

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Analisa ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan yang dinyatakan dengan menganalisis liputan topik kenaikan pajak hiburan dari 5 Januari 2024 hingga 31 Maret 2024. Ketika sebuah berita diterbitkan oleh portal berita, mereka mengambil sudut pandang yang berbeda. framing berita, yaitu cara informasi disajikan. Oleh karena itu, sepuluh artikel berita tentang kenaikan pajak hiburan dipilih dari masing-masing situs berita untuk tujuan penelitian ini. Framing berita *Bisnis.com* dan *Detik.com* dibandingkan dengan memakai model perangkat framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Komponen sintaksis, kitab suci, tematik, dan retorik semuanya berkontribusi pada keseluruhan struktur perangkat pembingkai.

Hasil analisis ini menyatakan pembingkai yang dijalankan oleh media *online* *Bisnis.com* dan *Detik.com* pada pemberitaan isu kenaikan pajak hiburan periode 5 Januari – 31 Maret 2024 melalui 4 struktur perangkat framing model Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. *Bisnis.com* punya konsep pemberitaan atau isu-isu terkait bisnis, ekonomi, serta perpajakan dan perkembangannya, dengan begitu *Bisnis.com* konsisten menginformasikan pemberitaan yang berfokus dengan penjelasan kebijakan kenaikan pajak hiburan. *Bisnis.com* dalam membingkai berita kebijakan kenaikan pajak hiburan lebih menegaskan informasi dengan headline yang lebih “netral” seperti “minta tidak khawatir”. Informasi yang sama ditampilkan baik pada judul maupun lead artikel terbitan *Bisnis.com*. Judul merangkum poin-poin penting yang disajikan dalam pendahuluan. Prospek yang dipublikasikan di *Bisnis.com* diringkas menjadi satu frase demi kejelasan dan keringkasan. *Bisnis.com* juga cenderung menekankan informasi dengan pernyataan dari informan terkait dan artikel ditutup dengan kutipan pernyataan dari informan.

Detik.com memiliki konsep pemberitaan yang umum atau lebih general, *Bisnis.com* juga memberitakan isu kenaikan pajak hiburan dengan konsisten menginformasikan perkembangan proses dan permasalahan yang terjadi akibat

kenaikan pajak hiburan, perbedaan Detik.com dalam membingkai berita terkait kenaikan pajak hiburan yakni lebih sensasional dalam membuat headline atau judul, seperti penggunaan kata “meledak” dan “kenapa nggak 100% sekalian?”. Sebagian besar artikel di Detik.com akan mengutip setidaknya dua sumber, dengan materi tambahan yang mendukung klaim yang dibuat oleh sumber utama. Cara lain Detik.com menyoroti “apa” masalah kenaikan pajak hiburan adalah dengan mengutip sumber; artikel diakhiri dengan kutipan dari sumbernya untuk lebih menekankan poin utama artikel. Ada sejumlah perbedaan antara liputan Struktur Sintaksis kedua portal berita tersebut mengenai masalah kebijakan menaikkan pajak hiburan. Perbedaan Bisnis.com menggunakan kutipan narasumber, yang didominasi oleh pernyataan dari pelaku usaha dan ekonom Indonesia terlihat dalam judul berita “Bahas Pajak Hiburan, Hotman dan Inul Sambangi Markas Airlangga Hartarto”. Sedangkan, media *online* Detik.com pada bagian Pemilihan kata judul berita bersifat lugas dan sensasional sehingga membuat pembaca tertarik membaca isi artikel tersebut, terlihat pada judul berita “Pajak Hiburan 40-75%, Sandiaga: WA dan DM Saya Meledak!” dan “PHRI DIY Sindir Kenaikan Pajak Hiburan: Kenapa Nggak 100% Sekalian?”.

Kemudian, pada lead menunjukkan media *online* Bisnis.com bersifat singkat dan padat pada penulisan lead dalam pemberitaan terkait kenaikan pajak hiburan. Sedangkan media *online* Detik.com lebih bersifat deskriptif atau menggambarkan pertentangan dari para pelaku usaha terkait kebijakan kenaikan pajak hiburan. Perbandingan tersebut dapat terlihat dari Bisnis.com yang hanya terdapat 1 (satu) kalimat pada bagian lead, dibanding Detik.com yang bisa hingga 2 (dua) kalimat dalam penulisan lead pemberitaan.

Pada kutipan Bisnis.com, terdapat beberapa kutipan dari narasumber dan juga kutipan yang diambil dari akun pribadi narasumber seperti “Kami akan terus berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku industri pariwisata dan kebudayaan, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, dan kami komitmen untuk menjaga keberlanjutan industri yang sedang berkembang ini. Terima kasih kepada Mbak @inul.d dan semua yang telah menyampaikan aspirasinya”. Sedangkan Detik.com didominasi oleh kutipan pernyataan dari narasumber yang bersifat konflik. Selain itu, perbedaan dari kutipan sumber juga terlihat dari narasumber

yang digunakan pada masing-masing artikel. Pada *Bisnis.com* narasumber didominasi pelaku usaha, bagian pemerintahan, bahkan ekonom Indonesia. Sedangkan *Detik.com* lebih didominasi oleh para pelaku usaha dan narasumber terkait.

Pada struktur skrip dalam pemberitaan di kedua media *online* juga ditemukan perbedaan dari berita yang dianalisis. Pada portal media *online* *Bisnis.com* lebih berfokus pada unsur *what* yang bersifat respons dari adanya pemberitaan kebijakan kenaikan pajak hiburan secara singkat, padat dan menginformasikan bagaimana kebijakan tersebut diproses. Sedangkan media *online* *Detik.com* lebih menonjolkan unsur *what* terkait informasi isu kenaikan pajak hiburan yang bersifat menentang sesuai dengan headline dan lebih deskriptif, namun pada penjabarannya atau isi artikel menunjukkan unsur lain seperti pernyataan *why* seperti pernyataan protes dari para pelaku usaha hiburan dan harapan agar kebijakan tersebut dievaluasi kembali.

Pada struktur tematik, *Bisnis.com* dalam berita yang disusun memberikan informasi yang jelas dan berfokus pada kebijakan kenaikan pajak hiburan, yakni menginformasikan proses penetapan hingga evaluasi ulang terkait kebijakan kenaikan pajak hiburan tersebut. Sedangkan *Detik.com* isi artikel berita cenderung membahas perihal pernyataan menentang dari para pelaku usaha hiburan, yakni menginformasi pernyataan yang bersifat konflik atau protes dari pelaku usaha hiburan.

Pada struktur retorik terdapat perbedaan pada kedua portal media *online* *Bisnis.com* dan *Detik.com* ditemukan dalam pemberitaan yang dibingkai. Pada media *online* *Bisnis.com* Bahasa yang digunakan dalam membingkai isu kenaikan pajak hiburan lebih singkat, padat. Sedangkan media *online* *Detik.com* lebih deskriptif dan informatif dalam memaparkan isu kenaikan pajak hiburan. Selanjutnya perbedaan yang ditemukan antara dua media *online* ini adalah pada penggunaan gambar atau foto dalam pemberitaan. Dimana *Bisnis.com* lebih banyak menggunakan gambar atau foto ilustrasi untuk menggambarkan isi pemberitaan seperti ilustrasi foto hiburan malam, perawatan kecantikan, dan tempat wisata lainnya. Sedangkan *Detik.com* menggunakan gambar atau foto yang berbeda-beda untuk menggambarkan isi pemberitaan

5.2. Saran

Hasil temuan dari analisis ini menyatakan bukti bahwa ada perbedaan pemingkaiian berita yang dilaksanakan oleh portal berita Bisnis.com dan Detik.com tentang berita kebijakan kenaikan pajak hiburan periode 5 Januari – 31 Maret 2024. Analisis ini mempunyai batasan, hingga perlu terdapatnya analisa lanjutan. Berikut ialah hal yang bisa diteliti, yakni:

5.2.1. Saran Akademis

Analisis ini hanya merujuk pada pemingkaiian berita kebijakan kenaikan pajak hiburan periode 5 Januari – 31 Maret 2024. Analisis berikutnya diharapkan bisa meneliti bagaimana berita yang berkenaan dengan dampak lebih lanjut akibat adanya kebijakan baru yang menetapkan kenaikan pajak yang cukup tinggi tanpa adanya sosialisasi terkait kebijakan tersebut, dan juga penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mengkaji terkait bagaimana suatu teks berita diproduksi oleh media.

5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis yang bisa diberi ialah Bisnis.com bisa meluaskan sumber beritanya dengan memuat headline atau judul yang sensasional agar pembaca lebih tertarik untuk membaca, sehingga media Bisnis.com bisa terus berkembang dan semakin memperluas jangkauan pembacanya yang beragam. Bisnis.com dapat memanfaatkan infografis maupun video untuk mendukung berita dan lebih mudah dimanfaatkan sebagai konten untuk dibagikan di media sosial.