

BAB V

PENUTUP

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa hal di bawah ini:

1. Kontruksi pencitraan Calon Walikota dan Wakil Walikota Kendari pada Harian Kendari Pos secara intensitas, yaitu Abdul Razak-Andi Haris Surahman yang berupa iklan sebanyak 12 kali, Adriatma Dwi Putra-Sulkarnain sebanyak 37 kali, dan Muh. Zayat Kaimoeddin-Suri Syahriah sebanyak 12 kali. Abdul Razak-Andi Haris Surahman mengkonstruksi pencitraan sebagai sosok yang siap memperjuangkan masyarakat kecil melalui berbagai program kebijakan yang strategis. Pasangan ADP-Sul menampilkan dirinya sebagai sosok yang (a) mampu, bersih, dan merakyat, (b) didukung partai-partai besar baik skala regional maupun nasional yang diperkuat dengan menampilkan dukungan parat tokoh sentral dari partai tersebut, misalnya Anis Matta dan Prabowo Subianto, serta (c) mewakili kalangan pemuda Kota Kendari. Zayat-Syahriah menampilkan dirinya sebagai sosok yang berpengalaman, teruji, dan melayani, serta memiliki 7 program strategis di berbagai bidang yang pro rakyat kecil.
2. Kontruksi pencitraan Calon Walikota dan Wakil Walikota Kendari berupa berita di Harian Kendari Pos secara intensitas, yaitu Abdul Razak-Andi Haris Surahman sebanyak 5 kali, Adriatma Dwi Putra-Sulkarnain sebanyak 34 kali,

dan Muh. Zayat Kaimoeddin-Suri Syahriah sebanyak 13 kali. Abdul Razak-Andi Haris Surahman mengkonstruksi pencitraan sebagai sosok yang didukung oleh 3 (tiga) tokoh Sultra, optimis menang, peduli, dekat dengan masyarakat dan siap menyelesaikan permasalahan dasar yang dihadapi masyarakat Kota Kendari, serta siap mengawal proses pemilihan dari praktek *money politic* (politik uang). ADP-SUL berusaha melakukan konstruksi pencitraan dengan berupaya menampilkan dirinya sebagai sosok (a) memiliki visi dan misi pembangunan bagi semua pihak, (b) visioner, peduli dengan kaum perempuan/ibu, (c) didukung oleh berbagai tokoh nasional, (c) memiliki tim relawan yang banyak, (d) memiliki program unggulan berupa program bebas banjir, perbaikan jalan, dan pengembangan sektor pendidikan, (f) memiliki konsep pembangunan yang matang, dekat dengan masyarakat, serta (g) sosok yang rendah hati. Zayat-Syahriah berusaha melakukan konstruksi pencitraan dengan berupaya menampilkan dirinya sebagai sosok yang lebih dekat dengan masyarakat, solutif, dan didukung oleh tokoh regional dan nasional.

3. Konstruksi Pencitraan Calon Walikota dan Wakil Walikota Kendari Pada Harian Kendari Pos maka penulis mencoba mengkorelasikan antara Iklan dan Berita pada
4. Dari presentase intensitas pemberitaan dan periklanan pada kolom Politik maka penulis menyimpulkan bahwa pasangan ADP-SUL mengungguli 2 pesaingnya dari segi intensitas Berita dan Iklan

Kemenangan ADP-SUL pada pertarungan politik di Kota Kendari memang bukan tanpa sebab, kepiawaian memaikan isu politik dan tingkat konsistensi dalam mengekspose berita-berita yang kiranya dapat menambah simpati masyarakat Kota Kendari untuk memilih calon pemimpinnya. Sebagai politisi muda ADP-SUL memang sangat piawai memaikan peran social sebagai wadah menyalurkan tawaran-tawaran politiknya dan kemampuan membentuk opini public dari kalangan menengah kebawah terkhusus kalangan muda-mudi. Terlepas dari banyaknya aspek penunjang dalam kemenangan ADP maka penulis menyimpulkan bahwa pengaruh Politik pencitraan dalam membangun simpati politik sangatlah penting untuk dilakukan, namun untuk mengukur secara spesifik pengaruh tersebut masih perlu pengkajian lebih dalam dan konprehensif.

E. Saran

1. Para calon kepala daerah agar lebih intensif dan variatif dalam melakukan konstruksi pencitraan di media massa.
2. Masyarakat hendaknya lebih kritis dalam menilai calon kepala daerah.
3. Mahasiswa, khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam agar lebih banyak mengkaji mengenai konstruksi pencitraan kepala daerah.
4. Bagi para jurnalis seyogyanya tetap konsisten menjaga independensinya
5. Pihak Perpustakaan IAIN Kendari agar lebih banyak menyediakan referensi terkait komunikasi dan penyiaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Angle, J. W., Dagogo-Jack, S. W., Forehand, M. R., & Perkins, A. W. *Activating Stereotypes With Brand Imagery: The Role Of Viewer Political Identity*. 2016
- Anstead, N., & O'Loughlin, B. *Social Media Analysis And Public Opinion: The 2010 Uk General Election*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 204-220. 2015
- Arnus, Sri Hadijah *Peran Spin Doctor Dalam Pemasaran Politik*. *Jurnal Al-Munzir STAIN Kendari*, Vol. 6, 2013.
- Arifiin, Anwar. *Komunikasi Politik, Filsafat, Paradigma, Teori, Tujuan, Strategi, dan Komunikasi Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Bambang, Cipto, *Politik dan Pemerintahan Amerika*. Yogyakarta: Lingkar. 1999.
- Bruter, M. *Time Bomb? The Dynamic Effect Of News And Symbols On The Political Identity Of European Citizens*. *Comparative Political Studies*, 42(12), 1498-1536. 2009.
- Budiarjo, Miriam. *Miniam Partisipasi dan Parpol*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 1998.
- Budiarjo, Miriam. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2008.
- Chang, T. K., Wang, J., & Chen, C. H. *The Social Construction Of International Imagery In The Post-Cold War Era: A Comparative Analysis Of Us And Chinese National Tv News*. *Journal Of Broadcasting & Electronic Media*, 42(3), 277-296. 1998.
- Cherry, C., Hopfe, C., MacGillivray, B., & Pidgeon, N. *Homes As Machines: Exploring Expert And Public Imaginaries Of Low Carbon Housing Futures In The United Kingdom*. *Energy Research & Social Science*, 23, 36-45. 2017.
- Cuttlip, Scott M. dkk., *Effective Public Relations*, Jakarta: Prenada Media Group. 2009.
- Danial, Akhmad. *Iklan Politik Tv: Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*, Yogyakarta: LKIS Yogyakarta, 2009.
- Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.