

BAB V

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa media massa memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap isu politik dinasti Presiden Joko Widodo menjelang Pilkada 2024, melalui konstruksi narasi yang disusun secara sistematis dan ideologis. Dengan menggunakan model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M.Kosicki, ditemukan bahwa Tempo.co, Kompas.com, Sindonews, dan Detik.com yang tidak hanya menyoroti keterlibatan keluarga presiden dalam kontestasi lokal, tetapi juga keterkaitan dengan revisi UU Pilkada dan Putusan MK yang menjadi sorotan publik melalui gerakan digital seperti #KawalPutusanMK. Dalam konteks komunikasi politik, media bertindak sebagai aktor komunikasi yang tidak netral, melainkan terlibat dalam proses seleksi, penekanan dan penonjolan isu untuk memengaruhi opini publik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Tempo.co menonjolkan *framing* oposisi secara tajam dengan membingkai Presiden Joko Widodo sebagai aktor utama dalam upaya sistematis pelanggengan kekuasaan melalui dinasti politik, dengan memanfaatkan narasi delegitimasi hukum dan retorika etis-moral seperti “darurat demokrasi” dan “karpet merah Kaesang”. Kompas.com menunjukkan sikap kritis dengan menekankan oposisi masyarakat sipil dan akademisi, serta menggambarkan mahasiswa dengan penguatan simbolik melalui aksi lapangan dan metafora politik seperti “Raja Jawa” dan “Penguasa pembajak demokrasi”. Sindonews tampil berimbang dengan memuat kritik mahasiswa dan pakar hukum, tetapi disatu sisi lain memberi ruang pada narasi pembelaan kuasa hukum presiden, sehingga memperlihatkan *framing* yang lebih

pragmatis dan netral. Adapun Detik.com meskipun cenderung netral dalam banyak isu justru menampilkan *framing* simbolik paling vulgar dan viral, seperti poster “negara diperkosa satu keluarga” yang menunjukkan bagaimana media menyuarakan keresahan tanpa menyatakan posisi editorial secara langsung.

