

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara yang dilaksanakan di STAIN Kediri tentang dampak iklan mars partai Perindo dapat di ambil beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Sesuai dengan data yang di peroleh peneliti terpaan iklan mars partai Perindo mampu mengambil perhatian mahasiswa STAIN Kediri. Hal ini membuktikan bahwa dengan frekuensi penayangan yang sering di setiap jeda acara pada stasiun televisi MNC Group, membuat beberapa mahasiswa STAIN Kediri hafal lagu mars partai Perindo disebabkan tertarik dengan lagu dari mars tersebut dan mudah untuk di hafalkan. Ada beberapa dari mereka yang menyukai iklan tersebut, ada juga yang menganggap iklan tersebut hanya sebatas kampanye dalam mencari pendukung saja.
2. Pada dasarnya teori propaganda merupakan salah satu bentuk komunikasi politik yang cukup efektif dalam mempengaruhi masyarakat, namun teori ini tidak terlalu mampu mempengaruhi sudut pandang pemikiran mahasiswa STAIN Kediri, hal ini mungkin dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah mahasiswa merupakan komponen bangsa yang pendidikannya lebih luas dari masyarakat pada umumnya. Terbukti dari berbagai hasil penelitian dalam wawancara bahwa sebagian besar dari mereka menilai iklan mars Perindo hanya sebatas pencitraan dari sebuah partai, maka dari itu dapat dikatakan propaganda yang

dilakukan oleh partai Perindo menggunakan iklan tersebut tidak mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap mahasiswa STAIN Kediri.

B. Saran

Berdasarkan pengkajian hasil penelitian di lapangan maka peneliti bermaksud memberikan saran, semoga bermanfaat bagi masyarakat atau lembaga maupun peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Frekuensi publik tidak sepatutnya digunakan untuk sarana politik, bila memang suatu iklan bertujuan untuk mengenalkan sebuah partai terhadap masyarakat harus pada masa kampanye bukan di luar masa kampanye, sebab frekuensi yang dipakai televisi merupakan milik masyarakat maka tidak boleh digunakan untuk sarana pemenangan atau pencitraan politik secara berlebihan.
2. Masyarakat pada umumnya harus lebih dewasa dalam memilih dan memilah konten dalam televisi. Tidak semua channel televisi menayangkan konten yang mendidik dan sepantasnya untuk ditonton, sehingga yang diharapkan peran masyarakat (orang tua) bisa meminimalisir pengaruh televisi terhadap anak khususnya dibawah umur.
3. Bagi peneliti selanjutnya, khususnya dalam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam disarankan dapat menggali data yang lebih banyak dan mendalam agar ketajaman dalam menganalisa data lebih akurat sehingga memungkinkan hasil penelitian lebih baik lagi.