

V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Mengacu pada analisis data pada bab sebelumnya terhadap elemen visual media kampanye kandidat Achmad Fahmi dan Andra Hamami dalam kampanye politik pemilihan kepala daerah kota Sukabumi tahun 2018, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Elemen visual yang terdapat pada media kampanye Achmad Fahmi dan Andri Hamami merupakan representasi daripada turunan visi dan misi serta program kerja unggulan dalam rangka menjadi kandidat pemilihan kepala daerah kota Sukabumi tahun 2018, ditinjau pada setiap makna elemen yang dianalisa melalui metode tanda dan petanda Ferdinand de Saussure yang kemudian data diambil kesimpulan bahwa hanya elemen yang digunakan merupakan representasi daripada visi misi dan program kerja yang coba diimplementasikan, setiap elemen visual mewakili nilai-nilai yang terkandung di dalam program kerja kandidat.
2. Penggunaan warna di setiap media kampanye kandidat Achmed Fahmi dan Andra Hamami, merupakan turunan daripada hasil survei minat kesukaan masyarakat terhadap warna, yang dikemudian setiap warna yang memiliki nilai besar diaplikasikan kedalam media kampanye, warna putih dan biru menjadi warna yang lebih mendominasi, warna putih dan biru mewakili slogan “Santun dan Melayani”, dirasa tepat karna makna putih dan biru sendiri merupakan ketenangan kenyamanan, yang kemudian dapat menjadi bentuk visual yang mewakili *keyword* utama Sukabumi Religius, Nyaman dan Sejahtera,
3. Pada bagian elemen foto, dan penerapan grafis terdapat bentuk ketidak konsistenan, penggunaan elemen photo yang berbeda antara media lini atas dan lini bawah. Terdapat penggunaan visual kostum yang berbeda, hal tersebut dirasa merepresentasikan bentuk ketidak konsistenan antara satu media dengan media lain, sehingga memunculkan identitas visual yang berbeda.

4. Gestur posisi tubuh kandidat pada media *billboard* yang saling membelakangi memberikan kesan yang kurang baik, seakan visi dan misi antara kandidat, serta cara pandang kandidat berlawanan satu sama lain, sehingga menimbulkan kesan bagi-bagi lahan kekuasaan dari objek yang digenggam kandidat.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian analisis terhadap media kampanye kandidat Achmad Fahmi dan Andri Hamami sebagai calon kepala daerah kota Sukabumi tahun 2018 ini merujuk pada saran kemanfaatan untuk desainer yang bergulat dibidang *branding* dan kampanye politik terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Pemilihan metode penelitian yang berbeda sangat disarankan untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat menggali dan menganalisis media kampanye visual kandidat Achmad Fahmi dan Andra hamami lebih dalam.
2. Meneliti pengaruh visual dan *branding* kampanye politik terhadap minat pilih masyarakat dirasa akan lebih memiliki nilai yang krusial untuk masyarakat luas, bagaimana keterpengaruhan sebuah elemen visual pada pemilihan kampanye politik, sehingga dapat menggali lebih dalam apakah visual berpengaruh dalam setiap kampanye politik.
3. Mengembangkan kembali analisa media kampanye politik yang tidak hanya berfokus pada media lini bawah dan lini atas, melainkan menggali kembali berbagai macam media visual lain, terutama media baru yang masih jarang ditemui sebagai media kampanye politik di Indonesia.