



### **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**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap analisis masing-masing surat kabar memberikan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian ini: bagaimana konstruksi kampanye pemilihan presiden tahun 2014 pada surat kabar Sindo dan Media Indonesia?

Kedua media yang diteliti memiliki perbedaan dalam mengkonstruksi peristiwa kampanye pemilihan presiden 2014. Pada surat kabar Media Indonesia, peneliti menemukan bahwa surat kabar ini menekankan isu penculikan aktivis 1998. Sedangkan pada surat kabar Sindo, peneliti menemukan bahwa surat kabar ini menekankan bahwa pernyataan Wiranto mengenai kasus penculikan yang mengaitkan Prabowo adalah kampanye hitam terhadap calon presiden nomor urut satu tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa kedua media tersebut memiliki frame yang berbeda-beda yang membentuk opini publik yang berbeda juga. Sesuai dengan teori

konstruksi sosial Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:15) yang mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Peneliti menemukan bahwa Media Indonesia dan Sindo menerapkan teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang menjelaskan paradigma konstruktivis, di mana realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu.

Hal ini terlihat dalam realitas yakni kampanye 2014 yang diberitakan dalam surat kabar Media Indonesia dan Sindo yang memframing kampanye dengan berbeda. Media Indonesia dan Sindo memframing kampanye dengan menghubungkan masalah-masalah yang terkait dalam setiap calon presidennya.

Kesimpulannya adalah kampanye pemilihan presiden 2014 mengandung kampanye negatif. Kampanye negatif dijelaskan pada penggambaran sosok kedua calon presiden yakni Prabowo Subianto dan Joko Widodo melalui empat perangkat framing Pan dan Kosicki, yakni sintaksis, skrip, tematik, dan retorik. Hal ini dapat dilihat dari teks berita 1-4 pada surat kabar Media Indonesia dan Sindo.

## 5.2 Saran

Analisis telah dilakukan peneliti dari dua media surat kabar yakni Media Indonesia dan Sindo. Setelah menganalisis berita, peneliti menyadari terdapat kekurangan dari penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti menyarankan untuk adanya penelitian lanjutan dengan menggunakan paradigma kritis, untuk lebih mengkritisi apa hubungan pemilik media dengan suatu partai politik memengaruhi berita medianya. Dengan adanya perbedaan paradigma maka akan semakin terlihat bagaimana setiap media melakukan konstruksi atas suatu peristiwa.