

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* dari Stuart Hall yang menggunakan model *encoding-decoding* untuk mengetahui bagaimana penerimaan khalayak mengenai politik pencitraan Presiden Joko Widodo dalam video *Opening Ceremony Asian Games 2018*. Hasil penerimaan informan pada penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga posisi yaitu *dominant position*, *negotiated position* dan *oppositional position*.

Penerimaan khalayak mengenai politik pencitraan Presiden Joko Widodo dalam video *Opening Ceremony Asian Games 2018* yang berbeda dipengaruhi profesi/pekerjaan dan didukung dengan perbedaan golongan pemilih pada PILPRES 2019. Pencitraan politik Joko Widodo dilihat melalui 3 kategori, yaitu sikap, tindakan dan gagasan. Keenam informan memiliki pemaknaan yang beragam dari setiap kategori dan ditempatkan ke 3 posisi sesuai dengan yang sudah disebutkan di atas.

Bentuk dari kategori sikap yaitu perilaku presiden terkait pengawasan, respon terhadap masyarakat, keramahan baik untuk rakyatnya maupun pihak luar negeri menghasilkan 3 posisi. Posisi *dominant* ditempati oleh golongan pemilih Joko Widodo, begitu juga posisi *negotiated*. Posisi *oppositional* ditempati oleh Golongan pemilih Prabowo. Bentuk dari kategori tindakan yang terkait tanggapan terhadap keadaan masyarakat, kesadaran diri dan kepedulian dengan masyarakat juga menghasilkan 3 posisi. Tidak berbeda dengan kategori sikap, posisi *dominant* ditempati oleh golongan pemilih Joko Widodo, begitu juga posisi *negotiated*. Posisi *oppositional* ditempati oleh Golongan pemilih Prabowo. Bentuk dari kategori gagasan terkait ide atau solusi terhadap masalah menghasilkan 3 posisi dimana posisi *dominant* ditempati oleh golongan pemilih Joko

Widodo, begitu juga posisi *negotiated*. Posisi *oppositional* ditempati oleh Golongan pemilih Prabowo.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini dapat lebih dikembangkan di penelitian berikutnya dengan menggunakan metode analisis semiotika. Metode ini membuat penerimaan pesan tidak hanya tergantung pada khalayak tertentu dengan pesan tertentu saja. Penelitian dengan menggunakan metode analisis semiotika bertujuan untuk melihat arti tanda dan lambang yang ada di setiap *scene* video *Opening Ceremony Asian Games 2018* lebih dalam lagi mengenai politik pencitraan dari sesosok presiden di masa itu. Jadi, peneliti dapat menggambarkan makna politik pencitraan dalam iklan tersebut, bukan lagi membahas pemaknaan atau penerimaan dari informan mengenai politik pencitraan.

V.2.2. Saran Praktis

Content Creator dari video *Opening Ceremony Asian Games 2018* dalam memeriahkan upacara pembukaan *Asian Games* dapat membuat videonya lebih hati-hati melihat penerimaan setiap pesan yang ingin disampaikan di dalam video yang bertujuan hiburan saja. Hal ini bertujuan agar khalayak tidak salah memaknai, akan merugikan, bahkan bisa menjatuhkan nama baik jika khalayak memaknai berkebalikan dengan tujuan aslinya. Penyampaian pesan dari video harus lebih diperhatikan karena melibatkan sosok pemimpin negara yang pastinya setiap apa yang dilakukannya pasti berpengaruh kepada rakyatnya, atau bahkan negaranya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Antar, Venus. (2004). *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekaatam Media.
- Arifin, Anwar. (2014). *Politik Pencitraan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Brets, Rudy. (2008). *Media Pembelajaran dan Aplikasinya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hall, Stuart. (2005). *Culture, Media, Language*, London: Academic Division of Unwin Hyman Ltd.
- Mcquail, Denis. (1997). *Audience Analysis*. California: Sage Publications Inc.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Komunikasi politik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. (2001). *Komunikasi Politik : Khalayak dan Efek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Pujileksono, Sugeng. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans *Publishing*.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. (2012). *Media dan Politik: Menemukan Relasi Dimensi Simbiosis-Mutualisme Media dan Politik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Rogers, E. M., & Storey J. D. (1987). *Communication Campaign*. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), *Handbook of Communication Science*. New Burry Park, CA: Sage.
- Ruslan, Rosady. (2017). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Severin, Werner J., dan James W. Tankard, Jr. (2014). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Varma, S.P. (1999). *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Internet

- Aksi Presiden Joko Widodo di Opening Ceremony Asian Games 2018 ala Film Mission Impossible. *Liputan6.com* [on-line]. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3622319/aksi-presiden-joko-widodo-di-opening-ceremony-asian-games-2018-ala-film-mission-impossible>
- Berita Pemilu. *Republica.co.id* [on-line]. Diakses pada tanggal 29 September 2018 dari <https://www.republika.co.id/berita/pemilu/berita-pemilu/14/07/20/n8zdln-berikut-rincian-suara-di-38-kabupatenkota-di-jatim>
- Cerita di Balik Aksi Jokowi Naik Moge di Pembukaan Asian Games. *News.Detik.com* [on-line]. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <https://news.detik.com/berita/4172674/cerita-di-balik-aksi-jokowi-naik-moge-di-pembukaan-asian-games>
- Definisi Kampanye. *wwf.or.id* [on-line]. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2018 dari https://www.wwf.or.id/tentang_wwf/upaya_kami/iklim_dan_energi/solusikami/kampanye/

KBBI ONLINE - arti Gagasan. Diakses pada tanggal 19 Mei 2019 dari <https://kbbi.kata.web.id/gagasan/>

KBBI ONLINE - arti Tindakan. Diakses pada tanggal 19 Mei 2019 dari <https://kbbi.web.id/tindak>

Kontroversi *Stuntman* Jokowi di Pembukaan Asian Games. Detik.com [on-line]. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2018 dari <https://news.detik.com/berita/4173437/kontroversi-stuntman-jokowi-di-pembukaan-asian-games>

Komentar Roy Suryo Soal Stuntman hingga Video Jokowi di Asian Games. news.detik.com [on-line]. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2018 dari <https://news.detik.com/berita/4194630/komentar-roy-suryo-soal-stuntman-hingga-video-jokowi-di-asian-games>

PDIP: Aksi Moge Jokowi di Asian Games Bukan Sekedar Pencitraan. Detik.com [on-line]. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2018 dari <https://news.detik.com/berita/4172941/pdip-aksi-moge-jokowi-di-asian-games-bukan-sekadar-pencitraan>

Pro Kontra Aksi Jokowi di Pembukaan Asian Games 2018. Liputan6.com [on-line]. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2018 dari <https://www.liputan6.com/news/read/3622888/pro-kontra-aksi-jokowi-di-pembukaan-asian-games-2018>

Reaksi Media Asing Saat Aksi Jokowi dan Persatuan Korea Pada Pembukaan Asian Games 2018. Bola.com [on-line]. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2018 dari <https://www.bola.com/asian-games/read/3622508/reaksi-media-asing-saat-aksi-jokowi-dan-persatuan-korea-pada-pembukaan-asian-games-2018>

Jurnal

Adi, Tri Nugroho. (2012). Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi. *Acta Diurna*, 8 (1), 26-30.

- Ambara, Janice. (2014). Penerimaan Pemirsa Perempuan terhadap Pesan Gaya Hidup dalam Iklan-Iklan Kopi dengan *Endorser* Perempuan. *Jurnal e-Komunikasi*, 2 (1), 1-11.
- Ghazali, Effendy. (2011). Menuntut Kelengkapan Peran Media: Tidak Hanya Membawa Tetapi Juga Membongkar Pencitraan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 14(3), 275-296.
- Hadi, Ido Prijana. (2008). Penelitian Khalayak dalam Perspektif *Reception Analysis*. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, 2 (1), 1-7.
- Hasan, Kamaruddin. (2009). Komunikasi Politik dan Pencitraan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2, 22-43.
- Kusuma, Yopy Perdana. (2017). Mengubah Wajah Parlemen Indonesia Melalui Strategi Pencitraan Positif Para Aktor politik: Kajian Komunikasi Politik. *Journal of Communication* (Nyimak), 1(2), 135-138.
- Muchtar, Khoiruddin. (2016). Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai. *Jurnal ilmu komunikasi*, 14, 2, 136-147.
- Sabrina, Joan. (2014). Analisis penerimaan pembaca terhadap berita tentang gaya kepemimpinan Ahok di Majalah Detik. *Jurnal e-Komunikasi*, 2 (1), 1-8.

Skripsi

- Rahmawati, Qori (2015) Bias gender di dalam pencitraan PT Tempo Scan pada *corporate advertising "Tempo Scan 60th"*. *Faculty of Communication Science*. Surabaya: *Widya Mandala Catholic University Surabaya*.
- Ciptasetya, Amos Octa (2018) Penerimaan mahasiswa mengenai image PT.Nutrifood Indonesia dalam vlog Arief Muhammad "Kantor Nutrifood". *Faculty of Communication Science*. Surabaya: *Widya Mandala Catholic University Surabaya*.

- Nayumi, Phelia (2018) *(NO)Ordinary girl* (Penerimaan penonton mengenai kecantikan perempuan pada *Corporate Advertising Clean & Clear* Versi “1000 suku Indonesia, warna kulit berbeda”). Surabaya: *Widya Mandala Catholic University Surabaya*.
- Purwaningtyas, Gabrelia Diah Lupi (2018) Penerimaan remaja awal mengenai *bullying* dalam film *Langit Biru*. *Faculty of Communication Science*, Surabaya: *Widya Mandala Catholic University Surabaya*.