

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Subbab ini secara keseluruhan memberikan gambaran umum kesimpulan dari citra politik tiga calon presiden (capres) 2024 yaitu Anies Baswedan , Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto pada MediaIndonesia.com melalui metode analisis framing Pan dan Kosicki (1993). Berikut simpulan penulis dari kajian tersebut.

5.1.1 Kesimpulan Berita Debat Capres Isu Pertahanan Berita Pertama 118

Bagian ini penulis menjelaskan kesimpulan dari setiap tema dari elemen analisis berita. Pada isu debat capres terdiri dari dua berita yang memberitakan peristiwa yang sama. Penulis pada subbab ini menjabarkan kesimpulan analisis framing pemberitaan MediaIndonesia.co pada berita pertama yang berjudul *Strategi Kampanye Prabowo-Gibran Dikritik Minim Gagasan*.

No	Elemen Analisis	Kesimpulan Analisis
1.	Sintaksis	Anies dan Ganjar memenangkan debat capres. Argumentasi Prabowo kalah unggul
2.	Skrip	Anies juara pertama (debat isu pertahanan), Ganjar kedua, Prabowo paling akhir
3.	Tematik	Kelemahan Prabowo pada debat
4.	Retoris	Anies paling unggul karena dapat mengalahkan Prabowo pada isu pertahanan

Tabel 5.1 : Kesimpulan dari Hasil Analisis Framing pada Berita Berjudul *Strategi Kampanye Prabowo-Gibran Dikritik Minim Gagasan*.

Dari dua pemberitaan mengenai isu Debat capres, Anies dan Ganjar secara struktur sintaksis digambarkan setara. Pada analisis dua berita debat capres selalu menjadi satu kesatuan. Berita debat capres isu Pertahanan yang pertama, penulis melihat MediaIndonesia menyoroti Anies Baswedan dan Ganjar Pranowo pada isu debat sebagai capres memiliki penguasaan materi yang baik lalu. Ia juga dapat menguasai materi bahkan dengan lantang mematahkan argumen Prabowo yang seharusnya menguasai isu pertahanan yang didasarkan pada pengalamannya. Sementara MediaIndonesia lebih menonjolkan sisi emosional Prabowo Subianto dan ketidakfokusannya dalam debat-debat capres. Selain tidak fokus, MediaIndonesia seringkali menyoroti celah kritik Prabowo yang divalidasi melalui kutipan tunggal.

Struktur skrip *what* dari berita ini menonjolkan lebih dahulu lead mengenai keunggulan Anies dan Ganjar dibandingkan Prabowo. *What* ditonjolkan melalui kutipan pengamat politik Universitas Jember, Muhammad Iqbal. Selanjutnya MediaIndonesia mengutip secara tunggal Muhammad Iqbal yang menjelaskan alasan Prabowo diposisikan sebagai yang terburuk dalam debat capres isu Pertahanan. Ia menyebut bahwa Prabowo seringkali berargumentasi di luar tema dan tidak fokus.

Struktur retorik pada berita ini menggunakan kata “*Menjebol*” sebagai metafora argumentasi Anies Baswedan. Metafora ini digunakan lantaran narasumber ingin menggambarkan bahwa Anies dapat membuat Prabowo emosi dan kewalahan dalam menjawab argumentasinya.

5.1.2 Kesimpulan Berita Debat Capres Isu Pertahanan Berita Kedua

Bagian ini penulis melanjutkan untuk menjabarkan kesimpulan dari setiap tema yang ada di elemen analisis berita. Penulis pada subbab ini menjabarkan kesimpulan analisis framing pemberitaan MediaIndonesia.co pada berita kedua pada isu debat capres yang berjudul *Debat Capres: Anies dan Ganjar Bisa Serang Klaim Prabowo*.

No	Elemen Analisis	Kesimpulan Analisis
1.	Sintaksis	Menggambarkan ketegangan Anies-Ganjar dan Prabowo dan keraguan kinerja Prabowo

2.	Skrip	Ketidaksempurnaan Prabowo dalam Debat Capres
3.	Tematik	Celah Kritik Anies-Ganjar ke Prabowo
4.	Retoris	Berjoget sebagai strategi Prabowo mengelabui lawan

Tabel 5.2 : Kesimpulan dari Hasil Analisis Framing pada Berita Berjudul *Debat Capres: Anies dan Ganjar Bisa Serang Klaim Prabowo.*

Struktur Sintaksis dianalisis berdasarkan judul, Anies dan Ganjar digambarkan dengan metafora kata “*Serang*” yang merujuk pada argumentasi Anies dan Ganjar yang dapat memperdebatkan argumentasi Prabowo soal pertahanan. Sementara Prabowo pada berita ini dikonstruksi kurang argumentatif. Pada bagian Lead berita ini menggambarkan kesempatan Prabowo Subianto untuk dapat menjelaskan gagasannya sebagai Menteri Pertahanan dengan kata “*menguntungkan Prabowo*”. Bagian opini narsum pada berita ini ditemukan diksi “*Namun*” sebagai koherensi penyangkal bahwa Prabowo belum tentu sempurna dalam berargumentasi. Bagian opini narsum menggunakan kata “*menguliti*” dan “*mengupas*” sebagai metafora argumentasi Anies dan Ganjar kepada Prabowo. Salah satu bagian kutipan narsum menggunakan tanda tanya (?) di akhir kalimat, ini menggambarkan keraguan atau sekaligus pernyataan narsum akan kesejahteraan TNI di masa Kepemimpinan Prabowo di Menhan.

Struktur Skrip dianalisis dari bagian yang menggambarkan debat isu Pertahanan yang seharusnya keuntungan bagi Prabowo. Kata “*Rekam jejak*” merujuk pada latar belakang Prabowo sebagai Menteri Pertahanan. Pada bagian *why* narsum menjawab mengapa Prabowo tidak menunjukkan kesempurnaan lantaran tidak menyentuh isu perbaikan gaji dan tunjangan TNI dengan kata “*Namun*”. Struktur Koherensi pada berita ini menggunakan kata “*Namun*” untuk menyangkal prediksi Anton Aliabbas yang awalnya optimis bahwa Prabowo dapat sempurna menyampaikan gagasan pertahanan.

Struktur tematik dianalisis dari diksi *Namun* pada berita merupakan konjungsi koordinatif (Nardiati, S. 1996) yang berfungsi untuk menghubungkan satuan lingual yang sejajar dan menyangkal frasa sebelumnya. Pada konteks berita, namun digunakan

untuk menghubungkan prediksi Anton Aliabbas yang mengira Prabowo dengan rekam jejaknya akan secara sempurna menyampaikan gagasan mengenai pertahanan.

5.1.3 Kesimpulan Citra Capres pada Pemberitaan Isu Kampanye

Pada berita isu kampanye ini, ketiga capres ditonjolkan dengan karakteristik yang berbeda. Misalnya pada berita 4.2.1, berita ini mencoba mengarahkan Anies Baswedan sebagai sosok yang kampanyenya mendahulukan manfaat, dibandingkan gengsi seperti memprioritaskan IKN sebagai tempat kampanye. Anies pada berita ini diarahkan sebagai sosok oposisi dengan cara mendefinisikan proyek Ibukota Nusantara (IKN) sebagai proyek yang tidak menarik. Berikutnya ide kampanye Prabowo pada 4.2.2 digambarkan minim gagasan, lantaran ide membagikan susu gratisnya. Selain digambarkan minim gagasan, berita ini mengkategorisasi ide kampanye Prabowo sebagai indikasi politik uang dan harus segera ditindak. Terakhir ide kampanye Ganjar di Bandung pada berita 4.2.3 digambarkan sangat kental dengan identitas partainya, yaitu PDIP. Dilihat dari pemilihan -tempat yang identik dengan Soekarno, sebagai identitas PDIP yang melekat.

5.1.3.1 Anies Baswedan

Pemberitaan Anies Baswedan pada isu kampanye ialah berjudul “*Kampanye di Samarinda, Anies tidak Tertarik Mampir ke IKN*”. Berikut merupakan kesimpulan dari seluruh analisis yang dilakukan.

No	Elemen Analisis	Kesimpulan Analisis
1.	Sintaksis	Representasi Anies sebagai oposisi
2.	Skrip	Anies Sebagai Mantan Menteri Rakyat
3.	Tematik	Konsistensi Anies Figur Oposisi Pemerintah
4.	Retoris	Pembingkaian Media terhadap Sikap Oposisi Anies

Tabel 5.3 : Kesimpulan dari Hasil Analisis Framing pada Berita Berjudul “*Kampanye di Samarinda, Anies tidak Tertarik Mampir ke IKN*”

Berdasarkan tabel di atas, MediaIndonesia menggambarkan ketiga capres pada isu kampanye dengan penonjolan dan perbandingan spesifik. Anies digambarkan pada isu kampanye sebagai sosok paling oposisi. Hal tersebut lantaran pada pemberitaan Anies di MediaIndonesia menonjolkan bahwa Anies tidak tertarik pada proyek Ibu Kota Nusantara (IKN) yang menjadi Proyek Strategis Nasional oleh Pemerintahan Presiden Joko Widodo. MediaIndonesia juga menggambarkan prioritas kampanye Anies yang mementingkan rakyat daripada gengsi politik, lantaran Anies tidak ingin ke IKN tetapi lebih memilih untuk pergi menemui masyarakat kalimantan. Semua digambarkan dengan validasi kutipan tunggal, meskipun, ada beberapa kutipan Anies yang dilebihkan oleh redaksi.

5.1.3.2 Prabowo Subianto

Kampanye Prabowo di MediaIndonesia digambarkan sebagai gagasan kampanye yang kontroversial. Hal Kontroversial dapat dilihat dari setiap elemen analisis yang telah penulis simpulkan pada tabel berikut.

No	Elemen Analisis	Kesimpulan Analisis
1.	Sintaksis	Kritik kegagalan inovasi Prabowo dalam Kampanye
2.	Skrip	Narasi berulang kampanye Prabowo
3.	Tematik	Pengaitan strategi kampanye dengan politik uang
4.	Retoris	Hiperbola kritik terhadap kampanye Prabowo

Tabel 5.4 : Kesimpulan dari Hasil Analisis Framing pada Berita Berjudul “*Kampanye di Samarinda, Anies tidak Tertarik Mampir ke IKN*”

Berdasarkan tabel di atas, kampanye Prabowo di MediaIndonesia digambarkan minim gagasan. Hal tersebut lantaran prioritas kampanyenya hanya membagikan makan siang dan susu gratis, dibandingkan menyerap aspirasi masyarakat. Selain minim gagasan, MediaIndonesia berusaha mengkategorikan gagasan kampanye Prabowo ini sebagai

politik uang. Seluruh liputan mengenai gagasan kampanye Prabowo ini divalidasi melalui kutipan tunggal.

5.1.3.3 Ganjar Pranowo

Ganjar digambarkan secara singkat di MediaIndonesia pada isu kampanye. Ganjar diidentikkan dengan identitas partai. Adapun kesimpulan elemen analisis penggambaran Ganjar adalah sebagai berikut :

No	Elemen Analisis	Kesimpulan Analisis
1.	Sintaksis	Ganjar sebagai amanah dan representasi partai
2.	Skrip	Ganjar peduli sejarah
3.	Tematik	Ganjar seorang nasionalisme
4.	Retoris	

Tabel 5.5 : Kesimpulan dari Hasil Analisis Framing pada Berita Berjudul “*Ganjar dan Megawati Memulai Kampanye Akbar di Kota Bandung*”

MediaIndonesia menggambarkan Ganjar pada berita ini, dikonstruksi sangat melekat dengan identitas partai. Ia digambarkan berkampanye dengan Megawati dan tidak dengan wakilnya Mahfud MD di Bandung. Ganjar pada MediaIndonesia juga digambarkan sebagai seorang yang nasionalisme karena memprioritaskan kampanyenya yang berdasar pada sejaras-sejarah Soekarno. Selain itu, Ganjar juga digambarkan peduli dengan nasib para petani di Bandung dan memposisikan dirinya sebagai orang kecil.

5.2. Saran

5.2.1 Perluasan Penelitian pada Media Lain

Saran ini merujuk pada peneliti selanjutnya yang akan menulis penelitian tentang analisis framing, khususnya dengan metode Pan dan Kosicki (1993). Penelitian dapat dilakukan dengan melibatkan atau membandingkan framing dari lebih banyak media, untuk memparipurnakan kembali publikasi yang lebih luas tentang bagaimana politisi pada kontestasi Pemilu, Pilkada, atau politisi lainnya dikonstruksi dalam berbagai konteks. Ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika

pemberitaan politik di Indonesia, serta bagaimana berbagai media memengaruhi persepsi publik.

Selain itu, penelitian dapat difokuskan pada analisis komparatif antara media yang dimiliki oleh berbagai kelompok kepentingan, untuk melihat sejauh mana kepentingan pemilik media mempengaruhi framing berita. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi pola-pola bias dan memberikan rekomendasi untuk memperbaiki independensi media.