

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang empat foto kampanye pada majalah Tempo edisi 19 – 25 November 2018 dimana peneliti bertujuan mengetahui arti representasi dari pasangan Joko Widodo – Ma'aruf Amin dan Prabowo Subianto – Sandiaga Uno dengan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce yaitu dengan menganalisis Sign, Object dan Representment yang terdapat dalam empat foto kampanye berikut ini.

1. Foto kampanye pertama yang peneliti teliti merupakan representasi Joko Widodo makin solid dengan tim kampanyenya. Dalam foto ini terlihat kedekatan antara Joko Widodo bersama tim kampanyenya saat mereka berfoto bersama. Tampak juga mereka sangat antusias dan gembira dalam foto tersebut. Hal tersebut dapat terlihat jelas dari *gesture* yang ditampilkan oleh orang-orang yang berada dalam foto tersebut senyuman, raut wajah bahagia dan antusiasme yang tinggi dapat tergambar jelas dalam foto tersebut.
2. Foto kampanye kedua yang peneliti teliti representasi seorang Ma'aruf Amin adalah seorang ulama besar di Indonesia yang sedang menjadi pembicara di dalam kegiatan acara silaturahmi dan pengajian tersebut. Citra ulama besar dapat terlihat jelas dari pakaian yang dikenakan, tempat acara berlangsung dan nuansa islami yang dapat terlihat dalam foto tersebut. Sesuai dengan kebiasaan Ma'aruf Amin yang sering mengunjungi pesantren dalam masa kampanye.
3. Foto kampanye ketiga adalah representasi Prabowo Subianto yang memiliki hubungan kedekatan dan arah koalisi antara Prabowo Subianto dan Susilo Bambang Yudhoyono dalam menghadapi pemilihan umum 2019. Dalam menghadapi pemilihan umum 2019, Prabowo Subianto dan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) berkoalisi bersama untuk memenangkan pemilu di tahun 2019 mengingat Partai Demokrat belum mempunyai sosok figure yang kuat

untuk menggantikan sosok seorang Susilo Bambang Yudhoyono. Foto ini diambil tepat di rumah kartanegara kediaman resmi Prabowo Subianto, SBY datang berkunjung ke sana untuk memastikan dukungannya kepada Prabowo Subianto.

4. Foto kampanye keempat mempunyai pemaknaan representasi Sandiaga Uno melakukan branding sebagai seseorang yang dekat dengan generasi millennial. Hal ini untuk maraup suara generasi millennial yang cukup tinggi sekitar hampir 35% pemilih di tahun 2019 berasal dari generasi millennial. Dengan kebiasaan *healty life* yang dilakukan oleh sandi, pemakaian pakaian yang dilakukan oleh sandiaga uno dapat merepresentasikan dirinya sebagai seorang milenial. Dalam foto keempat dapat dilihat dari pakaian yang dikenakan dimana disitu sandiaga uno dapat direpresentasikan sebagai seorang millennial disitu juga sandiaga uno sedang berdialog dengan warga dimana itu adalah salah satu strategi komunikasi politik yang sandiaga uno lakukan mengunjungi warga di pasar, berdialog dengan para pedagang pasar, turun ke daerah – daerah adalah hal yang sandiaga uno lakukan untuk menghadapi pemilihan umum yang akan datang.

## **5.2 Saran**

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk menjadi bahan masukan bagi pihak terkait dalam penelitian ini, yaitu:

### **5.2.1 Saran Teoritis**

Mahasiswa bisa mengembangkan wawasan ilmu komunikasi dalam bidang jurnalistik dengan penelitian ini menggunakan objek atau permasalahan lainnya yang berkaitan dengan analisis semiotika yang berkaitan dengan makna yang terdapat dalam foto jurnalistik

### **5.2.2 Saran Praktis**

Media massa dalam memberitakan sesuatu haruslah memegang teguh prinsip keindependensian berita. Bahkan dalam memilih foto jurnalistik

seseorang pembaca bisa menafsirkan makna yang terdapat pada foto jurnalistik tersebut. Seseorang pembaca akan lebih fokus terhadap foto jurnalistik karena sifat foto yang lebih menarik dibandingkan dengan berita teks.

