

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari data-data yang telah dikumpulkan serta penelitian analisis framing menggunakan model Robert N. Entman mengenai pemberitaan kasus ujaran kebencian oleh Ahmad Dhani, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Frame Sindonews.com mengenai peristiwa pemberitaan dalam permasalahan ini ialah Sindonews.com ingin lebih menonjolkan berita-berita yang berkaitan tentang pembelaan terhadap Ahmad Dhani yang telah ditetapkan sebagai tersangka ujaran kebencian. Opini yang coba dibangun adalah bagaimana cara Ahmad Dhani yang membawa sejumlah kuasa Hukum dari ACTA serta para koalisinya bahwa masalah yang menyimpannya bukan persoalan sarkasme melainkan persoalan politik.
2. Frame Tempo.co tentang pemberitaan tersebut adalah Dalam beritanya menyudutkan Ahmad Dhani dengan berita-beritanya yang sebagian besar mengambil sudut pandang dari Polres Metro Jakarta Selatan dan Jack Laphian dengan memberikan sejumlah bukti dan pernyataan bahwa Ahmad Dhani telah melanggar UU ITE. Hal ini ditunjukkan dengan opini opini yang dimunculkan Tempo.co dengan melihat kasus yang sedang dialami Ahmad Dhani dari sisi negatif, di buktikan dari opini-opini yang dilontarkan dari Jack Boy Laphian.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh, dapat dilihat bahwa masing masing media online, Sindonews.com dan Tempo.co memiliki perspektif penyimpulan yang berbeda dalam menggambarkan kasus ujaran kebencian oleh Ahmad Dhani. Dengan adanya wacana tersebut, peneliti memiliki saran sebagai berikut :

1. Bagi media online Sindonews.com dan Tempo.co, sebagai media hendaknya mampu memberikan informasi yang memang dibutuhkan oleh publik serta diharapkan kedepannya bisa lebih obyektif dalam memproduksi berita sebagai bentuk perwujudan kode etik pers.
2. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar para calon peneliti peka dalam mencari permasalahan yang hendak diteliti. Dalam melakukan analisis framing, pilihlah berita-berita atau isu-isu nasional yang berdampak luas di masyarakat. Jika diamati lebih teliti, tidak jarang kita menemukan suatu nilai atau pesan yang ingin disampaikan media mengenai suatu peristiwa.
3. Bagi masyarakat sebagai konsumen, disarankan agar lebih jeli dalam memaknai setiap informasi yang terkandung di dalam sebuah berita. Karena bisa saja informasi tersebut merupakan hasil konstruksi dari media atau wartawan dan tidak sesuai dengan realitas yang sebenarnya.