

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis atas data hasil penelitian mengenai penerimaan lima (5) informan sebagai pemilih pemula di Yogyakarta terhadap iklan kampanye politik pasangan capres-cawapres 2014 di media televisi dan faktor-faktor yang melatarbelakanginya, penulis dapat mengemukakan kesimpulan sebagai jawaban atas masalah-masalah penelitian ini, yaitu

Pertama penerimaan kelima informan terhadap iklan kampanye politik Pilpres 2014 sangat bervariasi antara satu informan dan informan lainnya. Kalau dipetakan, kelima informan yang semuanya mahasiswa dari jurusan dan universitas yang berbeda, serta berasal dari daerah asal yang berbeda, maka variasi penerimaan mereka merupakan hal yang wajar. Annita (Banjarnegara, Jawa Tengah), Zulpandi (Riau), Tria Utami (Lampung), Asmir Alwi (Maluku Utara), dan Fauzan (Yogyakarta) termasuk pemilih pemula yang pertimbangan politiknya tidak bersifat ideologis-pragmatis, tetapi idealis. Maksudnya, bersifat ideologis-pragmatis adalah tidak berdasarkan pilihan ideologi dan kepentingan kekuasaan bagi mereka.

Bersifat idealis maksudnya adalah pertimbangan mereka semata-mata karena untuk kepentingan kemajuan dan kejayaan bangsa. Dengan demikian, penerimaan mereka terhadap iklan kampanye politik lebih didominasi oleh kecenderungan *like or dislike* terhadap calon tertentu. Artinya, sejak awal,

iklan itu tidak banyak berpengaruh terhadap mereka karena sebelumnya

mereka telah memiliki acuannya sendiri. Annita misalnya, sejak sebelum kampanye Pilpres, telah mengidolai capres Jokowi karena rekam jejaknya yang baik dan sederhana serta merakyat. Ini juga didukung oleh lingkungan keluarganya yang berbasis partai pendukung Jokowi (PDIP). Namun demikian, ada juga beberapa faktor lain yang memengaruhi variasi penerimaan mereka terhadap iklan kampanye Pilpres 2014.

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan informan terhadap iklan kampanye Pilpres 2014 adalah latar belakang keluarga dan lingkungan tempat informan berasal dan pendidikan. Annita yang tumbuh di Jawa Tengah, sebagai daerah dengan basis PDIP misalnya, menerima dengan baik iklan kampanye dari pasangan Jokowi-JK dan membuatnya begitu *oppositional* terhadap iklan Prabowo-Hatta. Sebaliknya, Asmir, seorang anggota Mapala, sangat mengidolai Prabowo yang gagah dan perkasa sangat terlihat jelas dengan penerimaannya diposisi *dominant* terhadap seluruh scene yang ada didalam iklan. Faktor pendidikan juga demikian, turut memengaruhi tingkat penerimaan informan. Misalnya Zulpandi dan Fauzan, memiliki latar belakang pendidikan politik dan iklan membuatnya lebih memahami arti dari tayangan iklan politik sehingga membuatnya berada pada posisi *negotiated*. Sementara kurangnya pengetahuan Tria pada dunia politik dan periklanan membuatnya menerima begitu saja semua tayangan iklan dari kedua calon Presiden dan

## B. Saran

Saran yang peneliti perlu kemukakan terkait penelitian ini adalah:

1. Peneliti menyarankan masyarakat luas atau khalayak sebagai penonton untuk tidak secara menerima mentah-mentah iklan-iklan kampanye politik. Karena, sebagaimana karakter setiap jenis iklan, ia lebih bersifat membujuk, persuasif, dan cenderung melebih-lebihkan apa yang disampaikan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Tidak terkecuali iklan kampanye Pilpres 2014. Oleh karena itu, audiens atau khalayak perlu memperoleh informasi yang akurat dan detail tentang sebuah produk iklan.
2. Untuk penelitian selanjutnya, apa yang peneliti kemukakan dalam penelitian ini diharapkan menjadi koreksi atau bahan acuan dalam penelitian selanjutnya, khususnya dalam penelitian analisis kualitatif dengan metode analisis resepsi. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ini bisa lebih mendalam lagi diteliti, karena peneliti sadar bahwa penelitian ini dapat diteliti kembali dari sudut pandang yang lain, dengan metode dan pendekatan yang lebih kritis dan alternatif semisal menggunakan metode wacana dari Sara Mills yang menjadikan pembaca atau penonton element analisisnya untuk mendapatkan tujuan penelitian yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan moral.