

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Konstruksi berita calon presiden dan wakil presiden tahun 2014 oleh *Sindo TV* Kupang cenderung mendukung pasangan Prabowo Hatta. Hal ini dipengaruhi oleh dukungan politik yang dianuti oleh pemilik *MNC Group* yang mana *Sindo TV* Kupang juga merupakan anak perusahaannya. Konstruksi berita yang tidak seimbang itu secara ril dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi orientasi politik, instruksi khusus, latar belakang pengelola media dan tim liputan. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari sumber informasi, ideologi eksternal dan teknologi yang digunakan.

#### **B. SARAN**

Penelitian ini berakhir dengan rekomendasi-rekomendasi. Rekomendasinya adalah

1. Media selalu menuntut institusi lain agar terbuka bagi public namun sebaliknya jika masyarakat menuntut media untuk transparan media cenderung paranoid. Ini yang dialami oleh peneliti ketika mengajukan proposal di *Sindo TV* Kupang. Sarannya, semua haruslah terbuka seperti tuntutan sendiri bagi institusi lain termasuk *Sindo TV* Kupang.
2. Media memang tidak bisa netral dalam dunia yang penuh penyimpangan. Keberpihakan media seharusnya diarahkan untuk melayani kebenaran. Semua media seharusnya meyakini dan menghayati hal ini termasuk *Sindo TV* Kupang.
3. Semua media bergantung pada modal namun tidak harus berada di ketiak pemilik modal dan menjadi hamba pemiliknya. Pelayanan media seharusnya

diarahkan bagi terwujudnya keberanara, kebaikan dan keadilan untuk semua anggota masyarakat tanpa pandang bulu. Hal ini juga seyogyanya dihayati oleh *Sindo TV* Kupang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Jogjakarta : Graha Ilmu.
- Baggini, Julian. 2003. *Making Sense: Filsafat di Balik Headline Berita*. Teraju. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Calebrese, Andrew. *Toward a Political Economy of Culture*. Dalam ed. Calebrese, Andrew dan Sparks. 2004. *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*. Rowman & Littlefield Publisher, INC. Maryland.
- Curran, J & Gurevich, M. 1996. *Mass Media and Society*. Edward Arnold. London.
- Denzin, K. Norman & Lincoln, S. Yvonna. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- DeVito, Joseph. *Komunikasi Antarmanusia*, Professional Books, Jakarta, 1997.
- Kurnia, Novi, 2008, *Posisi dan Resistensi: Ekonomi Politik Perfilman Indonesia*, Fisipol UGM.
- Dosi, Eduardus. 2012. *Media Massa dalam Jaring Kekuasaan*. Maumere : Penerbit Ledalero.
- Eriyanto. 2003. *Analisa Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. LKIS. Yogyakarta.

- \_\_\_\_\_ 2003. *Analisa Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS. Yogyakarta.
- H. A, Saripudin & Hasan, Qusyaini. 2003. *Tomy Winata Dalam Citra Media: Analisa Berita Pers Indonesia*. Jari. Jakarta.
- Hamad, Ibnu. 2004. *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa. Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Granit. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Dalam Ruben, Brent & Stewart, Lea. Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Mattelart & Mattelart. 2004. *Theories of Communication: A Short Introduction*. Sage Publication. London.
- McChesney, R Robert. 2008. *The Political Economy of Media*. Monthly Review Press. New York.
- \_\_\_\_\_, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Erlangga. Jakarta.
- Mosco, Vincent, (2008), *Current Trends in the Political Economy of Communication*, *Global Media Journal-Canadian Edition*.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung, 2003.
- Tedjoworo, H. *Imaji dan Imajinasi: Suatu Telaah Filsafat Postmodern*. Pustaka Filsafat Kanisius. Yogyakarta, 2001.