

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan permasalahan penelitian yang dijadikan fokus penelitian, penelitian berupaya mengetahui persepsi anggota De Photograph Surabaya tentang iklan calon presiden RI 2014 di televisi. Hasilnya sebagai berikut :

1. Proses Sensasi dan Atensi Anggota De Photograph Tentang Pencitraan Diri Capres RI 2014 di Televisi

Sensasi dan Atensi Anggota De Photograph dari stimuli iklan capres 2014 di televisi Indonesia dalam rentang bulan Februari sampai Maret 2014 yang memunculkan sebaran iklan dari Prabowo Subianto, Abu Rizal Bakrie, Wiranto - Hary Tanoë Sudibyo dan Joko Widodo. Secara umum format iklan capres 2014 memperlihatkan visi-misinya, seperti Prabowo Subianto memperlihatkan visi misinya di bidang pertanian seperti terlihat diiklannya yang banyak menampilkan sawah yang terhampar luas dengan para petani, di bidang industri seperti terlihat dengan adegan di pertambangan dan perusahaan. Format iklan Wiranto banyak adegan yang memperlihatkan Wiranto dan Hary Tanoë yang ikut memanen padi, memberikan traktor pembajak sawah dll, dan memperlihatkan anak-anak kecil yang hidup miskin. Iklan Abu Rizal Bakrie memperlihatkan adegan dengan kaum buruh industri, anak-anak SD, dll. Sedangkan Iklan Jokowi hanya memperlihatkan Megawati yang memberi mandat Jokowi sebagai calon presiden 2014.

2. Persepsi Anggota De Photograph Tentang Pencitraan Diri Capres RI 2014 di Televisi

Anggota komunitas De-Photograph memproses iklan capres 2014 (intepretasi) lebih condong menggunakan rute sentral (berfikir kritis), dan termotivasi memproses konten pesan dari iklan. Para informan ini menjadikan patokan citra capres yang memiliki integritas, kredibilitas dan loyalitas yang mempengaruhi penentuan memilih suara seorang kandidat (para informan telah memiliki sikap awal sebelum mempersepsi sebaran iklan capres) Hasil yang diperoleh dari data informan menyebutkan iklan Wiranto-Hari Tanoe, ARB dan Prabowo menonjolkan sifat afektif seperti ramah, tegas, penolong, mempunyai jiwa empati kepada masyarakat. Hasil yang diperoleh dari data informan adalah iklan politik para capres 2014 tidak menyebutkan asal-usul dari etnis mana, tetapi setiap iklan capres selalu disertakan berasal dari partai mana. ARB dari partai Golkar, Prabowo dari partai Gerindra, Wiranto dari partai Hanura dan Jokowi dari PDIP. Hasil dari data informan menyebutkan ARB mempunyai label buruk dengan masalah lumpur lapindo, Prabowo dengan masalah pelanggaran HAM-nya, untuk Wiranto para informan tidak terlalu tahu rekam jejak hidupnya sehingga susah untuk memberikan label tertentu kepadanya, dan Jokowi menurut para informan diberi label sebagai walikota yang cukup transformatif. Menurut data informan dalam mempersepsi iklan politik capres RI rentang waktu Februari-Maret 2014 hasilnya iklan prabowo mengkonstruksi isu-isu kemiskinan, pembukaan lapangan kerja, pengembangan sektor pertanian dan industri. Iklan ARB mengkonstruksi isu pendidikan, kesejahteraan kaum buruh dan ekonomi. Iklan Wiranto-Hari Tanoe menggambarkan perjuangan mengentaskan

kemiskinan para petani, pendidikan anak-anak tidak mampu. Sedangkan iklan Jokowi menurut para informan belum menunjukkan isu-isu yang akan diusungnya.

B. Rekomendasi

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, bila dimungkinkan hendaknya menambah jumlah data informan dan menambahkan informan dari tenaga ahli advertiser yang handal, juru kampanye maupun tim sukses kandidat pemilu.