

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Melalui penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima artinya, terdapat pengaruh antara variable terpaan media pemberitaan akun fufufafa terhadap citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia yang telah diuji menggunakan indikator tiap variabel. Selain itu penelitian ini juga membuktikan bahwa terdapat hubungan pada terpaan media pemberitaan akun fufufafa terhadap citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia.

Hal ini membuktikan bahwa terpaan media pemberitaan akun fufufafa memberikan dampak pengaruh terhadap citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia. Penelitian ini menemukan bahwa responden pemilih didominasi perempuan dengan rentang usia 17 sampai 25 tahun. Menurut hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh pada terpaan media pemberitaan akun fufufafa terhadap citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia.

#### **V.2 Saran**

Saran yang diberikan dalam penelitian pengaruh terpaan media pemberitaan akun fufufafa terhadap citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia terdiri atas saran akademis dan saran praktis yaitu:

### **V.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi baru terkait bidang media dan citra khususnya dalam perspektif Ilmu Komunikasi. Peneliti juga berharap akan ada peneliti selanjutnya yang meneliti lagi mengenai media dan citra, dikarenakan masih ada banyak dimensi yang dapat diuji dan dieksplorasi lagi dengan lebih jauh seperti variabel *digital communication* untuk mengetahui cara meningkatkan citra diri khususnya pada citra politik.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran praktis yang dapat diberikan tokoh *public figure* politik masih dinilai belum berhasil mengatasi beragam pemberitaan terpaan media sehingga menyebabkan citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia dinilai belum maksimal. Maka dari itu diharapkan untuk sistem mengenai terpaan media pemberitaan fufuafa dilakukan survei atau observasi pada calon pemilih atau yang sudah memilih apakah sesuai dengan target citra politik Gibran Rakabuming sebagai Wakil Presiden Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, E., & Erdiyana, L. (2022). *Pengaruh media massa terhadap opini publik*. Erlangga.
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Azhar, A. (2024). *Citra Politik di Era Digital*. Media Nusantara.
- Baines, P., Egan, J., & Jefkins, F. (2024). *Public Relations: Contemporary Issues and Techniques*. Butterworth-Heinemann.
- Budianto, H. (2018). *Media dan Komunikasi Politik* (D. H. Santoso, Ed.). Mbridge.
- Hikmat, M. (2018). *Jurnalistik dalam Perspektif Komunikasi Massa*. Alfabeta.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Press.
- Ishaq, M. (2017). *Opini Publik dan Media*. Widya Mandala Press.
- Junaidi, A. (2018). *Teori komunikasi di era digital*. Graha Ilmu.
- Kriyantono. (2021). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*.
- Kriyantono, P. (2014). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Muchtar, A. (2016). *Komunikasi Politik dan Pembentukan Citra Partai*. Gramedia.
- Nimmo, D. (2011). *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan, dan Media*. Goodyear Publishing Co.
- Nurudin. (2007). *Dasar-Dasar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Prasetyo, B. , & J. L. M. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rusmulyadi, & Hafiar, H. (2018). *Manajemen Citra dalam Organisasi*. Kencana.

- Samsu, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*.
- Suparno, S. (2016). *Efek Media: Teori dan Praktek*. Pustaka Pelajar.
- Surahman, S. (2016). *Pengaruh Media Massa terhadap Perubahan Sosial*. Alfabeta.
- Surbakti, R. (2010). *Memahami Ilmu Politik*. Grasindo.
- Wahjuwibowo, I. S. (2019). *Semiotika Komunikasi Edisi III: Aplikasi Praktis Untuk Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Rumah Pintar Komunikasi.

**JURNAL**

- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno diMedia Online Terhadap Sikap Masyarakat Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi & Prespsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).
- Astutik, M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Jombang. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*, 2(2).
- Farady, R., Dan, M., & Willian, D. M. (2019). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! (Analisis Eksplanatif pada Komunitas Food Blogger #WTFoodies). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Halim, U., & Jauhari, K. D. (2019). Pengaruh terpaan media terhadap partisipasi politik dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. *Jurnal Komunikasi Dan Politik*, 11(2), 89–105.
- Hendratmoko, H., Ratri, L., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh terpaan pemberitaan Puan Maharani di Kompas.com terhadap citra politik dan elektabilitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 28(3), 34–45.
- Muttaqin, M., Maulina, R., & Fadhlain, N. (2020). Citra politik Prabowo-Sandi dalam Pilpres 2019 di media sosial Instagram. *Jurnal Media Sosial*, 15(4), 215–230.
- Roy, J., & Junaidi, A. (202 C.E.). Pengaruh berita hoaks di Instagram terhadap opini masyarakat milenial. *Jurnal Media Baru*, 8(1), 66–82.
- Surahman, S. (2019). Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *Jurnal Fotografi Televisi Animasi*, 12(1).

Umniyati, N., Hadisiwi, P., & Suminar, J. (2019). Pengaruh Terpaan Informasi Riset Melalui Website [www.ppet.lipi.go.id](http://www.ppet.lipi.go.id) Terhadap Sikap Mahasiswa Mengenai Penelitian. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1).

Vicenovie, I., & Situmeang, O. (2020). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Di Media Online Dan Word of Mouth Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Saat Berbelanja (Survei Pada Pelanggan Minimarket Di Denpasar, Bali). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).

## WEBSITE

Fadhilah, F. (2023). *5 Alasan Membaca Berita Sampai Tuntas, Hindari Misinformasi*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/fauzan-fadhilah/alasan-membaca-berita-sampai-tuntas-c1c2>

Fathoni, R. (2024). *Arsip Foto "Kompas": Melesatnya Karier Politik Gibran Rakabuming Raka*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/foto/2024/01/19/arsip-foto-kompas-melesatnya-karier-politik-gibran-rakabuming-raka>

Krisdamarjati, Y. A. (2021). *Menemukan Alasan Audiens Membayar Berita Daring*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/riset/2021/08/31/menemukan-alasan-audiens-membayar-berita-daring>

Rotua, K. (2024). *Pencitraan Politik Gibran Rakabuming Raka Dalam Kampanye Sebagai Calon Wakil Presiden Di Era Sosial Media*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/kimberlyrotua9136/676d7f20c925c402cc5d5b52/pencitraan-politik-gibran-rakabuming-raka-dalam-kampanye-sebagai-calon-wakil-presiden-di-era-sosial-media>

Sridevi, P. L. K. (2024). *Antara Harapan dan Realita: Gibran, Fufufafa, dan Dinamika Politik Kontemporer*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/putu-luna-kirana-sridevi/antara-harapan-dan-realita-gibran-fufufafa-dan-dinamika-politik-kontemporer-23hx6SkQPrI>