

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pada era digital saat ini penyelenggaraan pemilu seringkali diwarnai oleh berbagai tantangan, salah satunya munculnya berita hoaks. Ditambah dengan adanya media sosial saat ini yang memberikan kemudahan dan cepat dalam mengakses segala informasi membuat berita hoaks semakin masif penyebarannya. Penyebaran berita hoaks di media sosial sendiri berkaitan dengan adanya era *post-truth* yang didorong oleh dua faktor, yaitu faktor kondisi masyarakatnya dan faktor medianya. Oleh karena itu, berita hoaks di media sosial seringkali lebih mudah diserap dan diterima oleh masyarakat. Dalam penelitian ini berfokus pada berita hoaks yang menyerang calon presiden pemilu 2024 di media sosial TikTok. Hal tersebut tentu saja akan berdampak negatif bagi penyelenggaraan pemilunya, bagi calon presidennya, dan bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya berita hoaks yang menyerang calon presiden pemilu 2024 di media sosial TikTok lebih dominan muncul sentimen negatif dari masyarakat terhadap ketiga calon presiden pemilu 2024. Nilai persentase sentimen negatif masyarakat lebih tinggi dibandingkan sentimen positifnya terhadap ketiga calon presiden pemilu 2024. Artinya masyarakat masih mempercayai konten berita hoaks yang tersebar dan belum sepenuhnya memiliki kemampuan untuk memilih segala informasi atau berita yang termuat di media sosial khususnya TikTok. Calon presiden nomor urut 03 yaitu Ganjar Pranowo mendapatkan sentimen negatif paling banyak dibandingkan kedua calon presiden lainnya. Ganjar Pranowo memperoleh sentimen negatif yaitu sebesar 84,6% kemudian diikuti oleh Prabowo Subianto yaitu sebesar 67,6% dan Anies Baswedan yaitu sebesar 33,6%.

Selain itu, adanya berita hoaks yang menyerang calon presiden pemilu 2024 di media sosial TikTok menimbulkan sentimen publik yang kemudian bisa memiliki dampak dan saling memiliki keterkaitan dengan perolehan suara calon presiden. Berdasarkan analisis dalam penelitian ini menggunakan teori partisipasi politik model *Social Media Political Participation Model* (SMPPM), dapat ditarik

kesimpulan bahwa paparan dan respon masyarakat terhadap sebuah konten berita hoaks di media sosial TikTok merupakan salah satu representasi dari ketertarikan atau pilihan politik masyarakat sehingga hal tersebut berdampak dan berkaitan dengan perolehan suara calon presiden. Berdasarkan hasil penelitian juga paparan dan respon masyarakat terhadap berita hoaks di media sosial masih menunjukkan sebagai paparan dan respon yang negatif sehingga akan berdampak negatif bagi partisipasi politik masyarakat yang berujung pada perolehan suara calon presiden. Dalam penelitian ini, paparan dan respon masyarakat paling banyak diperoleh oleh Ganjar Pranowo kemudian diikuti oleh Anies Baswedan dan Prabowo Subianto.

Berdasarkan perbandingan hasil pemilu 2024 dengan hasil penelitian ini juga terdapat keselarasan, di mana hasil sentimen publik Ganjar memiliki keterkaitan dengan hasil pemilunya. Ganjar mendapatkan sentimen negatif paling banyak pada berita hoaks di media sosial TikTok sehingga sejalan dengan perolehan suara akhir pemilu 2024 yang menempati urutan terakhir. Berbeda halnya dengan perolehan suara akhir Anies dan Prabowo yang tidak selaras dengan hasil penelitian ini. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa sentimen publik pada berita hoaks calon presiden pemilu 2024 bisa berdampak pada hasil akhir perolehan suara yang didapatkan. Namun ada faktor-faktor lain yang juga bisa memberikan dampak pada perolehan suara calon presiden, seperti berita hoaks calon presiden pemilu 2024 dan sentimen publik di media sosial lain selain TikTok, program kebijakan yang direncanakan calon presiden, latar belakang calon presiden, citra calon presiden, dan isu-isu epistemik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka muncul beberapa saran yang terbagi menjadi saran praktis dan saran teoritis, yaitu:

a. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dalam menanggulangi penyebaran berita hoaks di media sosial saat ini diperlukan kolaborasi antara pemerintah sebagai pembuat kebijakan, pihak dari media sosial sebagai pihak yang berwenang atas pengelolaan media, dan masyarakat

sebagai penerima informasi. Peran pemerintah bisa dilakukan dengan membuat sebuah kebijakan tentang peraturan dalam penyebaran berita atau informasi di media sosial dan memberikan sanksi tegas kepada mereka yang melanggar. Selain itu, pemerintah juga bisa bekerja sama dengan pihak media sosial untuk memberikan pengetahuan literasi digital bagi masyarakat sehingga membangun kesadaran di masyarakat. Terakhir dari masyarakat yaitu perlu memilih dan melakukan pengecekan kembali atas segala berita atau informasi yang ada di media sosial. Dengan kolaborasi tersebut, setidaknya bisa meminimalisir penyebaran berita hoaks di media sosial yang hanya berdampak negatif dan merugikan banyak pihak.

b. Saran Teoritis

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan bisa melihat bagaimana sentimen publik pada berita hoaks calon presiden pemilu 2024 di platform media sosial yang berbeda dengan penelitian ini, seperti Instagram, X, atau Facebook yang memang juga masih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Kemudian kaitkan juga dengan dampaknya terhadap partisipasi politik masyarakat lewat hasil pemilu 2024. Dengan begitu dapat terlihat persamaan atau perbedaan dari hasil sentimen publik di media sosial TikTok yang sudah dilakukan dalam penelitian ini dengan platform media sosial lainnya.