BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan politik “Amin Aja Dulu” memanfaatkan media sosial khususnya Youtube, untuk mempromosikan pesan kampanye pasangan calon Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar (AMIN). Dengan pendekatan visual yang menarik dan penggunaan tagline religi “Amin”, iklan ini tidak hanya tertuju pada sisi rasional namun juga membangun kedekatan secara emosional dengan khalayaknya. Strategi tersebut menunjukkan pentingnya kreativitas dalam mengkomunikasikan pesan-pesan politik yang menjangkau seluruh masyarakat.

Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, menjelaskan bahwa interpretasi khalayak terhadap iklan tersebut berbeda-beda bergantung pada posisi decodingnya. Sebagian khalayak menunjukkan posisi dominan atau hegemonik yaitu, setuju sepenuhnya dengan pesan atau visi yang disampaikan. Akan tetapi, terdapat juga posisi negosiasi yang menyesuaikan pesan dengan keyakinan dan pengalaman mereka sendiri, dan posisi berlawanan yang menyatakan penolakan terhadap pesan iklan.

Iklan tersebut berfokus pada isu-isu sosial yang relevan seperti pendidikan, kesehatan, dan keamanan ekonomi yang diungkapkan melalui narasi visual dan dialog. Iklan tersebut berupaya menampilkan kandidat sebagai sosok yang peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dengan menekankan pentingnya pendidikan dan kesetaraan akses terhadap fasilitas kesehatan yang layak. Strategi tersebut berhasil menciptakan hubungan emosional yang lebih mendalam dengan khalayaknya.

Meskipun iklan tersebut menjangkau khalayak luas, namun keberhasilannya tidak terlepas dari tantangan penafsiran yang berbeda-beda. Proses decoding mengungkapkan adanya penyimpangan dan kesalahpahaman akibat perbedaan pemahaman antara pembuat dan penerima pesan. Faktor-faktor seperti bias politik, pengalaman pribadi, dan preferensi media juga memengaruhi cara khalayak menerima pesan.

Secara keseluruhan penelitian ini menegaskan pentingnya memahami resepsi khalayak dalam kampanye politik melalui media sosial. Dengan menganalisis pola decoding khalayak, partai politik dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menjangkau khalayak sasaran. Iklan “Amin Aja Dulu” menjadi contoh cara integrasi simbol, narasi, dan media digital dapat memengaruhi resepsi masyarakat secara signifikan persaingan politik modern.

5.2 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, penerimaan khalayak terhadap iklan politik “Amin Aja Dulu” terdapat beberapa saran yang dapat meningkatkan efektivitas kampanye politik di era digital. Pertama, partai politik harus mengoptimalkan penyampaian pesan dengan menjadikannya lebih jelas, relevan, dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Kedua, penggunaan media sosial, khususnya platform seperti Youtube didukung oleh strategi yang menganalisis data pengguna untuk mengidentifikasi demografi khalayak, sehingga meningkatkan jangkauan dan efektivitas periklanan kepada seluruh generasi. Selain itu, masukan dari khalayak sangat penting untuk memahami opini khalayak dan dapat diperoleh melalui diskusi terbuka secara online di media sosial untuk menciptakan hubungan yang lebih erat antara pasangan calon dengan khalayak. Terakhir, pesan iklan tersebut harus tersampaikan dengan jelas dan terhindari dari ambiguitas, dengan mempertimbangkan latar belakang khalayak agar pesan yang diterima sesuai dengan tujuan kampanye.