

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji analisis regresi terhadap variabel Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi (X1), Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi (X2), dan Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo (Y) didapatkan hasil nilai koefisien determinasi regresi sebesar 71,3% dengan signifikansi sebesar nilai Sig. = 0,000 yang berarti > kriteria signifikan (0,05), Dengan demikian model persamaan regresi pengaruh variabel X terhadap variabel Y amat tinggi dan signifikansi antar variabel berdasarkan data penelitian adalah sangat signifikan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti karena terdapat pengaruh kuat antara Terpaan Iklan Partai Perindo di Televisi (X1) dan Terpaan Berita Seputar Partai Perindo di Televisi (X2) terhadap Persepsi Pemilih Pemula Mengenai Partai Perindo (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap peningkatan terpaan iklan Partai Perindo di televisi maka persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo juga meningkat.

2. Jumlah terpaan iklan dan berita seputar Partai Perindo sebagian besar baik. Meskipun sebagian besar baik, tingkat perhatian yang diberikan oleh responden ketika tayangan iklan dan berita seputar Partai Perindo tergolong buruk. Untuk persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo, sebagian besar responden menganggap pesan yang disampaikan dalam iklan Partai Perindo di televisi tergolong jelas, namun sebagian besar responden tidak setuju apabila dikatakan iklan Partai Perindo menggambarkan Partai Perindo. Dari 32 pertanyaan mengenai terpaan iklan dan berita seputar Partai Perindo di televisi dan persepsi pemilih pemula mengenai Partai Perindo, sebagian besar responden tidak setuju dengan pernyataan Partai Perindo adalah partai politik yang baik berdasarkan informasi dalam iklan dan berita seputar Partai Perindo di televisi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan oleh peneliti baik untuk kepentingan penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak terkait penelitian ini :

- a. Berdasarkan hasil penelitian, iklan Partai Perindo yang ditayangkan di televisi dilihat oleh khalayak. Sebagian besar responden mengaku melihat tayangan iklan Partai Perindo di televisi lebih dari 3 kali, bahkan sebagian responden mampu menyebutkan tagline, tokoh, dan tema iklan Partai Perindo. Hal ini

menunjukkan bahwa tayangan iklan Partai Perindo di televisi sampai kepada khalayak. Meskipun demikian, ternyata jumlah melihat tayangan iklan Partai Perindo tidak menjamin pesan yang disampaikan dalam iklan sampai kepada khalayak. Jadi, sebaiknya Partai Perindo tidak hanya fokus pada jumlah tayangan tetapi juga kualitas dan isi pesan dalam iklan Partai Perindo ditingkatkan.

- b. Berita-berita seputar Partai Perindo cukup sering tayang di televisi dan kebanyakan responden melihat tayangan berita seputar Partai Perindo lebih dari satu kali. Sebagian responden menganggap informasi-informasi dalam berita seputar Partai Perindo tidak menggambarkan Partai Perindo. Sebaiknya sebagai media, stasiun televisi yang menayangkan berita seputar Partai Perindo dapat menyajikan informasi yang objektif.
- c. Media memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk pola pikir dan persepsi masyarakat. Berbagai informasi yang didapat oleh masyarakat kebanyakan berasal dari media, khususnya media televisi. Dengan arus informasi yang demikian deras, sudah seharusnya masyarakat memilah mana informasi yang pantas untuk dipercaya kebenarannya dan mana yang tidak. Informasi dalam media massa juga kerap kali merupakan pesan-pesan tersembunyi sehingga masyarakat harus dapat menangkap maksud dan pesan dalam sebuah tayangan, baik itu iklan maupun berita.