

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, terdapat tiga simpulan yang diperoleh dari penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan lebih detail.

Pertama, berdasarkan hasil analisis teks pada lirik “Mars Perindo” dapat diketahui bahwa pada tataran representasi, pencipta lagu banyak menggunakan kosakata kategori verba untuk menyatakan tindakan imperatif. Dilihat dari segi semantik, lirik “Mars Perindo” banyak menggunakan pronomina persona kedua tunggal. Selanjutnya dari tata kalimat banyak digunakan bentuk inversi dalam lirik “Mars Perindo”. Larik-larik dengan struktur inversi tersebut menunjukkan adanya upaya pencipta lagu untuk menampilkan Partai Perindo melalui lirik “Mars Perindo” dalam bentuk tidak langsung, tanpa dimunculkan sebagai aktor atau pelaku dari setiap tindakan yang disebutkan dalam lirik.

Kedua, hasil analisis praktik wacana pada lirik “Mars Perindo” menunjukkan bahwa dalam proses produksi lirik “Mars Perindo”, ditemukan dua pihak yang terlibat, yaitu pencipta lagu yang telah menciptakan setiap larik pada “Mars Perindo” dan pemilik media tempat iklan “Mars Perindo” tersebut ditayangkan. Selanjutnya penyebaran “Mars Perindo” dilakukan melalui tayangan iklan di televisi dengan menampilkan aktivitas partai dalam mengayomi masyarakat. Televisi dipilih sebagai media yang menayangkan iklan “Mars Perindo” karena televisi dianggap mempunyai banyak keunggulan yang menonjol dibanding surat kabar, radio, dan film sebagai alat penyalur pesan-pesan politik dalam usaha memengaruhi khalayak dengan jalan menggugah dan menyentuh emosi dan pemikiran khalayak. Selain itu, iklan “Mars Perindo” juga merupakan salah satu strategi politik yang digunakan agar Partai Perindo tetap bertahan dan bisa bersaing di dunia politik.

Ketiga, hasil analisis praktik sosiokultural menunjukkan bahwa berdasarkan aspek situasional Partai Perindo hadir dengan tujuan agar Hary Tanoesoedibjo sebagai ketua umum partai tersebut dapat ikut berpartisipasi dalam pemilihan umum 2019 mendatang. Lirik “Mars Perindo” yang ditampilkan mewakili kondisi yang dialami oleh rakyat Indonesia, dengan membahas perihal kemiskinan dan kesejahteraan. Selanjutnya, berdasarkan aspek institusional diperlihatkan bahwa institusi yang dimaksud adalah institusi media dan politik yang dimiliki oleh Hary Tanoesoedibjo. Melalui institusi yang dimilikinya, Hary Tanoesoedibjo dapat melakukan pemasaran produk politik dengan sedikit hambatan.

Terakhir, berdasarkan aspek sosial sistem Demokrasi Pancasila yang dianut Indonesia menjadikan pemilihan umum sebagai salah satu wujud dari demokrasi tersebut. Pemilihan umum membuat partai politik berlomba-lomba melakukan kampanye untuk menarik simpati masyarakat dan mendapat banyak dukungan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan simpulan yang telah dipaparkan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut. Pertama, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menyertakan tanggapan masyarakat terhadap iklan “Mars Perindo” di televisi.

Kedua, penelitian sejenis dapat dilakukan terhadap realisasi strategi politik yang dilakukan oleh partai politik lain. Selain itu, penelitian tersebut juga dapat melibatkan iklan-iklan politik partai politik lain sebagai perbandingan.