

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis pembahasan yang penulis lakukan, diketahui bahwa sejatinya iklan politik PAN yang dikonsepsikan sekreatif dan semenarik sedemikian rupa guna menargetkan kelompok-kelompok pemilih tidak selalu menghasilkan suatu pemaknaan yang sejalan antara produsen pesan dengan khalayak. Hal tersebut terlihat dari hasil penelitian ini yang menggambarkan posisi resepsi yang beragam. Berdasar pada proses *encoding-decoding* Stuart Hall, dari lima informan yang diteliti dalam penelitian ini dikategorikan satu informan masuk ke dalam *dominant hegemonic position*, dua informan ke dalam *oppositional position*, dan dua informan lainnya ke dalam *negotiated position*. Faktor-faktor seperti pengetahuan (*knowledge*), pendidikan (*education*) dan pengalaman hidup (*life experience*) menjadi dasar posisi penerimaan dan pemaknaan lima informan dalam menanggapi fenomena iklan politik PAN. Berlandaskan temuan yang ada dalam penelitian ini maka dapat dikatakan bahwa pemilih pemula bukan hanya sebagai konsumen pasif konten iklan politik, tetapi juga aktif sebagai pencipta makna dan cara mereka menginterpretasikan iklan politik tersebut tergantung bagaimana latar belakang mereka masing-masing.

#### 5.1.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai resepsi kelompok pemilih pemula pemilu 2024 terhadap iklan politik audiovisual PAN versi jingle, penulis menemukan beberapa aspek yang dapat diusulkan untuk diteliti dalam penelitian selanjutnya. Adapun saran yang penulis berikan yaitu sebagai berikut:

#### 5.2.1 Saran Teoritis

Penulis berharap dalam penelitian kualitatif mengenai analisis resepsi iklan politik selanjutnya dapat mencoba menggunakan metode pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai data primer dan memperdalam sudut pandang resepsi khalayak yang lebih kompleks dari berbagai aspek yaitu

ekonomi dan budaya dengan disertai pemilihan informan yang bervariasi dari segi kewilayahan, seperti misalnya menggunakan pemilih pemula dengan domisili yang beragam dari berbagai pulau di Indonesia. Sehingga hal tersebut nantinya dapat lebih mempertajam analisa kajian resepsi khalayak dalam bidang ilmu komunikasi.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Penulis berharap kepada pengguna media khususnya kelompok pemilih muda atau pemula untuk bisa lebih menjadi khalayak yang kritis dan bijaksana dalam memperoleh suatu informasi atau pesan yang ditawarkan oleh media. Selain itu sebagai langkah untuk mengupayakan iklim politik atau iklim pemilu yang baik, maka penulis berharap bahwa kelompok pemilih muda atau pemula kedepannya dapat lebih berani dalam berekspresi atau mengutarakan pendapat secara kritis terhadap praktik-praktik komunikasi politik yang dijalankan oleh pelaku politik di Indonesia.