

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lagu "Oke Gas" sebagai strategi komunikasi politik berbasis *pop culture* terhadap tingkat elektabilitas pasangan Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka pada Pemilu 2024 di Kecamatan Tembalang. Hal ini dibuktikan dari nilai  $t$  hitung sebesar 22,543 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Besaran pengaruh variabel strategi komunikasi politik berbasis *pop culture* (X) terhadap elektabilitas (Y) sebesar 54,7% berdasarkan nilai R Square = 0,547, dengan persamaan regresi  $\hat{Y} = 7,962 + 0,463X$ . Artinya setiap peningkatan satu satuan pada variabel X akan diikuti peningkatan elektabilitas sebesar 0,463 satuan. Sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
3. Hubungan antara kedua variabel termasuk kategori kuat dan positif dengan nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,740, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas paparan responden terhadap lagu "Oke Gas", maka semakin tinggi pula tingkat elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran di mata pemilih muda di Kecamatan Tembalang.
4. Pembahasan menunjukkan bahwa seluruh elemen teori komunikasi politik dipenuhi secara utuh dalam kampanye ini. Tim sukses bertindak sebagai

komunikator (who), lagu "Oke Gas" sebagai pesan (what), TikTok, Instagram, dan YouTube sebagai saluran (channel), pemilih muda di Kecamatan Tembalang sebagai sasaran (to whom), yang secara efektif menghasilkan peningkatan elektabilitas (effect).

5. Melalui lagu "Oke Gas", pendekatan budaya populer menunjukkan indikasi bahwa pendekatan budaya populer berpotensi menjalankan fungsi strategis. Fungsi tersebut meliputi penguatan hubungan emosional antara kandidat dan pemilih, penyederhanaan pesan politik yang kompleks agar mudah dipahami, serta kemampuan menjangkau kelompok pemilih pemuda yang sebelumnya bersikap apatis atau kurang peduli terhadap dunia politik.
6. Penyebaran lagu yang masif secara organik dan viral di media sosial berhasil menempatkan nama serta citra pasangan Prabowo-Gibran secara konsisten dalam ruang percakapan publik digital. Hal ini berhasil memicu peningkatan pengenalan kandidat (awareness) dan ketertarikan (likability) di kalangan generasi muda.

#### 4.2 Saran

1. **Bagi Tim Kampanye dan Pelaku Politik**, disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi berbasis budaya populer yang kreatif dan relevan dengan kehidupan generasi muda, namun tetap memperhatikan keseimbangan antara nilai hiburan dan substansi pesan politik agar pemilih tidak hanya terpengaruh secara emosional tetapi juga memahami visi dan misi kandidat secara lebih substantif.

2. **Bagi Penyelenggara Pemilu dan Pembuat Kebijakan**, disarankan agar regulasi kampanye di platform digital ditinjau secara berkala seiring berkembangnya pendekatan komunikasi politik berbasis konten kreatif, sekaligus meningkatkan program literasi politik bagi pemilih muda agar mereka mampu bersikap kritis dalam menerima pesan-pesan politik yang dikemas dalam format hiburan.
3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang relevan seperti intensitas penggunaan media sosial atau identifikasi partai, serta mempertimbangkan penggunaan pendekatan mixed methods guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh budaya populer terhadap perilaku pemilih. Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan regresi linear berganda atau Structural Equation Modeling (SEM) guna menghindari model yang terlalu menyederhanakan realitas (oversimplified), serta untuk mengontrol variabel-variabel lain yang turut memengaruhi elektabilitas secara bersamaan