

BAB IV

PENUTUP

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pihak media Kompas.com mengklaim bahwa metode pencitraan yang dilakukan menggunakan komunikasi dan publikasi yang bersifat dialogis maupun monologis, hanya untuk menaikkan rating image atau berita yang ditampilkan citra pasangan calon Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Jadi metode pencitraan politik yang dilakukan pihak Jokowi dan Ma'ruf Amin melalui Media Kompas.com menayangkan berita secara netral dan tidak memihak pasangan calon.
2. Faktor yang menjadi pemicu adalah faktor internal dan eksternal. Dalam faktor internal adalah perubahan sosial yang mana dinamika penduduk ini berkaitan dengan penambahan atau penurunan jumlah penduduk. Konflik sosial yang terjadi dalam masyarakat akan menyebabkan perubahan sosial seperti perbedaan kepentingan pola seseorang dengan orang lain sedangkan faktor eksternal adalah hubungan sosial selalu terjadi dalam kehidupan masyarakat sehingga kebudayaan satu dengan kebudayaan lainnya bertemu dalam proses sosial, baik bertemunya tersebut secara asosiatif ataupun disosiatif. Apabila hubungan tersebut berlangsung melalui alat-alat komunikasi massa seperti radio, televisi, film, majalah, dan surat kabar, terjadi kemungkinan pengaruh hanya datang dari satu

pihak, yaitu dari masyarakat yang secara aktif menggunakan alat-alat komunikasi tersebut. Hal ini media merupakan sarana untuk membangun pencitraan dengan mengangkat isu-isu yang bersentuhan langsung oleh kebutuhan masyarakat Indonesia dari dalam dan dari luar.

D. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Masyarakat harus mampu memahami nilai-nilai demokrasi dengan ikut aktif memilih tanpa melihat intervensi dari pemerintah.
2. Masyarakat harus menjaga netralisasi sebagai wujud dari terciptanya pemerintahan yang bersih dan mampu memberikan contoh yang baik terhadap masyarakat.
3. Masyarakat harus betul-betul melihat kualitas dan kapabilitas calon pemimpin yang betul- betul sama ucapan dan perkataannya.
4. Sebagai bahan pembelajaran bagi lara ilmuan sosial untuk memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai wawasan pengetahuan bagaimana pencitraan politik mampu mengangkat popularitas suaranya

DAFTAR PUSTAKA

A. Dari Buku

- Anwar Arifin, 2014. Politik Pencitraan-Pencitraan Politik, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Burhan Bungin, 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Farian Kontemporer, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,)
- Firmanzah, (2012), Marketing Politik Antara Pemahaman dan Realitas, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia
- Hamad, Ibnu. 2004. Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa. Jakarta: Granit
- H.M.Burhanbungin, 2007. *Komunikasi, Ekonomi, KebijakanPublic, dan Ilmu Sosial*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations* Edisi kelima, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Tabroni, Roni. (2012). Komunikasi Politik Pada Era Multimedia. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, Jr., Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta : Jakarta.
- Suryawati, Indah. 2011. Jurnalitik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek. Bogor : Ghalia Indonesia.

B. Dari Jurnal

- Dadan Anugrah Politik Pencitraan Wakil Rakyat, pada Universitas Islam Bandung (Studi Dramaturgis Tentang Komunikasi Politik Wakil Rakyat Di DPRD Kabupaten Bandung Jawa Barat)
- Halimatusa'diah (2013) Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pencitraan Politisi Perspektif Teori Uses And Gratifications Program Studi Kehumasan Akom BSI Jakarta.

Idris Thaha, Politik Pencitraan Partai Gerindra Terhadap Prabowo Subianto Pada Pilpres 2009, Pada Universitas Hasnuddin Makassar

Maulana Andinata Dalimunthe, 2014. Implikasi Internet Sebagai Media Interaktif Dalam Membangun Citra Aktor Politik. Universitas Gadjah Mada.

Putri Azzahra Anwar, Fitrih, Cahaya Amalia, Husnil Khatimah, Amalia M.Gappar. Media Massa Dan Citra Politik Di Indonesia.

Steven Anthony, 2014. Strategi Pencitraan Politik Media Sosial Pada Pilkada Walikota Palembang oleh, pada Universitas Terbuka.

C. Dari Website

<https://www.kompasiana.com/hafidzrizkiofisfauzi/596e45d44fc4aa7ef239a222/media-sebagai-alat-pembentuk-citra>, diakses tanggal 26 juli 2019

<Http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/136301-T%2028240-Analisis%20perubahan-Pendahuluan.pdf>.

<Https://nasional.kompas.com/read/2018/12/26/20400671/timses-heran-foto-jokowi-sendirian-di-lokasi-bencana-disebut-pencitraan>