



### **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 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, ditemukan bahwa terjadi pembingkaiian baik dari segi media maupun dari *audience*. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pembingkaiian dalam media dipengaruhi adanya kepentingan pemilik media, pembingkaiian dilakukan dengan berita yang dipublikasikan tentang debat kedua dan keempat calon Presiden di *E-paper Mediaindonesia.com*. Hasil penelitian menemukan bahwa adanya pembingkaiian dalam berita yang mempublikasikan tentang debat kedua dan keempat calon Presiden di *E-paper Mediaindonesia.com* dengan menganalisis menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pann dan Gerald M. Kosicki.

Pembingkaiian ditemukan dengan adanya penggunaan kata, gambar, hingga penekanan isu untuk menonjolkan salah satu kubuh. Sedangkan dari aspek *audience* sendiri, terbukti bahwa *audience* juga mampu menginterpretasikan pesan sesuai dengan faktor yang mempengaruhi.

Hal ini juga membuktikan bahwa khalayak yang digunakan dalam penelitian ialah khalayak aktif. Dari segi *audience* atau informan dalam penelitian, ditemukan bahwa faktor pengalaman pribadi, faktor pekerjaan,

faktor pendidikan, dan faktor literasi media mempengaruhi terbentuknya *framing* dalam *audience*. Pada akhirnya, penelitian ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh Gamson (1992, dalam Scheufele, 1999, p. 113) mengenai tiga faktor yang mempengaruhi terbentuknya *audience framing* yaitu faktor kultural yang mencakup *framing* terbentuk karena wacana media dan *popular wisdom*, faktor personal yang mencakup *framing* terbentuk karena pengalaman pribadi dan norma yang berlaku, dan faktor *integrated* yang mencakup *framing* dibentuk karena wacana media, budaya populer, dan pengalaman pribadi. Keseluruhan informan dengan total enam orang mampu menghasilkan pembingkaiian yang berbeda dengan menggunakan berita dan pertanyaan yang sama. Dengan adanya penelitian ini juga mengkonfirmasi bahwa ada keterkaitan antara *framing* yang dilakukan media dengan *framing* yang dilakukan *audience*.

Namun, dalam hal ini, keterkaitan yang ditimbulkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebanyakan dari informan mengetahui adanya keberpihakan dalam media, hal ini disebabkan karena faktor pekerjaan maupun literasi media yang dimiliki oleh informan, kebanyakan dari informan dengan orientasi pemilihan 02 mengetahui adanya isu yang ditutupi oleh media yang selama ini tidak dipublikasikan.

Informan dengan orientasi pemilihan pada nomor urut 01 cenderung memiliki pembingkaiian yang sama dengan apa yang diinginkan oleh media, seperti Jokowi memang meyakinkan maupun Prabowo memiliki sifat temperamental. Lain halnya dengan informan dengan

orientasi pemilihan pada nomor urut 02, informan cenderung menyangkal berita yang diberikan dengan memberikan pernyataan maupun pembuktian lain yang tidak diungkapkan dalam berita, Seperti penyangkalan isu maupun kritik yang dipanjatkan terhadap berita tersebut.

## **5.2 Saran**

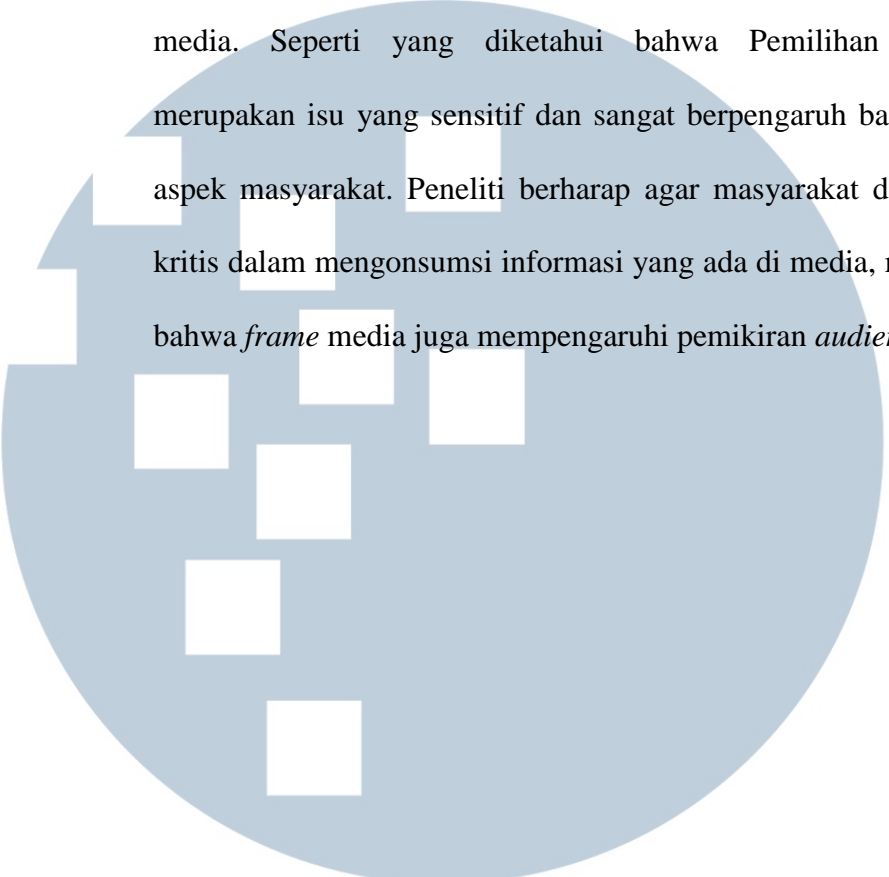
Berdasarkan hasil penelitian, peneliti dapat memberikan saran yang mungkin nantinya akan bermanfaat untuk penelitian mendatang. Adapun saran yang peneliti bisa berikan, antara lain:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian mengenai *audience framing* yang merupakan cabang dari kajian *framing* masih sangat jarang dilakukan. Dari penelitian ini, peneliti menemukan banyak temuan hasil penelitian mengenai *audience framing*. Namun, mengingat bahwa isu yang diangkat oleh peneliti sangat sensitif yaitu mengenai orientasi pemilihan individu yang seharusnya bersifat rahasia. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk menggunakan metode survei dengan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner agar informan tidak perlu takut untuk memberikan jawaban.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Penelitian ini menemukan bahwa adanya pembinggaaian yang terjadi di media secara terang-terangan tentang isu Pilpres di



media. Seperti yang diketahui bahwa Pemilihan Presiden merupakan isu yang sensitif dan sangat berpengaruh bagi seluruh aspek masyarakat. Peneliti berharap agar masyarakat dapat lebih kritis dalam mengonsumsi informasi yang ada di media, mengingat bahwa *frame* media juga mempengaruhi pemikiran *audience*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA