

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan pada bab I-IV, analisis empat tahap Fairclough pada pemberitaan pindah agama selebritas ditemukan adanya wacana dominan pemberitaan pindah agama menjadi Islam di media *online*. Kondisi ini menandai ketaksetaraan dalam pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*. Pada konteks tersebut, terdapat beberapa hal ditemukan bahwa: pertama, terdapat ketaksetaraan pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*. Ketaksetaraan tersebut timbul wacana dominan dalam pemberitaan selebritas menjadi Islam dan cenderung digambarkan positif; yaitu pindah agama selebritas menjadi Islam karena keinginan/pilihannya sendiri, sebagai peristiwa illahi berupa hidayah, tidak ada paksaan, dan timbul apresiasi dari banyak pihak, membawa perubahan pada laku keseharian menjadi lebih baik dari sebelumnya, dan upaya aktualisasi ajaran Islam dalam kehidupan; banyak menempa diri untuk belajar dan penggambarannya memberi hikmah atas pindah agama menjadi Islam.

Sementara, sebaliknya, pemberitaan pindah agama selebritas menjadi Non Islam cenderung digambarkan negatif, yaitu diklaim sebagai sebuah kontroversi, dan masalah, aktivitas keartisan memburuk, timbul ketidakpercayaan pada banyak pihak, termasuk tidak mendapati restu orang tua, pindah agama menjadi Non Islam sebagai tindakan yang tidak mencontoh yang baik dan menerima penilaian dan pandangan buruk dari khalayak bahkan komentar dengan ancaman pembunuhan.

Sehingga, pada konteks ini, pindah agama tidak dimaknai sebagai realita yang normal, natural, namun memicu tendensi kontras-makna.

Kedua, hambatan yang menyebabkan adanya wacana dominan yakni; 1) adanya peran relasi kuasa yang memiliki implikasi pada kepentingan ekonomi politik media ini memunculkan kecenderungan berita isu pindah agama selebritas ini menjadikan bias informasi (ketaksetaraan pemberitaan pindah agama selebritas); 2) adanya peranan *newsroom* di media *online* dalam pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*. Dalam temuan penelitian, terdapat keterkaitan antara peran internal media dan temuan penelitian ketaksetaraan pemberitaan yang tak setara, cenderung sensasional dalam pemberitaan pindah agama selebritas di media *online* dan memunculkan wacana dominan menjadi Islam dengan digambarkan positif, dan wacana selebritas menjadi Non Islam digambarkan negatif. Dalam arti ini, internal media *online* memungkinkan berperan dalam pemberitaan pindah agama selebritas di media *online* yang cenderung tak setara dan cenderung sensasional, serta menimbulkan wacana dominan menjadi Islam dengan digambarkan positif, dan wacana selebritas menjadi Non Islam digambarkan negatif; 3) pemberitaan pindah agama merupakan informasi sensitif; dan 4) informasi mengenai selebritas memiliki daya tarik sorotan bagi media; 5) informasi pemberitaan pindah agama selebritas bernilai bisnis bagi media.

Ketiga, media mengeksploitasi emosi dan minat audiens dengan adanya pemberitaan berita pindah agama selebritas di media *online* yang ditampilkan tak setara dan cenderung sensasional. Pada kondisi tertentu, adanya pemberitaan pindah

agama selebritas di media *online* adalah informasi yang menarik, sekaligus menarik trafik, serta bernilai bisnis sebagai upaya untuk peningkatan finansial media.

Dalam pemberitaan pindah agama selebritas di media *online*, secara implisit, bahwa secara sosiokultural, semakin menguatnya logika mayoritas di Indonesia yang masih bertumpu pada logika penghakiman dari mayoritas (Islam) kepada non Islam yang notabene minoritas. Hal ini memberikan andil pada media untuk memproduksi berita sebagaimana keinginan yang dominan.

5.2. Saran

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya adalah bagi media seyogianya seimbang dalam menyajikan informasi pindah agama; dimulai dari pemilihan narasumber yang berimbang, dan isi dalam tubuh beritanya sejatinya objektif, dan tidak berpotensi mengarah pada unsur sensasionalisme yang bias makna. Selain itu, untuk peneliti di masa depan diharapkan untuk menganalisis lebih mendalam terkait dengan sajian informasi pindah agama dengan pendekatan kualitatif (paradigma kritis) dan kuantitatif (paradigma positivisme). Dengan paradigma kritis, diharapkan penelitian secara dapat secara mendalam menyingkap secara empiris melalui wawancara kepada awak media lebih mendalam, dan pengamat media, dewan pers mengenai gejala dan implikasi lebih luas dari berita pindah agama. Kemudian, untuk analisis kuantitatifnya berupaya menganalisis media online mainstream dan media lokal dalam memberitakan informasi pindah agama selebritas lokal maupun internasional. Hal ini dapat memberikan informasi kepada publik mengenai informasi pindah agama yang ada dalam diri selebritas lokal dan internasional yang

diproduksi oleh media-media di Indonesia, sekaligus menjadi catatan bagi media agar menjalankan idealismenya sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Saran lainnya, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan analisis kritis mengenai teks berita atau teks naratif lainnya dalam media online dan cetak dengan analisis empat tahap Fairclough. Lalu, menyarankan untuk memungkinkan melakukan analisis visual dalam berita sebagai bagian pengayaan studi analisis wacana kritis. Wacana yang beragam memungkinkan tampil tidak hanya melalui teks, melainkan meluas melalui visual. Tujuannya mengidentifikasi secara lebih kritis dan luas ihwal nilai-nilai dan wacana yang diakomodir media dengan objek tinjauan yang lebih mendalam.