



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Aktor politik dapat menjadi magnet kuat bagi para pekerja media untuk dijadikan sebagai objek dan narasumber berita yang menarik karena ditangan mereka akan lahir banyak keputusan untuk hidup orang banyak. Ahok, dengan perencanaannya, komentar, dan perilakunya dalam menangani banjir di Ibu Kota, terlebih jabatan yang disandanginya sebagai Gubernur DKI Jakarta yang telah ditetapkan pada tahun 2014, menjadikan dirinya sebagai sosok yang menarik untuk diulas dalam berita dan mampu menarik minat pembaca.

Media massa tidak mengambil semua peristiwa terkait penanganan yang Ahok lakukan terhadap banjir yang melanda Jakarta. Hal ini dikarenakan mereka telah memilih dan menyeleksi beberapa peristiwa di lapangan, yang kemudian diliput untuk dituangkan dalam bentuk sebuah berita dengan sudut pandang wartawan diikuti faktor internal dan eksternal media massa tersebut.

Pada tanggal 9 Februari 2015, Ahok kembali menjadi sorotan terkait masalah banjir Jakarta yang dianggap memiliki titik banjir tertinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan telah mengenai Balai Kota dan Istana negara. Sosok yang pernah bekerja sama dengan Presiden Joko Widodo sebagai pasangan Gubernur-Wakil Gubernur DKI Jakarta periode

2012-2014 ini menyadari kekuatan media yang mampu mengkonstruksi banjir yang terjadi. Ahok mengatakan, banjir terparah berada di Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Namun, media massa memberitakan seolah-olah seluruh bagian Jakarta telah tergenang banjir.

Perlahan, media massa tidak hanya mengulas banjir yang terjadi, melainkan menyeret nama Ahok sebagai sosok pemimpin daerah yang dianggap memiliki tanggung jawab terhadap banjir yang melanda DKI Jakarta sebagai objek berita. Berbagai tokoh politik hingga artis pun menjadi sasaran untuk dijadikan pengamat Ahok dalam menangani banjir yang terjadi. Baik kritik maupun pujian yang dilontarkan oleh narasumber tidak sepenuhnya dituangkan wartawan dalam berita yang akan disajikan pada publik karena dalam memproduksi sebuah berita terdapat seleksi dan penonjolan pada isi berita yang dikemas dengan kata dan bahasa yang baik. Bahkan, ada bagian-bagian yang tidak dianggap penting telah dihilangkan.

Masyarakat yang tidak memahami jika media dan wartawan merupakan agen konstruksi yang dapat mengaburkan realitas akan memiliki pemikiran atau penggambaran yang sama sesuai penggambaran media tersebut.

Berdasarkan hasil analisis berita yang dilakukan peneliti dengan menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman pada media daring (dalam jaringan) Tempo online ([tempo.co](http://tempo.co)) dan VivaNews ([viva.co.id](http://viva.co.id)) mengkonstruksi sosok Ahok dalam menangani permasalahan banjir di DKI Jakarta pada 9 Februari – 18 Februari 2015, memiliki perbedaan pada isi

berita yang disampaikan dan pemilihan narasumber. Berikut kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil analisis yang telah diuraikan pada bab IV :

1. Tempo.co menampilkan dua narasumber Oppie Andaresta dan Fadli Zon sebagai narasumber untuk mencermati sosok Ahok dan kinerjanya dalam menangani permasalahan banjir dari dua berita yang berbeda. Dalam pemberitaan yang menjadikan Oppie Andaresta sebagai narasumber, Tempo.co memposisikan sosok Ahok sebagai korban dari kebijakan yang diambil dari beberapa Gubernur DKI Jakarta sebelumnya dan masyarakat yang tidak tahu menahu tentang masalah ini malah menyalahkan Ahok atas banjir yang terjadi, sedangkan tanggung jawab dalam menangani masalah banjir semata-mata bukan hanya tanggung jawab Ahok saja. Sedangkan, dalam pemberitaan yang menjadikan Fadli Zon sebagai narasumber, isi pemberitaan tersebut diawali dengan memberikan kritik pada sikap Ahok yang dinilai telah menyederhanakan masalah banjir, menyalahkan sejumlah pihak terkait banjir yang melanda, dan bersikap arogan dalam menyikapi permasalahan tersebut. Namun, dibalik kritik tersebut, dituliskan juga bahwa perencanaan Ahok untuk membuat tembok penahan ombak laut sudah baik adanya. Pada berita yang menjadikan Fadli Zon sebagai narasumber ini, Tempo.co mengkonstruksi Ahok sebagai sosok pemimpin yang memiliki perencanaan baik untuk solusi penanganan banjir tetapi sikap Ahok dinilai tidak mencerminkan seorang pemimpin daerah.

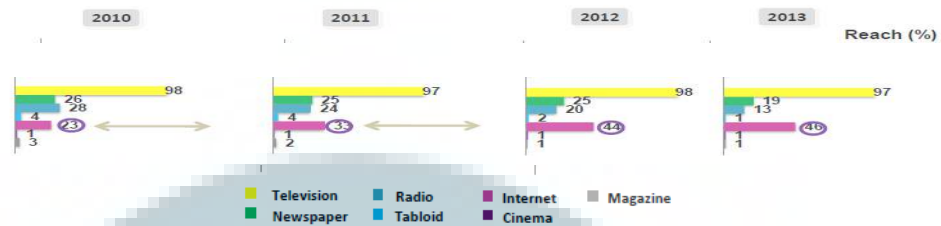
2. Dari tiga berita yang di teliti, Vivanews mengkonstruksi Ahok sebagai orang yang arogan, menyederhanakan masalah, dan menyalahkan pihak lain tanpa melihat aspek-aspek lain yang menyebabkan terjadinya banjir. Sebagai Gubernur DKI Jakarta, Ahok diminta untuk lebih bijak dalam menyikapi permasalahan banjir, memetik pelajaran yang dapat membantu dirinya di kemudian hari, memiliki kerendahan hati dan tidak berlebihan dengan menyalahkan pihak lain. Selain itu, komunikasi dan koordinasi secara intensif dengan Presiden juga diperlukan untuk membangun Jakarta yang lebih baik sesuai dengan janji yang diucapkan pada masa pemilihan dulu.
3. Dari pemberitaan Tempo.co yang berjudul 'Banjir Jakarta, Fadli Zon : Ahok Arogan' dan pemberitaan Vivanews yang berjudul 'Fadli Zon : Seharusnya Ahok Lebih Bijak' yang menjadikan Fadli Zon sebagai narasumber dan kesamaan pada pembahasan topik seputar tembok raksasa penahan ombak laut sebagai solusi penanganan banjir pada isi berita dari dua media daring tersebut. Pada pemberitaan Tempo.co menuliskan jika pembangunan tembok raksasa penahan ombak laut sebagai salah satu rencana penanganan yang dilakukan Ahok. Namun, Vivanews menuliskan tembok raksasa penahan ombak laut tersebut sebagai saran yang diajukan Fadli kepada Ahok sebagai salah satu solusi banjir. Perbedaan ini dapat dinilai lumrah karena perbedaan sudut pandang wartawan dan kebijakan dari dua media tersebut.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan analisa terhadap isi berita dari dua media daring Tempo.co dan Vivanews, peneliti menyadari adanya perbedaan sudut pandang dan kebijakan dari masing-masing media dalam mengkonstruksi sosok Ahok dalam menangani permasalahan banjir di DKI Jakarta. Peneliti menyarankan pada pembaca untuk lebih kritis, menyadari, dan memahami isi berita dan tidak hanya melihat berita dari judulnya saja, sehingga tidak terpengaruh oleh sudut pandang media massa.

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan

1. Mengeksplorasi media konvensional seperti televisi karena berdasarkan hasil survei dari Yahoo dan Taylor Neilson Sofres (2013) dari tahun 2010 sampai 2013, persentase pengguna media televisi di Indonesia merupakan persentase tertinggi dibanding media lainnya. Data yang terlihat di bawah ini merupakan hasil survei yang dilakukan dengan metode wawancara secara tatap muka, sampel yang digunakan sebanyak 2.801 responden, bergender pria dan wanita, dan usia 15 sampai 50 tahun dengan perekonomian SES A,B,C di daerah Jabotabek, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Palembang, Makasar, Yogyakarta, dan Denpasar.



### 5.1 Persentase Penggunaan Media di Indonesia pada 2010 - 2013

Sumber : Yahoo Net Index ID

Dari hasil survei yang menggambarkan tingginya tingkat penggunaan televisi di Indonesia, peneliti selanjutnya dapat menghasilkan analisis mengenai pembingkaihan yang dilakukan stasiun televisi pada setiap beritanya dan menunjukkan seberapa besar efek yang diberikan berita dari beberapa stasiun televisi dapat memengaruhi khalayak sebagai penonton. Hal ini disarankan untuk melihat adanya keberagaman media yang dikaji dalam penelitian selanjutnya karena penelitian ini telah menggunakan media daring sebagai media yang dikaji.

- Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosiscki yang menganalisis berita menggunakan dua konsepsi, yaitu psikologi dan sosiologis wartawan dalam menulis berita. Dengan analisis *framing* ini, peneliti dapat membedah berita yang disiarkan stasiun televisi dengan empat teknik, yaitu sintaksis (cara wartawan menyusun kata), skrip (cara wartawan mengisahkan fakta), tematik (cara wartawan menulis fakta), dan retorik (cara wartawan menekankan fakta) (Eriyanto,

2002, h. 255-256). Apabila, penelitian selanjutnya menggunakan seorang tokoh untuk menjadi subjek penelitian. Hal ini dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat membandingkan hasil analisis dari penelitian yang menggunakan analisis *framing* Robert N. Entman dengan penelitian selanjutnya yang menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosiscki.

3. Apabila penelitian selanjutnya menggunakan tahap-tahap konstruksi sosial media massa yang dikutip dari Bungin tahun 2009 sebagai konsep yang digunakan, peneliti berharap jika penelitian selanjutnya dapat menggunakan tahap menyiapkan materi konstruksi untuk melihat keterpilihan yang dilakukan media yang dijadikan subjek penelitian berikutnya dan tahap konfirmasi dengan melakukan wawancara terhadap media massa sebagai bentuk argumen media terhadap berita yang telah dikonstruksi sebelum disajikan ke publik dan khalayak yang mengkonsumsi berita yang disajikan media sebagai bentuk konfirmasi khalayak terhadap alasan mereka untuk mengomentari isi berita yang telah dikonstruksi sebelumnya, sehingga peneliti selanjutnya dapat menerapkan kedua tahap tersebut pada hasil analisis. Hal ini menjadi saran untuk penelitian selanjutnya karena dalam penelitian ini hanya dapat menerapkan tahap sebaran konstruksi dan pembentukan konstruksi realitas pada hasil analisis, yang kemudian dijelaskan dalam pembahasan.



4. Menemukan cara baru untuk menyaring berita dari media daring yang akan digunakan sebagai bahan penelitian. Hal ini disarankan pada penelitian selanjutnya karena dalam penelitian ini masih belum dapat mengoptimalkan penyaringan berita dari media daring dengan menggunakan kotak pencarian yang dimiliki masing-masing portal berita dan menggunakan berbagai kata kunci yang mengarah pada isu yang hendak diteliti.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed. It features a circular emblem with a stylized building or tower structure inside, and the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font below it.

