

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penerimaan generasi Z berdasarkan janji politik dalam iklan politik “Oke Gas 2” ditemukan empat janji politik. Diantarnya Indonesia Emas, Ciptakan Rakyat Bergizi, Pembangunan Berkelanjutan dan Kerja Nyata. Keempat janji politik dapat secara utuh dapat diterima oleh generasi Z namun terdapat beberapa diantaranya kurang bisa sejalan karena tidak tergambar secara jelas bagaimana proses untuk mencapai janji politik tersebut. Berdasarkan hal tersebut peneliti menemukan ketiga kategori penerimaan generasi Z terhadap janji politik pada iklan politik pasangan calon 02 Presiden RI 2024. Ketiga kategori tersebut adalah dominan hegemoni, negosiasi dan oposisi. Perbedaan ketiga kategori tersebut karena adanya latar belakang dan pengalaman yang berbeda dari masing-masing generasi z yang menjadi informan penelitian ini. Pertama, generasi z yang masuk dalam kategori dominan hegemoni adalah yang menerima pesan janji politik” secara keseluruhan dan menganggapnya realistis. Mereka melihat iklan tersebut sebagai representasi yang sesuai dengan harapan mereka terhadap pasangan calon presiden 02. Elemen visual, musik, dan lirik secara harmonis untuk menyampaikan pesan politik yang kuat dan meyakinkan. Sehingga janji politik yang disampaikan dalam iklan tersebut realistis dan dapat dipercaya dan dapat meraih suara dari calon pemilih

Temuan kedua penelitian ini, generasi z yang masuk dalam kategori negosiasi merupakan mereka yang menyatakan bahwa elemen hiburan dalam iklan “Oke Gas

2” masih lebih mendominasi, sehingga mengalihkan perhatian mereka sebagai audiens dari pesan utama iklan tersebut, yaitu janji politik. Bagi mereka, meskipun pesan politik disampaikan, aspek hiburan lebih menarik dan mencuri fokus, menyebabkan pesan politik menjadi kurang menonjol. Mereka menganggap bahwa musik dan visual yang menarik dalam iklan tersebut lebih mengalihkan fokus sebagai hiburan daripada sebagai media untuk menyampaikan pesan politik yang serius. Hal ini menyebabkan janji politik yang disampaikan tidak dapat diterima dengan sempurna serta lebih fokus sebagai hiburan dari iklan tersebut. Peneliti tidak menemukan adanya generasi Z yang masuk dalam kategorisasi oposisi karena pesan politik dalam iklan politik dapat dengan mudah diterima dengan ditampilkan melalui elemen-elemen audio visual dalam iklan. Pesan janji politik dalam sebuah iklan dapat berupa visi misi, identitas serta simbol-simbol.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan politik “Oke Gas 2” menyampaikan janji politik melalui berbagai elemen seperti visual, musik, dan lirik. Dalam iklan ini, janji politik yang ditampilkan mencakup visi dan misi serta berbagai simbol lain yang menggambarkan identitas pasangan calon presiden. Elemen visual dalam iklan ini dirancang untuk menarik perhatian audiens, dengan penggunaan warna biru sebagai identitas dan footage yang menggambarkan janji politik menuju arah kemajuan dan perubahan positif. Lalu musik yang digunakan dengan genre *hiphop* atau *rap* dapat membuat iklan ini memiliki nada yang optimis dan bersemangat, yang bertujuan untuk membangkitkan semangat dan kepercayaan audiens terhadap pasangan calon presiden 02. Lirik dalam lagu iklan ini juga mengandung pesan-pesan yang memperkuat visi dan misi yang disampaikan,

dengan kata-kata yang mudah diingat dan menginspirasi. pesan politik dalam iklan ini dianggap realistis dan diterima dengan baik, Sementara elemen hiburan yang dominan mengurangi fokus pada janji politik politik yang ingin disampaikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam merancang iklan politik, penting untuk menyeimbangkan elemen hiburan dan janji politik agar dapat mencapai audiens yang lebih luas dan efektif dalam menyampaikan janji politik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, terdapat perbedaan penerimaan khalayak terhadap iklan politik “Oke Gas 2”. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan pembahasan, ditemui terdapat beberapa hal yang menjadi aspek kontradiktif dari pesan yang disampaikan. Diharapkan selanjutnya pada bagian unsur pesan janji politik yang disampaikan dapat dibuat untuk lebih matang dan sesuai serta realistis agar penerimaan makna oleh khalayak dapat terminimalisir. Sehingga aspek yang menghambat penerimaan pesan dapat sejalan dengan pengiklan.
2. Diharapkan penelitian dapat menjadi referensi serta data pendukung untuk penelitian selanjutnya yang terkait penerimaan khalayak atau analisis resepsi.
3. Diharapkan penelitian dapat memberi kontribusi kritik dan saran bagi pihak tim sukses 02 terkait iklan “Oke Gas 2” sebagai iklan politik untuk lebih

mudah diterima agar sejalan dengan tujuan dari apa yang ingin disampaikan oleh pengiklan.