

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan temuan hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan memilih presiden 2024 yang dimediasi *attitude toward celebrity endorsement* yang dilakukan pada pengikut akun Instagram @kikysaputrii menghasilkan tiga kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Celebrity Endorser* Kiky Saputri berpengaruh signifikan terhadap *Attitude Toward Celebrity Endorsement*, yang artinya semakin baik *visibility* (visibilitas), *credibility* (kredibilitas), *attractiveness* (daya tarik), dan *power* (kekuatan) dalam mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki oleh Kiky Saputri maka *endorsement* yang dilakukan akan semakin mendapatkan sikap yang positif. Dalam penelitian ini dimensi *power* menjadi dimensi yang memberikan pengaruh paling besar.
2. *Attitude Toward Celebrity Endorsement* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Generasi Z pada Pemilihan Presiden 2024, yang artinya apabila *endorsement* mendapatkan sikap positif yang tinggi dari para pemilih Generasi Z maka semakin tinggi keputusan memilih yang dilakukan sebagai respon perilaku para pemilih.
3. *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Generasi Z yang dimediasi oleh *Attitude Toward Celebrity Endorsement*, yang artinya sebelum melakukan keputusan memilih, jika menggunakan strategi kampanye dengan menggunakan media *celebrity endorser* diperlukan mediasi dari sikap yang didapatkan dari *endorsement* yang dilakukan oleh *endorser*. Pemilihan *celebrity endorser* perlu memiliki beberapa dimensi yang harus dipenuhi dan *endorsement* tersebut mendapatkan sikap yang positif dari pemilih sehingga akan diteruskan menjadi makna yang juga positif pada paslon yang didukung. Makna positif tersebut kemudian yang akan diubah menjadi keputusan memilih yang final. *Attitude toward celebrity endorsement* ini berpengaruh secara tidak langsung dari *celebrity endorser* pada keputusan memilih.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari kekurangan. Berikut beberapa keterbatasan yang ada dalam penelitian ini:

1. Terbatasnya Ruang Lingkup Sampel

Penelitian ini berfokus hanya kepada Generasi Z yang memiliki karakteristik melek media sosial. Namun, dalam konteks preferensi politik, banyak dipengaruhi oleh faktor dan kondisi geografis maupun demografis yang jangkauannya lebih luas. Pada temuan penelitian ini, hasilnya hanya mengukur Generasi Z, apabila dilakukan pada sampel yang berbeda tentu akan menghasilkan tingkat generalisasi yang berbeda seperti pada Generasi Milenial yang pola mencari informasi politik lebih tradisional.

2. Terbatasnya Variabel Independen

Pada penelitian ini, hanya menggunakan satu variabel independen utama yaitu *celebrity endorser* Kiky Saputri. Padahal dalam konteks memilih presiden, perilaku tersebut bersifat cukup rumit. Terdapat banyak faktor atau variabel lain yang memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan memilih presiden, sehingga dapat membatasi kemampuan model dalam menjelaskan keputusan memilih secara lebih spesifik.

5.3 Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti, sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

- a) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan beberapa variabel lain yang relevan dengan perilaku memilih, guna meningkatkan dalam penjelasan oleh model penelitian. Sehingga penelitian akan semakin relevan.
- b) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian campuran atau *mixed method* dengan menambahkan wawancara guna menggali lebih dalam bagaimana cara Generasi Z dalam menafsirkan peran selebriti atau komedian dalam pengambilan keputusan politik yang dibuat.

2. Bagi Tim Sukses

Fokus pada pembentukan sikap atau *attitude* karena strategi kampanye tidak boleh hanya mengejar keperluan *views*. Variabel *attitude toward celebrity endorsement* terbukti sebagai mediator, sehingga dalam meng-*endorse* selebriti harus membangun terlebih dahulu rasa percaya dan kenyamanan audiens terhadap pesan yang disampaikan *endorser* sebelum mengharapakan mereka memilih. Dalam memilih *celebrity endorser* juga memerlukan pemilihan yang sesuai dan dapat mengirimkan citra baik yang ada pada paslon yang dipromosikan sehingga akan memberikan dampak atau hasil yang positif.

3. Bagi Pemilih

Disarankan tidak hanya terpaku pada dukungan atau *endorsement* yang dilakukan oleh selebriti terutama dalam hal penting memutuskan pemimpin masa depan. Boleh tetap mempertimbangkan dukungan dari selebriti tetapi pada dasarnya sebagai individu yang memiliki kemampuan kognitif sangat diperlukan dalam melihat rekam jejak atau kebijakan yang akan dilakukan oleh para kandidat. Saat melihat selebriti dalam mendukung paslon juga harus melihat *track and record* selebriti itu sendiri.

