

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan pada penelitian ini diambil berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah yang ingin melihat pembingkaiian sosok Jokowi dalam pemberitaan kebijakan kenaikan harga BBM di media online Kompas.com yang berlatar belakang media cetak, yakni Harian Kompas, Harian Kompas merupakan pemimpin pasar (market leader) di bidang media cetak dan sebagai media massa nasional Indonesia dan CNNIndonesia.com yang merupakan media online yang dimiliki oleh Trans Media. Grup media milik Chairul Tanjung, dimana CNN Indonesia dapat menggabungkan kekuatan media global Turner Broadcasting System atau Cable News Network (CNN) dan perspektif lokal media nasional pada periode Juli – Oktober 2022. Terdapat pola pengemasan pemberitaan yang berbeda ketika dianalisis menggunakan konsep framing oleh Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan dalam cara Kompas.com dan CNNIndonesia.com menyusun framing pada berita mereka, yang dipengaruhi oleh perbedaan ideologi antara kedua media tersebut.

Pada hasil penelitian ditemukan perbedaan pembingkaiian yang dilakukan oleh portal media online Kompas.com dan CNNIndonesia.com pada pemberitaan sosok Jokowi dalam kebijakan kenaikan harga BBM Periode Juli – Oktober tahun 2022. Pada media online Kompas.com menggunakan judul dari kutipan narasumber, yang didominasi oleh Jokowi, baik langsung maupun tidak langsung. Kompas.com memilih pernyataan Jokowi bahwa keputusannya karena sudah tidak ada pilihan lain, berdasarkan pertimbangan matang atau cermat, dan memikirkan kebutuhan masyarakat. Jokowi sudah tidak memiliki pilihan lain terlihat dalam judul berita "Singgung Subsidi BBM Lagi, Jokowi: Kalau APBN Sudah Tak Kuat Gimana?". Bahkan, Kompas.com memilih kutipan yang membandingkan dua negara maju dalam judul berita "Jokowi Bandingkan Harga BBM RI dengan Singapura hingga Jerman".

Jokowi mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan matang atau cermat terlihat dalam judul berita "Harga BBM Akan Naik, Jokowi: Saya Suruh Hitung Betul Sebelum Diputuskan". Sementara, Jokowi sudah memikirkan kebutuhan masyarakat melalui judul "Jokowi: Kita Mulai Bagi BLT BBM Hari Ini agar Daya Beli Masyarakat Lebih Baik", "Jokowi: BLT BBM Sudah Disalurkan ke 5,9 Juta Penerima, Bukan Angka yang Kecil", dan "Harga BBM Naik, Jokowi Minta Pemda Beri Bantuan ke Angkutan Umum, Ojol, dan Nelayan". Kompas.com memilih Lead yang menunjukkan Jokowi sebagai sosok yang memiliki alasan kuat untuk menaikkan harga BBM karena kemampuan ABPN dan harga BBM yang mengalami lonjakan; penuh pertimbangan karena telah meminta jajarannya untuk mengkaji kenaikan BBM, termasuk dampaknya kepada masyarakat; dan membantu mengurangi beban masyarakat dengan menyalurkan bantuan kompensasi BBM. Kompas.com memberikan konteks bahwa Jokowi sering mengulang pernyataan tentang mengapa harga BBM harus naik.

Latar belakang yang dipilih Kompas.com juga menunjukkan Jokowi sebagai sosok yang memiliki banyak alasan untuk menaikkan harga BBM. Kutipan satu narasumber, yang didominasi oleh Jokowi dengan pokok bahasan Jokowi sudah berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga harga BBM dengan memberikan subsidi yang besar sekali dan pemerintahan Jokowi terdesak oleh keadaan dalam kebijakan kenaikan harga BBM. Pernyataan Jokowi yang sudah berusaha, terdesak kondisi geopolitik, dan memikirkan kepentingan masyarakat tidak hanya muncul dalam satu berita tetapi banyak berita.

Beberapa narasumber lain yang muncul berasal dari suara pemerintah seperti Menko Luhut dan Menkeu Sri mulyani yang menegaskan pernyataan-pernyataan Jokowi pada berita-berita lainnya. Ini menunjukkan Kompas.com tidak menghadirkan banyak perspektif dalam pemberitaan tentang keputusan Jokowi menaikkan harga BBM. Kompas.com mengkonstruksikan sosok Jokowi dalam pemberitaan ini dengan cara memberikan ruang yang luas bagi Jokowi tetapi tidak menghadirkan komentar atau perspektif dari pihak yang berlawanan dalam berita yang sama. Pada struktur skrip Kompas.com lebih menonjolkan unsur *what* atau apa dimana Kompas.com memiliki fokus untuk menjelaskan bagaimana isu atau peristiwa yang terdapat pada pemberitaan. Pemilihan gambar Kompas.com

menggunakan gambar atau foto sosok Jokowi yang menggambarkan pemberitaan dan menggunakan foto sosok Jokowi yang sama pada beberapa berita. Penggunaan kata pada pemberitaan juga tidak terlalu menggunakan kata idiom.

Sementara pada media online CNNIndonesia.com tampak lebih 'aman' dalam memilih judul dan lead dengan menampilkan kutipan Jokowi yang merupakan inti dari isi berita. Terlihat dari judul berita “Jokowi Buka Suara soal Rencana Kenaikan Harga Pertalite” dan “Jokowi Bagikan BLT ke 20,6 Juta Keluarga di Tengah Isu Harga BBM Naik”. Namun, CNNIndonesia.com mengkonstruksi Jokowi sebagai sosok presiden di negara yang mengalami banyak kesulitan mulai dari 2,5 tahun pandemi Covid-19 hingga konflik Rusia-Ukraina. Karena itu, berita-berita CNNIndonesia menunjukkan sosok Jokowi yang mengambil 'jalan pedang' atau sikap pejuang yang akhirnya menentukan sikap atas situasi tertentu.

- CNNIndonesia.com mengkonstruksikan bahwa Jokowi merupakan sosok presiden yang menyalurkan berbagai bantuan untuk mengurangi beban rakyat. Meski menampilkan lebih dari dua narasumber dalam beritanya, CNNIndonesia.com menyajikan narasumber dari pemerintah dengan Jokowi menjadi narasumber paling banyak, disusul Menkeu Sri Mulyani, dan Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan. Kutipan yang didominasi suara pemerintah menunjukkan bahwa CNNIndonesia.com tidak memberikan keberagaman perspektif tentang kenaikan harga BBM yang dilakukan oleh Jokowi. Hanya satu berita yang menampilkan suara berbeda, yakni Sigit Setiawan dari BRIN. Narasumber menjelaskan data tentang pencarian Google mengenai kenaikan BBM, khususnya sosok Jokowi yang sudah menaikkan harga BBM 6 kali. Pada struktur Skrip CNNIndonesia.com lebih menonjolkan unsur *why* atau mengapa isu atau peristiwa yang terdapat pada pemberitaan itu terjadi. Penggunaan gambar atau foto media online CNNIndonesia.com berbeda - beda untuk menggambarkan pemberitaan.

Apabila dianalisis melalui konsep konstruksi realitas, baik media Kompas.com maupun media CNNIndonesia.com berupaya menyampaikan informasi dengan melakukan penyusunan pemberitaan sedemikian rupa sehingga menciptakan interpretasi yang berbeda pada pembaca. Dalam konteks ini, setiap

media memiliki ideologi unik yang tercermin dalam berita yang dipublikasikan oleh masing-masing media tersebut. Kompas.com lebih menekankan sosok Jokowi berdasarkan pertimbangan matang atau cermat, dan memikirkan kebutuhan masyarakat. Sedangkan CNNIndonesia.com lebih menunjukkan sosok Jokowi yang mengambil 'jalan pedang' atau sikap pejuang yang akhirnya menentukan sikap atas situasi tertentu.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Jika penelitian ini menggunakan metode framing, maka penelitian berikutnya dapat menggunakan metode analisis isi. Untuk dapat mengembangkan pemberitaan kebijakan kenaikan harga BBM pada era pemerintahan selanjutnya.
2. Penelitian berikutnya dapat mengambil media online dari media lokal. Untuk melihat perbedaan pembingkaiannya suatu berita terkait kenaikan harga BBM antara media nasional dengan media lokal maupun media internasional dengan media lokal. Sehingga dapat mengetahui perbedaan sudut pandang atau pembingkaiannya yang dilakukan oleh media dapat dianalisis lebih luas.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Pada hasil penelitian ini dapat digunakan oleh berbagai pihak seperti para wartawan untuk dapat memanfaatkan keahlian mereka untuk melibatkan lebih banyak narasumber ketika membuat artikel berita. Hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi dari berbagai sudut pandang. Selain itu penelitian ini juga bisa memberikan pemahaman dan wawasan kepada masyarakat mengenai sosok yang berperan penting dalam kebijakan kenaikan harga BBM yang dikonstruksi media online nasional dan internasional.