

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait strategi komunikasi politik relawan muda di media sosial X (Twitter) akun @olpproject dalam mendukung Anies – Muhaimin di Pilpres 2024, didapati kesimpulan bahwa saat ini strategi komunikasi politik tidak lagi hanya dijalankan oleh partai politik maupun kandidat semata, tetapi juga melibatkan peran aktif relawan muda yang menggunakan pendekatan kreatif, berbasis pada budaya yang sedang populer di masa kini untuk dapat menjangkau pemilih khususnya generasi muda, seperti akun @olpproject yang sangat aktif di media sosial X (Twitter). Berbagai aktivitas yang dilakukan oleh relawan muda @olpproject seperti menayangkan Videotron dan *LED Truck*, mengirimkan *food truck* dan *coffee truck*, membuat *website*, hingga pada penyelenggaraan event seperti Humanies Festival merupakan upaya untuk dapat terhubung dengan kelompok pemilih muda, yang menjadi sasaran utama dalam Pilpres 2024. Kegiatan-kegiatan tersebut juga bertujuan untuk menyampaikan pesan politik, meningkatkan citra publik Anies – Muhaimin di mata pemilih, serta mendorong keterlibatan politik generasi muda melalui cara yang relevan dengan kesehariannya.

Pendekatan ofensif dan juga defensif, diterapkan secara intensif ke dalam kegiatan kampanye guna memperkuat keterikatan sekaligus juga menarik minat pemilih muda. Strategi ofensif sangat diperlukan untuk menjangkau pemilih baru, membangun citra positif pasangan calon, serta memperluas pengaruh kampanye melalui berbagai bentuk komunikasi. Sementara itu, strategi defensif berfungsi untuk menjaga kestabilan dukungan yang telah ada serta memastikan loyalitas pendukung tetap terjaga sepanjang proses kampanye. Kedua hal tersebut dilakukan untuk memperkuat posisi Anies – Muhaimin di tengah persaingan politik yang ketat, sekaligus membangun hubungan yang kuat dan juga emosional dengan pemilih muda sebagai salah satu basis dukungan utama Anies – Muhaimin.

Keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh seberapa tepat indikator-indikator dalam strategi komunikasi dijalankan. Indikator-indikator tersebut

mencakup cara penyampaian, isi pesan, saluran komunikasi yang digunakan, serta target penerima pesan politik. Temuan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa kelompok relawan muda mampu mengaplikasikan indikator-indikator tersebut secara optimal, sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara maksimal melalui media sosial. Berbagai aktivitas yang telah dijalankan, termasuk dengan produksi konten-konten informatif serta dukungan melalui beberapa proyek yang berlangsung di beberapa kota, hal tersebut berperan penting dalam menjangkau pemilih baru sekaligus memperkuat keterikatan di antara pendukung. Meskipun dampak dari kampanye ini tidak secara langsung mendorong peningkatan terhadap elektabilitas pasangan Anies-Muhaimin, namun strategi ini berhasil membentuk persepsi positif di kalangan pemilih muda.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh relawan muda pendukung Anies – Muhaimin di media sosial X (Twitter), berhasil membangun pola komunikasi yang relevan dengan karakteristik kelompok pemilih muda. Melalui penerapan strategi komunikasi yang mencakup strategi ofensif dan defensif, kampanye ini tidak hanya berhasil dalam menjaga keterlibatan pendukung yang sudah ada, tetapi juga memperluas jangkauan pesan kampanye secara kreatif dan emosional. Selain itu, keberhasilan ini juga berangkat dari penerapan indikator komunikasi politik yang dilakukan secara efektif dan konsisten sehingga menjadikan kampanye pasangan Anies – Muhaimin terasa lebih hidup di ruang digital.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik Harold Lasswell yang menekankan pada model komunikasi satu arah, meskipun teori ini cukup relevan dalam menganalisis strategi politik relawan di media sosial, namun pendekatan yang satu arah memiliki keterbatasan dalam menangkap dinamika interaktif yang terjadi dan berkembang dalam ruang digital, terutama dalam konteks media sosial X (Twitter) yang sangat dipengaruhi oleh partisipasi audiens. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat menggunakan teori komunikasi dua arah ataupun pendekatan interaksional yang lebih mampu

untuk menggambarkan bagaimana hubungan timbal balik antara komunikator dengan audiens yang menerima pesan.

5.2.2. Saran Praktis

Penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan sehingga untuk meningkatkan kualitas penelitian diperlukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya. Salah satunya merupakan adalah jumlah narasumber yang terbatas. Kedepannya, wawancara dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak aktor dari struktur inti tim kampanye pasangan Anies – Muhaimin maupun pengelola akun relawan untuk memperoleh perspektif yang beragam dan juga mendalam mengenai strategi komunikasi politik yang dijalankan. Selanjut itu, platform media sosial yang dianalisis dalam penelitian ini masih terbatas pada satu media yaitu X (Twitter), sementara kampanye digital lebih bersifat multikanal dan sering kali saling berkaitan. Oleh karenanya, analisis berbagai platform seperti Instagram dan TikTok dapat memperkaya pola komunikasi dan juga segmentasi audiens.