

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa Sikap pemilih pemula terhadap Iklan Politik calon presiden dan wakil presiden yang ditayangkan di media televisi pada pemilu 2014 berpengaruh. Iklan Politik di televisi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Sikap pemilih pemula di Kecamatan Manyar Gresik. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan t_{hitung} dari Iklan Politik di televisi adalah (6,233) > t_{tabel} (1,9840) pada taraf signifikan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Faktor Sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Sikap pemilih pemula di Kecamatan Manyar Gresik. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan t_{hitung} dari Faktor sosial adalah (4,993) > t_{tabel} (1,9840) pada taraf signifikan 5% maka H_0 ditolak dan H_1 diterima Hasil uji hipotesis melalui uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel Iklan Politik di televisi dan Faktor Sosial secara simultan berpengaruh terhadap Sikap pemilih pemula di Kecamatan Manyar Gresik. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil analisis yang menunjukkan F_{hitung} (48,641) lebih besar dari F tabel (3,087) pada taraf signifikan 5%.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan penelitian, maka saran atau rekomendasi dari peneliti yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Tim Kampanye Iklan Politik dan Masyarakat Khalayak Pemilih Pemula

1. Perkembangan Iklan Politik di media televisi pada pemilu 2014, semakin menambah menarik dunia kampanye politik di Indonesia. Oleh karena itu, pada pemilu yang akan datang dalam membuat iklan politik di televisi maupun dimana saja, tim kampanye kandidat diharapkan bisa lebih kreatif menampilkan iklan dengan data-data yang valid yang akhirnya akan lebih bisa menarik sikap pemilih pemula pada khususnya dalam menentukan kandidat pilihannya.
2. Kepada para pemilih pemula di kecamatan Manyar disarankan untuk tidak serta merta langsung menerima suntikan informasi yang diberikan oleh media massa, melainkan harus memperhatikan suntikan informasi yang diterima lewat iklan politik, memperhatikan kualitas kepemimpinan atau kinerja seorang Pemimpin guna untuk menentukan sikap pemilih dalam menentukan pilihannya.
3. Kepada pihak pembuat iklan agar supaya dapat membuat iklan-iklan semenarik mungkin dan isi pesan yang mudah dimengerti bahkan mudah diterima oleh para pemilih pemula yang baru mulai memilih.

4. Dorongan dari keluarga dan lingkungan tempat tinggal serta para tokoh masyarakat melalui pendidikan politik secara dini pada pemilih pemula dapat meningkatkan kualitas peran pemilih pemula dalam dunia politik.
5. Menambah Pengetahuan para Pemilih pemula, karena Pemilih pemula diharapkan menggunakan hak pilih secara benar dan menjadi pemilih yang cerdas dalam menentukan pilihan politiknya

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah variabelnya dan menggunakan teknik analisis yang berbeda.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti menambah jumlah indikator dari variabel Iklan Politik supaya variabel Iklan Politik ada pengaruh secara parsial.
3. Sikap Pemilih pemula tidak hanya dipengaruhi oleh Iklan Politik di televisi dan Faktor sosial saja, melainkan masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya. Pada penelitian selanjutnya sebaiknya variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini ditambahkan, karena dari analisis determinasi (R^2) Sikap Pemilih pemula dipengaruhi oleh variabel di luar Iklan Politik di Televisi dan Faktor sosial sebesar 46,5%.