

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Musik dangdut sebagai media penggiring massa sangatlah berperan dan sangat mempengaruhi kampanye dalam Pilkada 2014 khususnya di Alun Alun Selatan Yogyakarta, sehingga dapat disimpulkan bahwa :

1. Musik dangdut adalah sebuah *political branding* atau pencitraan dari partai agar masyarakat meyakini bahwa partai tersebut benar-benar dekat dengan rakyat. Dangdut dalam posisinya sebagai bagian dalam proses komunikasi menjalankan peran sebagai bagian dari media penyampaian pesan politik. Pertunjukan ini memiliki sistem representasi yang kolektif, adanya aktor, pemeran, atau musisi hadirnya khalayak atau pemirsa, makna dari simbol-simbol yang disampaikan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa ada tiga bentuk interaksi dalam kampanye ini. Pertama adalah interaksi antara artis dengan massa sebagai penghibur dan yang dihibur. Kedua interaksi antara artis dan massa sebagai media dan komunikan. Interaksi ketiga adalah antara tim sukses/kandidat dengan artis sebagai profesional.
2. Kepiawaian artis (biduanita) dalam musik dangdut, sebagai pesona atau daya tersendiri mampu menjadi daya pikat bagi massa yang hadir pada saat kampanye berlangsung. Aksi-aksi yang dilakukan dalam memanfaatkan suasana, dilakukan pada saat intro awal, interlude dan setelah lagu berakhir dibawakan. Goyangan tubuh biduanita yang atraktif merupakan bahasa yang mampu memberikan pengaruh pada massa untuk beradaptasi sebagai interaksi simbolik dengan massa.

## KEPUSTAKAAN

- Althusser, Louis. 1984. *Essays on Ideology*. London: Verso
- Antar Venus. *Manajemen Kampanye: Panduan praktis dan teoritis dalam mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004
- Alexander, Jeffrey C, Bernhard Giesen, dan Jason L. Mast. 2006. *Social Performance. Symbolic Action, Self Pragmatics, and Ritual*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Banton, Michael. 1973. *Anthropological Approaches to study of Religion*. London: Tavistock Publications
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2004
- \_\_\_\_\_ 2007. *Sosiologi Komunikasi; Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Perdana Media Group
- DeNora, Tia. 2003. *After Adorno Rethinking Music Sociology*. York : Cambridge University Press.
- Geertz, Clifford. 1992. *Tafsir Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- George Ritzer, *Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Post Modern*, Terjemahan Saut Pasaribu ( Yogyakarta : Pustaka Belajar, Edisi kedelapan., 2012 ), hlm. 606
- Halprin, Daria. (2003), *The Expressive Body in Life, Art and Therapy (Working with Movement, Metaphor, and Meaning)*. Jessica Kingsley Publishers London and New York.
- Heryanto, Ariel (ed). 2012. *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta : Jalasutra
- Hidayat, Rahmat. 2014. "Analisis Semiotika Makna Motivasi Pada Lirik Lagu Laskar Pelangi Karya Nidji", dalam *eJournal Ilmu Komunikasi Fisip Unmul*, 2014, 2 (1).
- \_\_\_\_\_. 1999. "The Years of Living Luxuriously: Identity Politics of Indonesia's New Rich", dalam M. Pinches, ed. *Culture and Privilege In Capitalist Asia*. London: Routledge

- Keraf, Gorys. 2004. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Khan, Hazrat Inayat. 2002. *Dimensi Mistik Musik dan Bunyi*. Yogyakarta: Pustaka Sufi.
- Nimmo, Dan. 1989. *Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek*. Bandung: Rosda.
- \_\_\_\_\_. 1989. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung: Rosda.
- Roger, E. M. and Storey J. D. 1987. *Communication Campaign in C.R. Berger & S.H Chaffee*.  
*Handbook of Communications Science*. New Burry Park, CA: Sage.
- Santosa, Edi. Dkk. 2012. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wadiyo. (2008), *Sosiologi Seni (Sisi Pendekatan Multi Tafsir)*, Universitas Negeri  
Semarang Press, Semarang.
- Weintraub, Andrew N. (2012), *Dangdut (Musik, Identitas, dan Budaya Indonesia)*, KPG  
(Kepustakaan Populer Gramedia), Jakarta.
- Yin, Robert K. (1987), *Case Study Research : Design and Methods* atau *Studi Kasus Desain  
dan Metode*, terjemahan M. Djauzi Mudzakir. (2013), PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta