

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Studi berjudul "Efektivitas Pesan Tayangan Kampanye Politik Desak Anies Episode Semarang (Analisis Deskriptif Respon Pesan Pada Subscriber)" bertujuan untuk mengukur seberapa efektif tayangan *live streaming* YouTube tersebut terhadap para subscriber. secara aktif berkontribusi dengan membagikan data dan wawasan yang diperlukan berdasarkan persyaratan tertentu dari subscriber Youtube Channel Anies Baswedan yang sudah menonton Desak Anies Episode Semarang. Kriteria yang dibutuhkan pada penelitian ini mencakup usia dan usia terbanyak berada pada usia 21 – 25 tahun mendapat jumlah responden sebesar 168 responden. Alasan lainnya usia ini merupakan usia responden terbanyak adalah karena pada pemilu tahun 2024 ini, DPT mengamati bahwa generasi milenial dan gen z telah muncul sebagai generasi yang paling banyak memilih dengan rentang generasi milenial 24 – 39 dan generasi Z yaitu 8 – 23. Selain itu, rentang usia tersebut termasuk usia produktif kerja, pada pembahasan topik Episode Semarang Anies membawakan topik tentang program yang menjanjikan tentang yang menyangkut dengan pekerjaan, yang artinya pembahasan ini cocok dan ditujukan kepada usia produktif kerja yaitu generasi milenial dan z.

Setelah usia, dilanjut dengan jenis kelamin dan perempuan menjadi responden terbanyak pada penelitian ini sebesar 235 responden. Tercatat pada data KPU pemilu 2024 bahwa perempuan merupakan pemilih terbanyak dibanding laki-laki. Selain data terbanyak, perempuan juga pemilih terbanyak Anies Baswedan, alasannya karena Anies menjanjikan program dengan menjunjung tinggi hak perempuan.

Kemudian dilanjut dengan status responden dan jumlah responden terbanyak yaitu status bekerja dengan jumlah 216 responden. Status bekerja ini menunjukkan bahwa didalamnya terdapat generasi milenial dan z yang merupakan usia produktif dan pekerja awal, karena pada Desak Anies Episode Semarang

membahas program yang ditawarkan Anies Baswedan mengenai kebijakan-kebijakan pekerjaan.

Lalu terakhir dilanjut dengan lokasi atau domisili responden dan domisili terbanyak dari Depok yaitu 40 responden. Depok merupakan domisili tertinggi responden dari penelitian ini. Alasannya karena Wali Kota Depok yaitu Mohammad Idris, yang dimana Mohammad Idris salah satu anggota partai dari PKS dan partai tersebut adalah partai pengusung Anies Baswedan menjadi calon presiden 2024.

Pada pengumpulan data responden, peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form* tertutup atau hanya mengacu kepada kriteria yang telah ditentukan. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan melalui grup-grup pendukung Anies Baswedan yang terdapat pada Telegram dan melalui kolom komentar program Desak Anies Episode Semarang. Selain itu, penelitian ini mengacu pada tiga dimensi teori cognitive response model yaitu isi pesan, sumber pesan, dan eksekusi pesan. Pada penelitian ini, isi pesan meliputi tema tayangan *live streaming* Desak Anies Episode Semarang, sumber pesan meliputi Anies Baswedan sebagai narasumber pada Desak Anies Episode Semarang, dan eksekusi pesan meliputi tata panggung dan eksekusi *live streaming* tersebut. Dengan ketiga dimensi itu kemudian diturunkan menjadi acuan pertanyaan yang akan dijawab responden dan setelah itu diproses dengan menggunakan SPSS untuk melihat hasil data tersebut. Kemudian data diproses berdasarkan dimensi yang telah ditetapkan sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang ada dan setelah itu melihat nilai tertinggi sebagai acuan apakah dimensi tersebut efektif atau tidak.

Pertama dengan adanya hubungan pada dimensi pesan memiliki nilai tertinggi pada pertanyaan nomor dua yaitu “Saya menilai program yang ditawarkan Anies dalam tayangan Desak Anies Episode Semarang dapat direalisasikan.” dengan mean sebesar 3,560, yang dimana sebagian besar responden setuju atas pertanyaan dan berharap kepada Anies Baswedan atas program yang disampaikan pada Episode Semarang dapat terealisasikan saat Anies menjadi presiden terpilih nantinya. Rata-rata nilai tersebut menunjukkan sangat baik dan mempunyai nilai pengaruh positif antara pertanyaan dan responden. Kedua, terdapat pada dimensi sumber pesan yang memiliki nilai tertinggi pada pertanyaan

pertama yaitu “Saya menilai Anies Baswedan dapat menunjukkan dirinya sebagai calon presiden yang dapat mewakili semua kalangan dalam tayangan Desak Anies Episode Semarang” dengan mean sebesar 3,450, yang dimana sebagian besar responden setuju atas pertanyaan dan dapat mempengaruhi audiens yang sudah menonton Desak Anies Episode Semarang dengan meyakinkan mereka bahwa Anies merupakan salah satu calon presiden yang dapat mewakili semua kalangan. Rata-rata nilai tersebut menunjukkan sangat baik dan mempunyai nilai pengaruh positif antara pertanyaan dan responden.

Ketiga, terdapat pada dimensi eksekusi pesan yang memiliki mean tertinggi sebesar 3,511 pada pertanyaan terakhir yaitu “Logo tayangan Desak Anies Episode Semarang sangat informatif dan memudahkan audiens mengenali program” yang dimana sebagian besar responden setuju atas pertanyaan tersebut bahwa audiens dapat mengenali logo kampanye Desak Anies dengan mudah dan menyatakan bahwa logo tersebut sangat informatif. Rata-rata nilai tersebut menunjukkan sangat baik dan mempunyai nilai pengaruh positif antara pertanyaan dan responden. Selain itu, temuan pada penelitian ini membuktikan bahwa *live streaming* Desak Anies atau kampanye yang dilakukan dengan menggunakan *live streaming* dinilai efektif dalam penyebaran informasi karena disiarkan secara langsung dan dapat menjangkau audiens secara luas.

Pada penelitian ini, ditemukan temuan baru yaitu melalui tayangan *live streaming Desak Anies*, respon audiens dapat dikatakan positif dengan melihat data yang didapatkan karena tayangan ini mendapat argumen positif dan mendukung dari responden atas topik yang dibawakan Anies Baswedan. Setelah itu, Anies juga dapat dinyatakan sebagai *source bolster* yang artinya Anies dapat menjadi narasumber yang dapat dipercaya oleh audiens dan berpengaruh positif sehingga Anies dengan mudah menyampaikan argument dan pernyataannya pada tayangan *live streaming Desak Anies*.

5.2. Saran

Saran adalah bagian dari laporan penelitian yang memberikan rekomendasi berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah diperoleh dari

penelitian tersebut. Bagian ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi tindakan lebih lanjut. Rekomendasi yang diberikan dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenis utama: saran akademik dan bimbingan praktis.

A. Saran Akademis

1. Penelitian ini dapat ditindaklanjuti dengan penelitian kuantitatif berikutnya dengan dua atau lebih variabel untuk melihat pengaruh tayangan kampanye *Live streaming* pada target audiens.
2. Penelitian berikutnya dapat melihat strategi kampanye yang menggunakan *live streaming* pada pemilu atau pilkada selanjutnya.

B. Saran Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi tim sukses kandidat kontestasi politik mengenai penilaian audiens untuk pesan tayangan, narasumber dan eksekusi tayangan kampanye politik *live streaming*.
2. Hasil penelitian ini dapat membuka wawasan masyarakat mengenai preferensi tayangan kampanye politik *live streaming* pada media sosial YouTube.