

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada konteksnya penerapan *sonic branding* dalam upaya membangun elektabilitas tidak serta merta menjadi tolak ukur dalam membangun elektabilitas partai di benak masyarakat, elektabilitas tidak dapat menjadikan sebuah acuan dalam memenangkan pemilu dalam hal ini membangun elektabilitas, karena bisa saja *sonic branding* hanya sebatas pada konten hiburan yang bersifat *gimmick* politik yang hanya sampai pada mengundang perhatian publik. Oleh karena itu pemetaan berdasarkan *segmenting* dan *targeting* perlu diperhatikan kembali dalam hal ini diperlukan pula pendekatan secara door to door yang langsung ke masyarakat dan diimbangi dengan media *connected* yang terhubung, media *connected* memiliki suatu aksesibilitas secara langsung untuk menjangkau khalayak bisa dalam bentuk media tradisional, media sosial, dan juga media broadcast seperti TV yang bisa menjangkau secara luas. Perlu juga adanya metode kampanye-kampanye komunikasi politik yang sifatnya menyeluruh serta dapat mempengaruhi dan juga meyakinkan masyarakat untuk memilih partai yang berkontestasi pada pemilu 2024 ini. Pada dasarnya kemampuan audio atau suara yang dibarengi dengan tampilan visual dapat membuat masyarakat secara emosional mengingat dengan jelas dan hanya sampai pada *attention* atau perhatian, hal tersebut tidak dengan mudahnya membuat orang tersebut memutuskan untuk memilih partai atau aktor politik yang sedang berkontestasi pada pemilu 2024 tahun ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Kajikan komunikasi politik meliputi banyak hal di dalamnya meliputi *branding* politik, *Public relations* politik, Propaganda politik, kampanye politik dan lain-lain,

namun sangat disayangkan Universitas Multimedia Nusantara meniadakan mata kuliah *political communication*, sebaiknya untuk berikutnya tetap dipertahankan karena pendidikan politik merupakan hal yang penting yang harus dimulai.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini terdapat banyak sekali kekurangan meliputi berbagai kendala – kendala yang dihadapi meliputi terbatasnya bahan literatur yang mengkaji mengenai *sonic branding* serta adanya kesulitan akses dalam masuk ke sebuah lembaga partai politik, oleh karena itu ke depannya diharapkan untuk semua lembaga partai politik dapat bekerja sama dengan baik pada proses penelitian berlangsung karena kendala administrasi dalam penelitian masih banyak menjadi problem, oleh karena itu kementerian pendidikan dan kebudayaan serta lembaga perguruan tinggi harus turun tangan dalam menangani hal tersebut.

5.2.3 Saran Sosial

Dalam penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber literasi bagi masyarakat untuk memahami aspek komunikasi politik yang dilakukan oleh partai politik saat masa kampanye politik tiba, dan diharapkan pula dapat menambah wawasan bagi pembaca dalam rangka mengerti dan memahami bentuk-bentuk penyampaian pesan komunikasi yang bersifat politik.