BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil uji hipotesis dapat dilihat uji t atau t tes didapat t hitung sebesar 0,672. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel (0,672<1,67655) pada signifikasi 0,05. Maka iklan politik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap efektifitas media cetak terutama pada indikator desain iklan, track record, visi misi, profil serta program kandidat. Hal ini menunjukan bahwa khalayak pemilih pemula tidak terpengaruh terhadap isi pesan yang disampaikan tetapi lebih terpengaruh terhadap apa yang nampak diluar, seperti intensitas munculnya iklan, letak iklan, dan size iklan. Dengan demikian teori agenda setting yang diterapkan oleh media untuk mengubah pemikiran khalayak pemilih pemula tidak berjalan atau gagal.

2. Kompetensi politik berpengaruh secara signifikan terhadap efektifitas media cetak hasil ini dapat dilihat dari Uji t atau t tes didapat t hitung sebesar 5,289. Karena t hitung lebih besar dari t tabel (5,289>1,67655) pada signifikasi 0,05. Maka kompetensi politik berpengaruh secara signifikan terhadap identifikasi pemilih pemula.

3. Dari hasil pembahasan efektifitas media cetak (indikator Y) terhadap 3 media cetak menunjukkan bahwa dalam indikator Opini terlihat jelas media cetak Lampung Post lebih dominan dalam hal opini sebesar 11,00. Hal ini menunjukan media cetak Lampung Post lebih efektif dalam membentuk opini pemilih pemula. Dalam indikator Keyakinan dapat dilihat dengan jelas bahwa yang mendominasi media cetak Tribun Lampung sebesar 6,13. Hal ini menunjukkan media cetak Tribun Lampung lebih efektif dalam merubah keyakinan pemilih pemula. Sedangkan untuk indikator Pilihan dan Kesadaran Radar Lampung lebih dominan sebesar 7,41 dan 7,59. Hal ini menunjukkan media cetak Radar Lampung lebih efektif dalam hal membentuk pilihan dan kesadaran pemilih pemula.

B. Saran

1. Iklan politik di media cetak harian lampung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap identifikasi pemilih pemula, diharapkan kedepannya agar media cetak harian lampung seperti Radar Lampung, Tribun Lampung, Lampung Post bisa lebih meningkatkan kualitas penampilannya terutama dari desain iklan, track record, visi misi, program serta profil kandidat. Sehingga penulis memberikan saran baik kepada kandidat maupun media cetak agar lebih mengutamakan pada hal

yang bersifat teknis, seperti intensitas munculnya iklan, size iklan yang besar, dan letak iklan yang strategis pada halaman utama.

2. Kompetensi politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap identifikasi pemilih pemula. Artinya pemili pemula sudah memilik wawasan dan pengetahun yang cukup terhadap dunia perpoltikan terutama mengenai pemilihan gubernur Lampung pda 2014 yang lalu.

3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadika indikator-indikator lanjutan. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel lain yang masih belum ditemukan penulis yang masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan identifikasi pemilih pemula.