

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat di tarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara terpaan pemberitaan Kompas.id terhadap rencana pemindahan ibu kota baru terhadap citra politik Jokowi sebagai Presiden Indonesia pada masyarakat DKI Jakarta. Hasil yang diperoleh yaitu pengaruh terpaan pemberitaan terhadap citra politik rendah tapi pasti, yang berarti hubungan terpaan pemberitaan Kompas.id rendah namun memiliki hubungan yang pasti sehingga citra politik Jokowi positif. Hal ini didapatkan berdasarkan temuan data dimana responden cenderung diterpa pemberitaan pemindahan ibu kota dengan frekuensi dan durasi rendah. Sedangkan untuk citra politik presiden Jokowi sudah positif sebelum dipengaruhi pemberitaan terpaan pemberitaan. Berdasarkan hasil penelitian dapat di Tarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini dapat dilihat melalui pengujian antara variable x dan variable y. Dalam pengujian, peneliti menggunakan indikator variable x yaitu frekuensi, atensi dan durasi sedangkan untuk indikator variable y yaitu pikiran, perasaan dan konsep diri.

Hasil pada terpaan pemberitaan (variable x) yaitu rendah dengan indikator frekuensi “Responden membaca pemberitaan pemindahan ibu kota sebanyak < 2 kali dalam satu minggu”, selanjutnya indikator atensi yaitu “Responden membaca artikel berita sambil beraktifitas”, dan indikator durasi yaitu “Responden membaca pemberitaan pemindahan ibu kota dengan durasi sebanyak <10 menit

per minggu”. Sedangkan hasil yang diperoleh dari citra politik (variable y) yaitu citra positif dengan indikator pikiran.

Berdasarkan perhitungan secara keseluruhan, didapatkan hasil citra politik presiden Jokowi positif pada masyarakat dengan jenis kelamin perempuan, berusia 18-27 tahun, tingkat pendidikan dan berdomisil di Jakarta Selatan.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi baru untuk penelitian selanjutnya dengan variable yang sama yaitu terpaan pemberitaan ataupun citra politik. Peneliti berharap bahwa akan ada penelitian selanjutnya yang akan membahas mengenai terpaan pemberitaan terhadap citra politik karena masih banyak aspek pemberitaan dari suatu media terhadap citra politik aktor-aktor politik, baik daerah maupun nasional.

V.2.2 Saran Praktis

Peneliti memiliki saran terhadap Kompas.id maupun portal berita lainnya. Diharapkan portal berita dapat lebih memberikan banyak *update* terkait pemberitaan pemindahan ibu kota karena masyarakat perlu mengetahui urgensi mengenai masa depan ibu kota baru dari Negara Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Arifin, P. D. A. (2003). *Komunikasi Politik; Paradigma - Teori - Aplikasi - Strategi & Komunikasi Politik Indonesia*. Jakarta: PT (persero) Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka.
- Arifin, P. D. A. (2006). *Pencitraan dalam Politik (strategi kemenangan PEMILU dalam Prespektif Komunikasi Politik)*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Baines, P., Egan, J., & Jefkins, F. (2004). Public Relations : Contemporary Issued and Techniques. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 452.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Connecticut: CENGAGE Learning.
- Budiardjo, P. M. (2017). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hikmat, H. M. M. (2018). *Jurnalistik: literary journalism*. Kencana.
- Ishaq, R. E. L. (2017). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing.
- Knobloch-Westerwick, S. (2015). *Choice and Preference in Media Use : Advances in Selective Exposure Theory and Research*. New York: Routledge.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2016). *Theories of Human Communication*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- McNair, B. (2011). AN INTRODUCTION TO POLITICAL COMMUNICATION, Third edition. *An Introduction to Political Communication, Third Edition*, 1–250.
<https://doi.org/10.4324/9780203699683>

- Nimmo, D. (2004). *Komunikasi Politik (Komunikator, Pesan, dan Media)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Nimmo, D. (2010). Komunikasi Politik (Khalayak dan Efek). In *Bandung : Remaja Karya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, v. wiratna. (2019). *SPSS untuk Peneltian*. Yogyakarta Pustaka Baru Press.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik* (pp. 1–261). pp. 1–261. Jakarta: Grasindo.
- Syarif, N., & Bungin, B. (2021). *Citra Aktor Politik Dalam Framing Media Lokal*. Jakarta: PRENADA.

Jurnal :

- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat (Survei di Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(02), 72. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Anwar, M., Kunci, K., Strategi, :, Politik, K., & Sejahtera, P. K. (2015). *Strategi Komunikasi Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Pada Pilkada 2015 Di Kota Samarinda*.
- Astutik, P. W. (2016). Framing Pemberitaan Citra Politik Capres 2014 di Harian Solopos. *Jurnal The Messenger*, 7(2), 9. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v7i2.292>
- Budiman, K. (2005). Dasar-dasar Jurnalistik. *Pelatihan Jurnalistik-Info Jawa 12-*

15 Desember 2005. *Www.Infojawa.Org.*, 1–4.

Haq, A. D., & Fadilah, E. (2019). Transformasi Harian Kompas Menjadi Portal Berita Digita Subscription Kompas.Id. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(2), 190–213. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2.21339>

Hasan, K. (2009). Komunikasi Politik dan Pecitraan. *Jurnal Ilmiah Dinamika*, 2(4), 22–43.

Ilhami, F., Santoso, H., & Setyabudi, D. (2014). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Politik di Media Online dan Terpaan Pesan Iklan Kampanye Politik di Media Televisi Terhadap Elektabilitas Partai Hanura. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(2), 1–94. Retrieved from <http://www.fisip.undip.ac.id/>

Junaedi, F., Sukmono, F. G., Anshori, A., Adhani, A., Nautico, T., Wahyudi, S., ... Qorib, F. (n.d.). *Komunikasi Politik di Indonesia*.

Kahar, S. (2014). Pencitraan Politik Partai Nasdem Melalui Iklan Di Televisi. *Jurnal Humanity*, 72–84. Retrieved from <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/humanity/article/view/2395>

Lampe, I. (2010). KONSEP DAN APLIKASI PUBLIC POLITIK PADA KONTESTASI POLITIK DI ERA DEMOKRAS RELATIONSI (Pemilihan Langsung). *Jurnal Academica Fisip Untad*, 2(02), 469–485.

Lestari, W., Kusmayadi, T. A., & Nurhasanah, F. (2021). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Ditinjau Dari Perbedaan Gender. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 10(2), 1141. <https://doi.org/10.24127/ajpm.v10i2.3661>

Lukum, A. (2019). Pendidikan 4.0 Di Era Ggenerasi Z: Tantangan Dan Solusinya. *Pros.Semnasa KPK*, 2, 13.

Muchtar, K. (2016a). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136–147.

Muchtar, K. (2016b). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 136. <https://doi.org/10.31315/jik.v14i2.2127>

- Muttaqin, M., Maulina, P., & Fadhlain, S. (2020). Citra Politik Prabowo - Sandi Dalam Pemilihan Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 40–50.
- Nurussa'adah, E. (2020). Perempuan dan Komunikasi Politik pada Pemilihan Umum Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 111. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3236>
- Panuju, R. (2017). Komunikasi politik Jokowi: antara pencitraan dan jejaring politik. *Jurnal Komunikatif*, 6(2), 92–105.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming gen z in job world (Selamat datang generasi Z di dunia kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network, IV*, 21–24.
- Rusmulyadi, R., & Hafiar, H. (2018). Dekonstruksi Citra Politik Jokowi Dalam Media Sosial. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 120. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.16729>
- Sahab, A. (2017). Realitas Citra Politik Tri Rismaharini Political Image Reality of Tri Rismaharini. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 30(1), 20–33.
- Setiandini, A. (2015). Pengaruh Terpaan Berita Negatif Joko Widodo di Media Massa dan Faktor Demografi (Usia, Jenis Kelamin, dan Tingkat Pendidikan) terhadap Citra Joko Widodo sebagai Presiden RI. *Interaksi Online*, 3, No 4(14030111140144).
- Siddha, A., & Wulandari, W. (2023). This paper aims to find out the deconstruction of a political image in the social media space with an interesting contemporary phenomenon to observe through #AniesGabenerPembong which was trending on Twitter in October, at the same time as the announcement. *Wacana Politik*, 8(1), 14–28. <https://doi.org/10.24198/jwp.v8i1.45019>
- Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. R. (2017). PENGARUH TERPAAN INFORMASI RISET MELALUI WEBSITE www.ppet.lipi.go.id TERHADAP SIKAP MAHASISWA MENGENAI PENELITIAN INFLUENCE OF RESEARCH INFORMATION EXPOSURE THROUGH WEBSITE www.ppet.lipi.go.id TOWARDS STUDENT ATTITUDES.

Jurnal Kajian Komunikasi, 5(1), 111–120.

Weber, M., & Koehler, C. (2017). Illusions of knowledge: Media exposure and citizens' perceived political competence. *International Journal of Communication*, 11, 2387–2410.

Widaningsih, T. T., Nugraheni, Y., Prananingrum, E. N., & Rahayunianto, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media dan Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Minat Berwisata. *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 174–190.
<https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2742>