

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan adanya penelitian ini adalah dengan membuktikan bahwa apakah benar Pesan Politik mempunyai dampak dan pengaruh terhadap Partisipasi Politik dalam studi kasus pada media sosial TikTok Komisi Pemilihan Umum RI(KPU_RI) baik secara simultan atau banyak dipengaruhi oleh faktor lain selain dari variable yang di ajukan oleh peneliti pada apenelitian ini. Berikut Kesimpulan dari hasil yang diujikan dan didapati oleh peneliti

Berdasarkan oleh Uji-F dapat dilihat dengan hasil yang telah diperoleh sebesar 33.388 serta taraf nilai signifikansi 0.00 yaitu tidak melebihi dari 0.05. Serta dengan pengambilan keputusan melalui tabel Uji-F dengan membandingkan hasil uji pada nilai di atas yaitu 33.388 lebih besar dari ketentuan F-tabel sebesar 2.8870. Maka bisa diinterpretasikan bahwa Pesan Politik (X) sebagai variable bebas memiliki ketersinggungan dan ikatan yang simultan pada variable yang dipengaruhi Partisipasi Politik(Y), oleh karenanya dapat dikatakan model regresi dapat dikatakan layak dan H1 diterima. Serta pada uji lainnya yaitu R-Square, Merujuk pada hasil olahan yang telah dilakukan pada uji determinasi R-square peneliti mendapatkan hasil pada koefisien korelasi (R) dan koefisien atau R-Square (R²) yang diketahui dari hasil dan pengujian diatas, bernilai 0.535 dimana hal itu dapat dikatakan bahwa Pesan Politik(X1) memiliki pengaruh dan kontribusi sebanyak 53% pada Partisipasi Politik (Y). sedangkan hasil lainnya di luar presentase yaitu 47% dapat di pengaruhi dan mampu dijelaskan diluar dari proses penelitian kali ini, adapun tingkat korelasi mendapatkan nilai 0.732 yang dikatakan cukup kuat.

Berdasarkan dari hasil dan paparan yang ditemukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan:

Pertama, Temuan menunjukkan bahwa gaya dan strategi pesan dan komunikasi yang dijalankan oleh praktisi politik dalam media sosial akan meningkatkan partisipasi politik. Pesan dan komunikasi politik memiliki keterkaitan yang cukup erat. Komunikasi dan pesan politik yang digunakan dengan tepat baik

dari secara perencanaan dan pelaksanaan akan menaikan partisipasi politik pada audiens dan masyarakat luas pengguna sosial media yang ada.

Kedua, media sosial memiliki peran yang krusial dan strategis dalam demokrasi di Indonesia. Media sosial khususnya TikTok teruji bias memacu dan memotivasi para masyarakat untuk berpartisipasi dan andil dalam proses pemilihan dan ajang politik lainnya.

Ketiga, KPU sebagai penyelenggara pemilihan memiliki tanggung jawab dan fungsi untuk memacu kesadaran berpolitik di masyarakat, agenda yang diterapkan KPU dalam meningkatkan partisipasi bisa dikelola dengan dua pendekatan yaitu kegiatan sosialisasi dan kreasi konten. Dengan perkembangan ini KPU memiliki alternatif media komunikasi yaitu media sosial sebagai ajang sosialisasi dan peningkatan kesadaran akan pemilu, diantaranya adalah pemanfaatan platform media sosial yang ada seperti TikTok dengan desain dan konten yang mudah dipahami oleh para penggunanya.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya di harapkan bisa memperdalam dengan mengacu pada hasil dari penelitian ini karena didasari oleh hasil pengujian koefisien determinasi, yaitu ada 47% faktor lain diluar dari variable yang di angkat memiliki pengaruh dan akan memiliki kontribusi pada Partisipasi Politik seperti Citra tokoh dan pemahaman terhadap isu politik.

5.2.2 Bagi Masyarakat

Harapannya dari penelitian ini menjadi novelty dan pembaruan bagi Masyarakat luas agar dapat menimbang dan mengukur kualitas partisipasi politiknya melalui media sosial TikTok

5.2.3 Bagi Pihak Pengelola Media Sosial

Bagi pihak pengelola media sosial dalam fase politik dapat mengoptimalkan pengaruhnya terhadap masyarakat, nantinya dikhawatirkan kepedulian dan partisipasi politik akan menurun apabila media sosial tidak di gunakan dengan benar serta dapat memperbarui cara dalam mempersuasi Masyarakat dengan trend dan output yang lebih detail dan menarik, sebagaimana Kesimpulan yang ada pada proses penelitian kali ini bahwa pesan Politik yang ada di media sosial akan mempengaruhi Partisipasi Politik.