



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 SARAN

#### 5.1.Simpulan

Tabloid OTOMOTIF ikut menerapkan *agenda setting* dalam pemberitaan mengenai kebijakan PPnBM. Bukti-bukti penerapan *agenda setting* tersebut sesuai dengan temuan peneliti melalui proses wawancara dan hasilnya dipaparkan pada Bab IV.

Tabloid OTOMOTIF memiliki *agenda setting* untuk isu kebijakan insentif Pajak Penjualan atas Barang Mewah atau PPnBM oleh pemerintah. Tabloid mingguan tersebut punya agenda untuk membantu mendorong industri otomotif Indonesia yang sempat turun akibat dampak pandemi COVID-19 di awal 2020. Posisi tabloid OTOMOTIF yang pro kepada industri otomotif ini juga terlihat dari judul maupun isi artikel. Menurut redaksi, mereka turut merasa bertanggung-jawab untuk membantu industri dapat bangkit lagi. Selain itu tabloid OTOMOTIF juga berperan menjadi suara dari industri OTOMOTIF.

OTOMOTIF juga melakukan penulis artikel isu kebijakan PPnBM setiap ada *update* sebagai salah satu bentuk *agenda setting*. Diakui oleh pemimpin redaksi tabloid OTOMOTIF, artikel ditulis berulang-ulang dengan *update* terbaru. Informasi *update* tersebut juga dibuat lebih mudah untuk dicerna oleh pembaca. Repetisi topik berita tersebut untuk menekankan pentingnya pesan atau dalam hal ini berita kebijakan PPnBM yang disampaikan ke pembaca. Sampai akhirnya *agenda setting* OTOMOTIF sebagai media berhasil, dengan disahkannya kebijakan insentif PPnBM oleh pemerintah.

Keberhasilan *agenda setting* tabloid OTOMOTIF, diawali saat pertama kali memuat pemberitaan tentang isu pengurangan pajak kendaraan yang dicanangkan oleh ketua GAIKINDO atau Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia pada September 2020. Saat itu industri otomotif nasional mengalami penurunan pada semester pertama 2020 akibat dampak pandemi COVID-19.

Kemudian OTOMOTIF kembali mempertegas isu dengan menulis artikel lanjutan ketika Menteri Perindustrian memberi usulan relaksasi pajak mobil baru sebesar nol persen kepada Menteri Keuangan. Sejak pengusulan oleh Kementrian Perindustrian, terjadi proses perumusan kebijakan yang cukup panjang. Setiap ada *update* terkini dari rumusan tersebut selalu ditulis oleh OTOMOTIF. Dalam pemberitaannya tabloid OTOMOTIF juga menyertakan pendapat serta masukan dari bidang industri otomotif nasional dan tenaga ahli. Setelah melalui proses panjang akhirnya kebijakan ini diterapkan pada 1 Maret 2021 saat disetujui oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dan Menteri Keuangan Sri Mulyani. Menjawab proses panjang dari agenda media sampai akhirnya diterapkan menjadi kebijakan publik.

Kesimpulannya penelitian ini berhasil menjawab pertanyaan penelitian tentang bagaimana redaksi tabloid OTOMOTIF melakukan penerapan *agenda setting* dalam pemberitaan terkait dengan kebijakan insentif PPnBM. Serta itu turut menjawab pula seperti apa *agenda setting* pemberitaan yang diambil oleh redaksi dalam melakukan penulisan konten kebijakan insentif PPnBM oleh pemerintah.

## **5.2.Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Peran media dalam mempengaruhi kebijakan publik atau agenda publik seperti dalam teori yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs sangat menarik untuk diteliti melalui penelitian lanjutan oleh peneliti lain. Karena meski teori ini sudah dirumuskan hampir 5 dekade silam, konsep yang diusung tetap relevan dengan kegiatan media masa kini, tentu disesuaikan dengan kondisi saat ini. Akan sangat menarik jika memadukan penelitian *agenda setting* dengan tren masa kini di mana masyarakat condong mencari informasi atau berita lewat media sosial. Selain itu mulai banyak ‘sumber-sumber’ berita yang muncul lewat platform media sosial tersebut yang belum tentu media, alih-alih hanya lewat individu. Mungkin dengan demikian bisa didapatkan teori turunan dari teori *agenda setting* awal yang selama ini digunakan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwa agenda media selain mempengaruhi agenda publik, juga sangat dipengaruhi dengan kondisi dan situasi bidang serta industri yang diliput atau jadi topik utama. Pada kasus tabloid OTOMOTIF, redaksi menentukan *agenda setting* yang berkaitan dengan menyelamatkan dan mendorong industri otomotif nasional yang sedang turun akibat dampak pandemi COVID-19. Sebagai sebuah media, independensi menjadi pegangan penting dalam setiap pemberitaan. Tak terkecuali tabloid OTOMOTIF yang harus memegang teguh prinsip tersebut. Terlebih sebagai sebuah media besar dan terpercaya yang punya banyak audiens. Namun, melalui penelitian ini peneliti menemukan apabila berkaitan dengan hajat hidup orang banyak, media sebagai sumber informasi yang juga mempengaruhi agenda publik, juga punya peranan penting dalam membantu dengan menentukan isu pemberitaan yang diangkat.