

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis *framing* pemberitaan pada dua media *online*, yakni okezone.com dan mediaindonesia.com, seputar Basuki Tjahja Purnama di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta nanti, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada beberapa *frame* yang terdapat pada kedua media *online* tersebut. *Frame* tersebut antara lain, *frame* personalisasi, *frame* hukum, dan *frame* politik. *Frame* personalisasi yakni isu/tema yang diangkat dilihat dari perspektif individu-individu dan termasuk Ahok sendiri. *Frame* hukum, isu yang diangkat dilihat dari segi hukum, misalnya permasalahan hukum yang sedang terjadi kemudian “dimainkan”. *Frame* politik, isu tema/isu yang diangkat dilihat dari sudut pandang politik, misalnya hubungan calon dengan partai pengusung dan lain-lain.
2. Dari hasil analisis *framing* berita pada okezone.com, media *online* ini menggunakan *frame* personalisasi terhadap Ahok, seperti berita tentang sikap inkonsistensi Ahok yang dianggap berbahaya oleh pengamat politik. Walaupun berita meyangkut masalah hukum dan lain sebagainya, okezone.com akan tetap menyisipkan atau mencampuradukan dengan *frame* personalisasi, bukan hanya *frame* hukum, politik atau lainnya. Contohnya seperti berita, “**Gugatan Ahok**”

**soal Cuti Kampanye Dinilai Rugikan Demokrasi”**, dari judul berita ini menggambarkan tendensi terhadap *frame* personalisasi Ahok sangat kuat. Meskipun berita ini menyangkut proses hukum yang diajukan Ahok di MK, beda bila mana gugatan tersebut dilakukan oleh pihak lain. *Frame* personalisasi seperti inilah yang dimainkan oleh okezone.com pada beritanya, baik itu berita tentang hukum dan etika maupun politik. *Frame* hukum yang coba dimainkan oleh okezone.com, yakni masalah hukum yang sedang dihadapi oleh Ahok juga mempengaruhi dukungan kepada dirinya.

3. *Framing* media indonesia.com tentang Ahok di pilgub DKI Jakarta, cukup dominan dengan *frame* politik dan *frame* personalisasi. Meskipun bila dibandingkan, lebih banyak *frame* politik dari pada *frame* personalisasi. *Frame* politik seperti, hubungan Ahok dan partai politik seperti PDIP, pujian dari partai pendukung Golkar terhadap kinerja Ahok-Djarot, serta elektabilitas Ahok pada hasil survei. Salah satu contoh *frame* personalisasi terlihat pada berita **“Ahok Sebut Caci Maki Lawan Jadi Promosi untuk Dirinya”**, meskipun berita tersebut menyangkut kampanye hitam (etika & politik), namun media indonesia.com lebih menonjolkan sikap Ahok yang santai dalam menghadapinya.
4. Dari analisis yang dilakukan, kedua media ini menggunakan banyak *frame* dalam membingkai sebuah peristiwa menyangkut Ahok di Pemilihan Gubernur DKI Jakarta. *frame-frame* seperti, *frame* hukum,

*frame* politik, dan *frame* personalisasi, digunakan disetiap berita-beritanya. Okezone.com mem*framing* berita seputar Ahok dari berbagai sudut, seperti personalisasi, hukum dan politik. Sedangkan *framing* mediaindonesia.com lebih meniti beratkan pada *frame-frame* personalisasi agar mengangkat citra Ahok. Hal ini membuat tema atau isu-isu penting seperti kebijakan yang akan dilakukan atau visi dan misi kampanye kurang mendapatkan tempat dalam pemberitaan, setidaknya hal ini bisa dilihat dari *sample* berita yang ada.

5. Secara keseluruhan hasil analisis *framing* ini, menunjukkan dominannya *frame* personalisasi terhadap Ahok dibandingkan dengan isu-isu lain, baik di media okezone.com maupun mediaindonesia.com. Ini menunjukkan bahwa pentingnya pertarungan membentuk citra Ahok dimata masyarakat, baik itu citra negatif dan positif, maka dari itu, *frame* personalisasi dianggap sangat penting dalam pertarungan Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 15 Februari 2017. Selain itu, ini juga membuktikan bahwa masih ada kepentingan pemilik modal dalam pembentukan *framing* sebuah berita, dan menentukan posisi atau *standpoint* dari media massa dalam menanggapi sebuah isu. Hal tersebut juga, memaksa wartawan untuk pandai dalam memoles sebuah berita demi kepentingan *owner*. Ini membuat sejauh mana netralitas media massa kembali dipertanyakan, karena akan mengurangi nilai berita.

## **B. Keterbatasan**

Keterbatasan penelitian ini, sebatas analisis *framing* berita tentang pilgub DKI dan hanya menyangkut satu calon Gubernur saja dan terlepas dari lolos tidaknya Ahok sebagai Calon Gubernur dari KPUD DKI Jakarta, ataupun terpilih atau tidak menjadi Gubernur DKI Jakarta. Analisis yang dilakukan hanya pada teks berita yang dipublikasikan dan tidak melakukan wawancara terhadap wartawan ataupun media terkait.

### **C. Rekomendasi**

#### **1. Rekomendasi Akademik**

Penelitian ini bisa dapat dikembangkan lagi dan dijadikan bahan diskusi di universitas, terutama di Program Studi Ilmu Komunikasi, tentang bagaimana pengaruh kepemilikan media terhadap ideologi media sehingga berdampak pada arah berita. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai contoh untuk penelitian analisis *framing* berita yang lainnya.

#### **2. Rekomendasi Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan menggunakan media massa yang lain sebagai bahan analisis *framing* agar kita bisa banyak mengetahui bagaimana cara media massa dalam mem*framing* sebuah berita. Atau bisa juga dengan menggunakan metode analisis *framing* yang juga.

#### **3. Rekomendasi Sosial**

Hasil penelitian ini memberikan sebuah rekomendasi kepada masyarakat agar lebih jeli dalam membaca dan mencermati sebuah

berita. Masyarakat harus mencerna sebuah berita supaya tidak mudah terpengaruh dengan agenda kepentingan media yang diselipkan kedalam setiap beritanya. Dengan demikian maka masyarakat diharapkan kritis terhadap media-media yang tidak independen.