

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada uraian sebelumnya terhadap bagaimana representasi citra politik dalam iklan Mars Perindo terkait ikon, indeks, simbol yang didasarkan pada teori Semiotika Charles Sanders Pierce, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Representasi citra politik dalam iklan Mars Perindo terkait ikon yakni berupa representasi citra yang ditampilkan oleh partai Perindo. Melalui sosok Hary Tanoe, ketua umum dari partai Perindo. Representasi dari sosok yang ramah, bersahaja, peduli rakyat kecil, peduli pendidikan dan generasi muda.
2. Representasi citra politik dalam iklan Mars Perindo terkait indeks yakni berupa representasi citra dari Partai Perindo. Melalui Mars atau lagu kebangsaannya, Partai Perindo berusaha untuk memberikan representasi mengenai Indonesia yang sejahtera, kesejahteraan ekonomi, persatuan dan kesatuan bangsa, penerimaan aspirasi rakyat, semangat perjuangan dan cita-cita di masa depan.
3. Representasi citra politik dalam iklan Mars Perindo terkait simbol yakni berupa representasi citra dari Partai Perindo. Melalui ikon dan indeks yang ditampilkan menjadi simbol dari deklarasi Perindo hadir menjadi bagian Partai yang memprioritaskan kelompok kecil dan kaum minoritas.

5.2. Saran

A. Saran Teoritis :

Saat ini mayoritas media di Indonesia dimiliki oleh petinggi partai Politik, yang dari hal tersebut menyebabkan sangat sulit menemukan sisi netral dari media-media di Indonesia. Oleh sebab itu, peneliti memberikan saran kepada para akademisi untuk memberi pemahaman kepada masyarakat, terkait iklan suatu partai Politik yang di dalamnya terdapat citra dan publisitas politik, agar masyarakat tidak dengan mudah terpengaruh oleh iklan tersebut.

B. Saran Praktis :

1. Bagi media massa, diharapkan media yang menampilkan iklan tidak hanya mementingkan keuntungan semata. Perlu adanya kesadaran politik dari masing-masing individu mengenai pendidikan politik.
2. Bagi Partai Perindo, diharapkan penayangan iklan lebih memperhatikan konsep iklan sebagai bentuk pendidikan politik bagi masyarakat bukan sekedar menampilkan realitas semu.
3. Bagi masyarakat, kepada pembaca dan masyarakat luas, dengan selesainya peneliti ini, diharapkan dapat menjadi suatu rujukan dan referensi pengetahuan mengenai bagaimana suatu iklan partai politik yang di dalamnya terdapat tujuan-tujuan tertentu demi tercapainya cita-cita dari aktor politik. Diharapkan masyarakat semakin meningkatkan sikap kritis dan selektif terhadap iklan politik. Hal tersebut bertujuan, agar khalayak mampu menganalisis sebuah iklan dari Partai politik lebih jauh dan mendalam.