

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di Metro TV, dapat diambil kesimpulan bahwa latar belakang mengudaranya program *Presidents Corner* yaitu karena Presiden Jokowi selaku negarawan memiliki keunikan dan seringkali menarik perhatian masyarakat luas. Program ini bertujuan untuk membuat side story-nya Presiden Jokowi melihat dari sisi humanismenya di luar pemerintahan. Tanpa dibumbui motif-motif politis, program ini hanya terfokus dengan bagaimana agar tayangan kepresidenan ini menjadi sumber informasi untuk mengenal sosok presiden lebih jauh lagi, khususnya melihat presiden yang pada dasarnya seperti rakyat pada umumnya. Karenanya, program ini belum memiliki program kompetitor di stasiun TV lainnya.

Strategi Metro TV dalam penanyangan *President's Corner* menggunakan 2 cara, yaitu mengenal khalayak dan menyusun pesan. Representasi citra diri Presiden Jokowi dalam tayangan *President's Corner*. Hasil wawancara dengan beberapa pemirsa *President's Corner* dapat disimpulkan bahwa tayangan tersebut memliki dampak terhadap persepsi khalayak sebelum dan sesudah menonton program *President's Corner* mengenai citra diri Presiden Jokowi. Awalnya mereka tidak pro terhadap Presiden Jokowi, namun setelah menonton *President's Corner* citra diri Presiden Jokowi bertambah menjadi lebih positif. Presiden Jokowi direpresentasikan sebagai sosok yang sederhana, merakyat, suka blusukan dan apa adanya.

#### **B. Saran**

Dari hasil kesimpulan dan keterbatasan di atas dalam penelitian ini, maka penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Metro TV diharapkan mampu untuk menjaga netralitas sesuai kaidah jurnalisme. Diharapkan juga agar dapat mempertahankan rating President's Corner dan terus berinovasi mengenai topik yang ditayangkan.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan bermanfaat bagi pengembangan dan pembendaharaan penelitian di bidang ilmu komunikasi.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang mana mungkin turut terdapat dalam strategi komunikasi.