersebut agar lebih membuka ruang berbagai perspektif dalam pemberitaannya. Baik itu dengan meningkatkan *cover both sides*, *cover all sides*, menambah narasumber dari akademisi maupun dengan memberikan *treatment* edukasi politik bagi para pembacanya.

Ketiga, para pembaca surat kabar di Sumatra Barat disarankan juga untuk lebih cerdas dalam memahami suatu pemberitaan. Karena pada dasarnya setiap berita memiliki *framing* tertentu sesuai dengan kebijakan perusahaan media tersebut.

