

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan analisis terhadap berita dari kedua media online yang memberitakan tentang koalisi dan oposisi setelah hasil pemilu 2024 dari media tempo.co dengan mediaindonesia.com dengan menggunakan model analisis framing Robert N. Entman maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Framing yang dikembangkan oleh media online tempo.co lebih bersikap memantik permasalahan dan bersifat kontra pada berita tentang koalisi dan oposisi pasca hasil pemilu 2024. Dalam pemberitaannya pada periode tersebut saat pertemuan kedua tokoh, tempo.co cenderung melihat permasalahan yang serius pada sikap, yang menimbulkan ketidakompakan dari Surya Paloh sebagai ketua umum, dengan Anies dan Muhaimin sebagai calon pengusung presiden yang mengusulkan hak angket atas kecurangan pemilu. Tempo.co menghadirkan pendapat dan opini dari pihak yang kontra dan netral terhadap isu pertemuan tersebut. tempo.co dikenal masyarakat sebagai media yang selalu mengkritik sikap kebijakan dari pemerintah, yang tidak sesuai atau tidak sejalan dengan ideologi tempo.co sehingga dalam berita ini tempo berupaya untuk menggiring opini melihat dari peristiwa pertemuan kedua tokoh itu. Dalam hal ini tempo.co memberikan tindakan terhadap munculnya permasalahan yang akan terjadi, sehingga memberikan pandangan lain kepada pembaca dan menjadi kritis dalam memberikan opini atau isu kepada masyarakat luas.
2. Framing yang dikembangkan oleh mediaindonesia.com lebih bersikap positif dari pertemuan kedua tokoh ini, pertemuan tokoh tersebut dibangun oleh mediaindonesia.com lebih memilih untuk mengangkat berita dari peristiwa itu menekankan dalam konteks persahabatan yang telah lama terjalin. Mediaindonesia.com menghadirkan pendapat dan opini dari pihak yang pro dan netral sedangkan permasalahan yang terjadi lebih menekankan pada Prabowo Subianto yang rentan terhalang dalam kebijakannya.

Mediaindonesia.com merupakan media group yang dipegang oleh Surya Paloh dimana yang nantinya peraturan atau sikap pemilik akan mempengaruhi cara pandang media terhadap memaknai sebuah peristiwa.

3. Dalam isi berita kedua media memberikan sikap positif setelah bergabungnya NasDem dalam koalisi pemerintahan. Media online tempo.co dan mediaindonesia.com menggunakan kalimat perenungan dalam keputusan yang diambil oleh Surya Paloh sebagai penekanan pada keputusan akhir, sedangkan kedua media memberikan penilaian moral berbeda. Kedua media memberikan pilihan dalam penyelesaian yang positif bagaimana sebaiknya menyikapi masalah dalam sikap bekerjasama.
4. Framing antara tempo.co dan mediaindonesia memiliki cara yang serupa terhadap pemberitaan, yang membedakan adalah isi dan sumber kutipan beritanya.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas memperlihatkan bahwa setiap media membangun realitas berita-berita yang mereka kehendaki dari proses publikasi dalam pemberitaan, kekuatan yang dimiliki media dalam mengkonstruksi tersebut menjadi alat sebagai pembentuk opini dan membuat perspektif baru dari segala aspeknya. Harapan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan saran kepada media online khususnya pada wartawan dan saran kepada masyarakat sebagai audience yang menjadi target dari pengaruh media, karena audience bersifat pasif dari terpaan pesan oleh media, Adapun beberapa saran dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Media online Tempo.co dan Mediaindonesia.com tetap bertumpu terhadap idealisme yang dimiliki media masing-masing untuk menghindari campur tangan dari pihak dari luar instansi media untuk mengurangi dari efek manipulasi dalam pemberitaan.
2. Kedua media tersebut memiliki tujuan untuk mengedepankan pemberitaan sesuai fakta dengan tujuan untuk meyakinkan terhadap keterangan yang sudah dipastikan kebenarannya dan tidak memisahkan fakta yang terlalu

jauh dari realitas sebenarnya sehingga akan mempengaruhi dalam mengkonstruksi realitas yang ada.

3. Wartawan diharapkan memberikan opini dari narasumber yang proporsional dalam pemberitaan baik dari pihak pro dan kontra terhadap permasalahan atau isu yang ditulis dalam berita sehingga nilai tersebut menjadi kunci untuk meyakinkan pembaca dalam mempertimbangkan kepercayaan terhadap narasumber dan instansi media.
4. Kepada masyarakat dimaksudkan untuk menjadi peran audience aktif dalam menyikapi suatu pemberitaan dan lebih bijak dalam bereaksi terhadap isi pesan dari terpaan media itu sendiri, diharapkan masyarakat lebih memahami bagaimana proses produk media dalam memberikan informasi sebagai potongan-potongan dari keutuhan informasi.

