

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berusaha untuk mencari tahu bagaimana pengaruh penampilan foto Komeng terhadap preferensi politik generasi Z di Kabupaten Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penampilan foto Komeng dengan preferensi politik generasi Z di Kabupaten Bogor. Pengaruh tersebut bersifat positif, yang ditunjukkan melalui hasil uji hipotesis. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa 50% variasi pada variabel preferensi politik generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel penampilan foto Komeng. Sedangkan, 50% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam teori Heuristik, penampilan menjadi salah satu jalan pintas informasi saat mengambil keputusan, terutama saat dihadapkan pada kondisi ketidakpastian. Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga didukung oleh teori *rational choice*, dimana individu memanfaatkan informasi-informasi yang tersedia untuk mengambil keputusan yang paling baik baginya (*maximize output for given input*).

Berkat foto Komeng yang menampilkan penampilan uniknya, membuat Komeng menjadi lebih mudah dibedakan dibanding kandidat lainnya. Selain itu, Komeng juga sudah memiliki modal sosial yang cukup, yaitu popularitasnya sebagai seorang *public figure*. Pemanfaatan citra Komeng sebagai Komedian diiringi dengan strategi marketing politik dengan menggabungkan elemen komedi melalui penampilannya di foto ke dalam politik, semakin memperkuat citra Komeng. Hal ini membuat asosiasi positif untuk Komeng sehingga masyarakat akan memberikan evaluasi positif kepada Komeng secara keseluruhan.

Penggabungan unsur komedi dengan politik melalui penampilan Komeng dalam fotonya merupakan suatu terobosan baru yang membawa angin segar bagi dunia politik modern di Indonesia. Strategi marketing politik dan komunikasi politik yang tidak biasa membuat masyarakat lebih tertarik. Selama ini, masyarakat mendeskripsikan politik sebagai sesuatu yang kaku, formal, licik, tegang, dan kotor. Namun, fenomena foto unik Komeng menunjukkan kepada masyarakat bahwa

kampanye politik tidak melulu menggunakan cara-cara yang kotor seperti politik uang, sekaligus meruntuhkan anggapan bahwa politik itu kaku dan formal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penampilan foto komeng memiliki pengaruh terhadap preferensi politik generasi Z pada Pemilu DPD 2024 di Kabupaten Bogor. Temuan ini menjadi bukti bahwa foto Komeng menjadi salah satu faktor dalam kemenangan Komeng di Pemilu DPD 2024 lalu. Temuan ini juga menunjukkan bahwa foto dan penampilan juga dapat menjadi salah satu strategi politik untuk menggaet suara masyarakat.

## 5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan. Penelitian ini hanya terbatas di Kabupaten Bogor dan generasi Z saja, sehingga kita tidak mengetahui apakah pengaruh yang ditimbulkan berlaku hanya di Kabupaten Bogor saja atau di wilayah lain juga, serta apakah kelompok usia lain seperti generasi millennial dan *baby boomer* memiliki persepsi yang sama dengan generasi Z mengenai penampilan foto Komeng. Selain itu, mayoritas responden yang berpartisipasi merupakan perempuan, sehingga menyebabkan hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya, sampel yang diambil dapat menggunakan teknik *probability sampling* tanpa menetapkan batasan atau kriteria terhadap subjek penelitian. Hal ini agar hasil penelitian dapat lebih *general*. Kemudian, penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara *hybrid*, agar responden yang berpartisipasi lebih proporsional, tidak didominasi oleh satu karakteristik tertentu yang menyebabkan hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode eksperimen untuk mengukur foto Komeng, bukan hanya sekadar persepsi saja.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Komisi Pemilihan Umum (KPU) selaku penyelenggara Pemilu agar lebih mengevaluasi dan mengukuhkan kembali mekanisme pengumpulan identitas

kandidat untuk di surat suara, seperti foto dan nama kandidat, serta menetapkan dengan tegas aturan foto kandidat apakah memang diperbolehkan memakai foto dengan gaya unik atau memang harus formal dan diinformasikan secara merata agar lebih adil.

2. KPU agar lebih mengencangkan sosialisasi terkait informasi-informasi pemilu, khususnya mengenai cara mengakses informasi terkait visi-misi calon kandidat. Hal ini agar kandidat yang memiliki visi-misi bagus bisa mendapatkan *spotlight* dari masyarakat.
3. Masyarakat agar lebih lebih kritis dalam menyumbangkan suaranya. Masyarakat seharusnya secara mandiri menggali informasi mengenai kandidat calon legislatif. Hal ini dapat dilakukan melalui Website KPU, ataupun media sosial. Jadi, dalam mengambil sebuah keputusan politik masyarakat tidak hanya mengandalkan informasi-informasi heuristik, melainkan benar-benar kritis dalam mengevaluasi kandidat. Heuristik memang membuat pengambilan keputusan lebih cepat dan efisien, namun terdapat banyak celah dan ketidakpastian sehingga peluang terjadinya error juga lebih besar.