

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada Bab IV.2, peneliti menyimpulkan bahwa pemberitaan di SKH umum seperti Kompas lebih objektif dibanding SKH khusus seperti Bisnis Indonesia. Kesimpulan tersebut diambil oleh peneliti setelah mencermati temuan dari indikator objektivitas. Dua di antaranya, yaitu indikator *cover both sides*, berita di SKH Kompas lebih banyak mengandung *cover both sides* dibandingkan dengan SKH Bisnis Indonesia. Keunggulan SKH Kompas juga diraih pada indikator *even handed evaluation*, yang mana evaluasi netralnya lebih besar dibandingkan dengan yang dikandung oleh berita di SKH Bisnis Indonesia.

Dengan demikian, secara indikator, SKH Kompas memenuhi kriteria *factualness*, *accuracy*, *journalistic standard*, *neutrality non-evaluative*, *neutrality non-sensational*, *equal or proportional access*, dan *even handed evaluation*. Sementara itu, SKH Bisnis Indonesia hanya memenuhi indikator *factualness*, *accuracy*, *journalistic standart*, *neutrality non-evaluative*, dan *neutrality non-sensational*. Sedangkan, indikator yang tidak terpenuhi, yaitu *equal or proportional access* dan *evan handed evaluation*.

V.2 Saran

Melihat dari hasil temuan dan kesimpulan, maka saran peneliti agar penelitian objektivitas dan analisis isi mengenai Bahan Bakar Minyak (BBM) tetap dikembangkan tentunya dengan media yang berbeda. Dikarenakan pemberitaan mengenai BBM tak akan habis untuk dibahas setiap pergantian kepemimpinan ataupun karena faktor lainnya. Selain itu

juga, masih banyak media cetak yang belum digunakan sebagai penelitian terkait objektivitas.

Selain itu, untuk mendapatkan variasi dalam penelitian mengenai analisis isi, penelitian ini juga bisa dilanjutkan dengan penelitian teks kualitatif, seperti semiotik (penggambaran peristiwa BBM), *framing* (pembingkaiian peristiwa serta melihat ideologi yang dianut oleh masing-masing SKH mengenai fluktuatif harga BBM), maupun *critical discourse analysis* (CDA) (melihat isi pesan berdasarkan sudut pandang wartawan). Penggunaan metode-metode yang disebutkan tersebut dapat digunakan untuk lebih dalam lagi menggali mengenai makna dari penggunaan teks hingga dasar ideologi yang digunakan dalam membuat berita tentang BBM. Hal ini dibutuhkan karena penelitian analisis isi hanya mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, dan memiliki sifat replikabel.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya.(2005). *Komunikasi dan Kode Etika Jurnalistik*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Assegaff, J. (1991). *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik: PetunjukTeknikMenulisBerita*. Jakarta: Erlangga.
- Dewabarata, A.M. (2004). *Kalimat Jurnalistik: Panduan Mencermati Penulisan Berita*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Djuraid, Husnun N. (2012). *Panduan Menulis Berita*. Malang: UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Yogyakarta: Gitanyali.
- H.M, Zaenuddin. (2007). *The Journalist: Buku Basic Wartawan Bacaan Wajib Para Wartawan, Editor, dan Mahasiswa*. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Ishwara, Luwi. (2005). *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Kovach, B & Rosenstiel, T. (2001). *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Kriyantono, Rachmat, Ph.D. (2006). *Teknik Praktik Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising*,

- Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kusumaningrat, H. & Kusumaningrat, P. (2006). *Jurnalistik: Teori dan praktik.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, Dennis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Kedua.* Jakarta: Erlangga.
- Mondry, M.Sos. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik.* Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurudin. (2009). *Jurnalisme Masa Kini.* Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Rolnicki et al, Tom. E. (2008). *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism.* Jakarta : Kencana.
- Siahaan, H.M. (2001). *Pers yang Gamang: Studi Pemberitaan Jajak Pendapat Timor Timur.* Surabaya: Lembaga Studi Perubahan Sosial.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial.* Bandung: Refika Aditama.
- Simamarta, Salvatore. (2014). *Media dan Politik: Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia.* Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siregar, Ashadi. (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa.* Yogyakarta. Kanisius (Anggota IKAPI)
- Sudibyo, Agus. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana.* Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori dan Praktik.* Bogor : Ghalia Indonesia.
- Yunus, Syarifudin. (2010). *Jurnalistik Terapan.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Artikel Jurnal

Juditha, Christyanty. (April 2013). *Objektivitas Berita Korupsi Pada Surat Kabar (Analisis Isi Berita Pada Surat Kabar Kompas Periode Januari-Oktober 2012)*. Volume 16 No 1.

Skripsi

Adi, Iguh Pranata. (2009). *Objektivitas Pers Dalam Pemberitaan tentang Pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di SKH Jawa Pos Selama Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2009/2014*.

Valerian, Verrel. (2009). *Objektivitas Pemberitaan Isu Kenaikan Harga BBM di SKH Kompas dan Jawa Pos*.

Surat Kabar Harian

Kompas. 18 November 2014

Kompas. 19 November 2014

Kompas. 21 Januari 2015

Bisnis Indonesia. 1 November 2014

Bisnis Indonesia. 18 November 2014

Bisnis Indonesia. 2 Januari 2015

Bisnis Indonesia. 8 Januari 2015

Bisnis Indonesia. 9 Januari 2015

Bisnis Indonesia. 17 Januari 2015

Bisnis Indonesia. 2 Maret 2015

Bisnis Indonesia. 27 Maret 2015

Internet

BBM Naik Lagi, Perlu Langkah Tegas Kendalikan Harga. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2015 dari <http://riaupos.co/3757-opini-bbm-naik-lagi-perlu-langkah-tegas-kendalikan-harga.html#.ViZ9W6qrIU>

Bisnis Indonesia Awards 2015: Ini Cerita Berdirinya Koran Bisnis Terbesar di Indonesia. Diakses pada tanggal 19 Maret 2015 dari <http://market.bisnis.com/read/20150616/192/444076/bisnis-indonesia-awards-2015-ini-cerita-berdirinya-koran-bisnis-terbesar-di-indonesia>

Bisnis Indonesia Masuk Besar Koran Terpopuler di Indonesia. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2015 dari <http://industri.bisnis.com/read/20140303/105/207374/bisnis-indonesia-masuk-5-besar-koran-terpopuler-di-indonesia>

Mengelola Harga BBM. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2015 dari <http://www.mediaindonesia.com/editorial/view/383/Mengelola-Harga-BBM/2015/03/28>

Penghargaan Kompas. Diakses pada tanggal 19 Maret 2015 dari <http://www.kompasgramedia.com./news/read/media-cetak-kompas-gramedia-raih-iipma-iim-awards-2012>

Profil PT Kompas Media Nusantara. Diakses pada tanggal 19 Maret 2015 dari <http://profile.print.kompas.com/profil/>

Visi dan Misi Kompas. Kompas [on-line]. Diakses pada tanggal 19 Maret 2015 dari <http://www.kompasgramedia.com/aboutkg/vissionmiss>

