

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Berita merupakan salah satu media dalam komunikasi yang digunakan sebagai penyampai pesan secara *non-verbal*. Penulis berita dituntut menyampaikan informasi yang didapat secara cepat dan akurat. Terkadang menyisipkan pandangan pribadinya bahkan dituntut untuk mengikuti visi-misi media tersebut. Tidak heran jika isi berita dikemas agar sesuai dengan tujuan dari media tersebut. Peran pemerintah dalam undang-undangnya akan bergerak mengendalikan konten berita yang tidak berimbang sehingga propaganda tidak ditayangkan secara fulgar.

Pemilihan presiden merupakan ajang di mana seorang calon presiden dan wakilnya akan berlomba-lomba mendapatkan suara sebanyak-banyaknya. Berbagai cara akan dipikirkan matang-matang agar mampu mencapai target yaitu menduduki kursi utama dalam pemerintahan. Masyarakat sebagai pemilih juga akan mencari informasi mengenai calon yang akan dipilihnya, salah satunya menggunakan media berita online. Rasa ingin tahu ini menjadi lahan basah bagi pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk mentransfer tujuannya.

#### **A. Kesimpulan**

Melalui penelitian ini peneliti dapat menjawab rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti yaitu “Bagaimana penggunaan teknik-teknik propaganda dalam berita politik calon presiden dan wakil presiden Joko

Widodo dan Jusuf Kalla di Kompas.com dan Detik.com pada masa kampanye presiden tahun 2014?”. Kesimpulan yang didapat peneliti bahwa penggunaan teknik-teknik propaganda oleh pasangan calon presiden dan wakil presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla di media online Kompas.com dan Detik.com pada masa kampanye presiden tahun 2014 yaitu semua teknik-teknik propaganda yang telah dipaparkan dalam definisi operasional digunakan oleh pasangan ini.

Penggunaan teknik-teknik propaganda Detik.com terlihat sangat banyak dibanding Kompas.com. Terdapat satu teknik propaganda yang menunjukkan selisih paling sedikit yaitu teknik propaganda *Bandwagon Technique*. Teknik ini merupakan teknik propaganda dengan cara menunjukkan keberhasilan, kesuksesan dari propagandis. Penggunaan survei dari lembaga survei nasional dan keberhasilan-keberhasilan Jokowi-JK saat duduk di pemerintahan sebelum mencalonkan sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden, menjadi senjata andalan untuk menarik simpati masyarakat.

Penggunaan teknik propaganda yang mendominasi Kompas.com yaitu *Bandwagon Technique* diikuti teknik propaganda *Name Calling*, *Glittering Generalities* dan *Transfer*. Sedangkan Detik.com didominasi teknik propaganda *Using All Forms of Persuasion*, *Transfer*, *Bandwagon Technique* dan *Card Stacking*.

Detik.com di bawah naungan CT CORP dan Kompas.com dengan Kompas Gramedia merupakan korporasi yang membawahi beberapa bidang

bisnis lainnya memiliki visi yang sejalan dengan konsep Revolusi Mental yang diusung Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Kedua media ini memiliki tujuan yang sejalan dengan konsep yang diusung Jokowi-JK. Detik.com dan Kompas.com merupakan situs berita online terfavorit di Indonesia. Pengunjung kedua situs berita ini mencapai lebih dari 100.000 *page view* setiap harinya. Terlepas dari kebijakan redaksi dan campur tangan pemilik utama, bisnis yang dijalankan kedua media ini akan menjadi daya tarik bagi siapa saja yang mempunyai kepentingan. Jokowi-JK dalam hal ini memiliki kepentingan untuk memenangkan dirinya dalam pemilihan umum.

## **B. Saran**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik-teknik propaganda yang dilakukan calon presiden dan wakil presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang diberitakan pada masa kampanye presiden tahun 2014 di Kompas.com dan Detik.com. Diketahui berdasarkan olahan data dari peneliti bahwa berita politik di media online Detik.com dan Kompas.com mengandung unsur propaganda dan semua teknik-teknik propaganda digunakan. Penelitian ini menyarankan dan berhadap kepada pembaca agar lebih memahami propaganda dengan memahami teknik-tekniknya. Hal ini bertujuan untuk mewaspadaai agar informasi yang didapat sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya tanpa ada pembiasan. Kemudian terhadap peneliti lainnya kedepan yang akan mengembangkan data dari penelitian ini dapat mengkombinasikan dengan beberapa jenis penelitian lainnya. Mengingat penelitian ini berkaitan dengan media massa, peneliti menyarankan untuk

mengkombinasikannya dengan Analisis *News Room* yaitu analisis terhadap redaksi di mana berita itu diproduksi. Beberapa metode lain yang dapat digunakan yaitu Analisa Isi Kualitatif Analisis Framing, Analisis Wacana. Metode-metode tersebut masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Menggabungkan satu dengan lainnya menjadikan kelebihan tersendiri.

Pemberitaan pada media online sangat cepat dan mudah diakses oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Peneliti menyarankan kepada seluruh pembuat berita khususnya media online, agar lebih memperhatikan pesan yang disajikan kepada masyarakat. Penting dilakukan untuk memberi keseimbangan informasi yang diperoleh masyarakat.

Propaganda merupakan sebuah teknik komunikasi persuasif yang sering terjadi dalam keseharian. Pembaca berita sebagai penerima informasi disarankan untuk lebih teliti dalam menyikapi informasi yang diterima, karena pada dasarnya setiap informasi mengandung pesan-pesan tertentu. Sebagai media penyampai pesan, berita melalui media online kemungkinan akan disisipi propaganda dalam penyampaian pesannya