

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya komunikasi eufemisme dalam berita media online mengenai kasus penembakan Brigadir J pada Detik.com dan Kompas.com itu berbeda. Hasil pada penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. penggunaan eufemisme pada Detik.com lebih banyak menggunakan fungsi sebagai penyederhanaan kata agar mudah dipahami dengan 5 berita yang diambil terdapat 161 kata eufemisme yang digunakan. pada pemberitaan Kompas.com eufemisme digunakan dengan fungsi penghalusan kata dan cukup banyak ditemui bentuk metafora. Dalam pemberitaan Kompas.com dari 5 berita yang diambil terdapat 211 kata eufemisme. komunikasi eufemisme yang digunakan dalam 10 berita diakumulasikan menjadi 372 kata eufemisme yang ditemui. Bentuk-bentuk tersebut meliputi metafora (14 kata terdiri dari 1 kata di Detik.com dan 13 kata di Kompas.com), Inisialen (81 kata terdiri dari 33 kata di Detik.com dan 48 kata di Kompas.com), akronim (150 kata terdiri dari 68 kata di Detik.com dan 82 kata di Kompas.com), serapan (44 kata terdiri dari 31 kata Detik.com dan 13 kata di Kompas.com), bahasa asing (2 kata terdiri dari 1 kata Detik.com dan 1 kata di Kompas.com), dan perifrasis (81 kata terdiri dari 27 kata di Detik.com dan 54 kata di Kompas.com).
2. Dari analisis *framing* yang dilakukan pada pemberitaan Detik.com khalayak diarahkan pada cara pandang Brigadir J sebagai korban dari penembakan. Pada pemberitaan Kompas.com Brigadir J dijadikan sebagai orang yang bersalah sehingga khalayak memiliki cara pandang bahwa Brigadir J merupakan pelaku sebelum bharada E muncul.

Pemberitaan tersebut didukung oleh penonjolan fakta atau *catchpharases* mengenai baku tembak dan ditunjang dengan *exemplar* serta *depiction* dalam penggunaan bentuk kata eufemisme.

## B. Saran

Setelah melakukan penelitian dengan judul Komunikasi Eufemisme pada pemberitaan media online, ada beberapa saran yang diberikan oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Saran dalam penggunaan eufemisme pada pemberitaan di media *online* sebaiknya dapat mengurangi metafora dan menggunakan komunikasi eufemisme dengan bijak, agar komunikasi eufemisme tersbut dapat dipahami secara jelas oleh pembaca dan tidak menimbulkan miskomunikasi.
2. Disarankan kepada pemberitaan media *online* agar memberikan informasi secara lengkap tanpa berbelit-belit serta penyampaian dari berbagai sudut pandang. Karena *framing* yang memunculkan sebuah sudut pandang khalayak akan mempengaruhi cara pandang pembaca.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya jika melakukan penelitian dengan menggunakan tema yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini baik dari segi pengkonsepian dan kepenulisannya.

