

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Setiap media menunjukkan proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang berbeda dalam mengkonstruksi realitas tentang *childfree* di masyarakat. Tirto.id mengeksternalisasi *childfree* sebagai respons terhadap realitas ekonomi, objektivasi yang dilakukan menekankan alasan-alasan ekonomis, dan akhirnya diinternalisasi oleh audiens sebagai pilihan yang masuk akal dalam kondisi tertentu. Kompas.com mengeksternalisasi *childfree* sebagai isu moral dan agama, mengobjektivasi melalui pandangan religius, dan diinternalisasi sebagai tindakan yang bertentangan dengan norma agama. Sementara itu, Tempo.co mengeksternalisasi isu ini sebagai ancaman nasional, mengobjektivasi dampaknya terhadap demografi dan ekonomi, dan diinternalisasi sebagai keputusan yang tidak bertanggung jawab.
2. Dalam penelitian ini, analisis framing terhadap isu *childfree* di tiga media online Tirto.id, Kompas.com, dan Tempo.co mengungkapkan adanya perbedaan yang signifikan dalam cara ketiga media tersebut membingkai isu ini. Tirto.id memandang *childfree* sebagai pilihan rasional yang muncul dari tekanan ekonomi dan sosial, sementara Kompas.com membingkai *childfree* sebagai gaya hidup yang bertentangan dengan nilai-nilai agama

dan tujuan pernikahan. Di sisi lain, Tempo.co menekankan dampak negatif *childfree* terhadap demografi dan ekonomi nasional.

B. Implikasi

Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa framing media dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu sosial seperti *childfree*. Bagaimana media membingkai suatu isu dapat mempengaruhi cara masyarakat memandang dan merespons isu tersebut. Di sini, terlihat bahwa media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik dan memperkuat atau menantang norma sosial yang ada. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya kesadaran kritis terhadap informasi yang disajikan oleh media, mengingat perbedaan framing yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat secara signifikan.

Selain itu, implikasi teoritis dari penelitian ini memperkuat teori konstruksi realitas sosial, di mana media massa memainkan peran penting dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi realitas sosial. Setiap media memanfaatkan framing untuk mengeksternalisasi pandangan tertentu, mengobjektivikasi isu dalam konteks yang spesifik, dan menginternalisasi persepsi ini dalam benak audiens.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Media: Media massa diharapkan untuk lebih sadar akan dampak framing yang mereka lakukan terhadap persepsi publik. Mereka perlu menjaga keseimbangan dalam pemberitaan dan berusaha menyajikan isu-isu sosial secara lebih komprehensif, menghindari bias yang berlebihan,

serta memperhitungkan dampak jangka panjang dari framing yang diterapkan.

2. Bagi Pembuat Kebijakan: Pembuat kebijakan di bidang komunikasi dan informasi sebaiknya mengawasi dan mengatur pemberitaan terkait isu-isu sensitif seperti *childfree*, memastikan bahwa informasi yang disebarkan tidak menyesatkan atau menyebabkan kebingungan di kalangan masyarakat.
3. Bagi Peneliti Lain: Penelitian lanjutan di bidang framing analisis dapat memperluas cakupan dengan mengkaji media lainnya, termasuk media sosial, yang juga memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik. Peneliti juga dapat mempertimbangkan untuk melakukan studi longitudinal guna melihat bagaimana framing terhadap isu *childfree* berkembang seiring waktu.
4. Bagi Masyarakat: Masyarakat perlu memiliki kesadaran dan literasi media yang lebih baik untuk dapat mengkritisi informasi yang diterima dari berbagai sumber media. Penting untuk tidak menerima begitu saja framing yang disajikan oleh media, tetapi untuk mencari informasi dari berbagai sumber sebelum membentuk opini.