

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Setelah penulis menyajikan data yang di peroleh melalui angket yang kemudian di analisis maka akan menjawab permasalahan yang penulis rumuskan dalam BAB sebelumnya. Hasil dari penghitungan yang dibantu dengan aplikasi Microsoft Excel dan SPSS maka di dapat hasil validitas soal yang menyatakan bahwa setiap soal valid, reabilitas instrument dengan nilai Cronbach's Alpha $(0,938) > 0,60$, maka setiap instrumen juga dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil $t_{hitung}(18,912) > t_{tabel}(1,661)$ dan $f_{hitung}(357,669) > f_{tabel} (3,94)$ atau nilai signifikansi $< 0,001$ lebih kecil dari $0,05$ berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik masyarakat pada pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 di Kota Jambi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan partisipasi pemilih dalam Pemilu 2024 di Kota Jambi, khususnya dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Melalui analisis data dan observasi, ditemukan bahwa media sosial menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi kampanye secara luas dan cepat, terutama kepada pemilih muda yang lebih aktif di platform digital. Kampanye di media sosial yang melibatkan influencer dan tokoh masyarakat berhasil menarik perhatian dan minat pemilih, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya berpartisipasi dalam pemilu. Selain itu, media sosial juga berperan penting dalam mengedukasi pemilih mengenai proses pemilihan dan tata cara memilih, yang pada

akhirnya membantu mengurangi angka golput. Namun demikian, tantangan seperti penyebaran hoaks dan informasi menyesatkan masih perlu diatasi untuk memastikan integritas informasi yang diterima oleh masyarakat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kampanye di media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan partisipasi pemilih, asalkan diiringi dengan pengelolaan informasi yang tepat dan upaya kolaboratif dari berbagai pihak terkait.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang baik antara kampanye di media sosial terhadap peningkatan partisipasi memilih masyarakat. Maka perlu untuk calon kandidat, disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara efektif dan etis. Kampanye di media sosial harus fokus pada penyampaian program dan visi misi yang jelas serta informatif, bukan hanya sekadar mencari popularitas. Kandidat juga perlu menjaga integritas dengan tidak menyebarkan hoaks atau kampanye negatif yang dapat merusak citra demokrasi. Menggunakan data analitik untuk memahami audiens dan menyusun strategi kampanye yang tepat juga akan meningkatkan efektivitas kampanye. Dengan demikian, kampanye di media sosial dapat menjadi sarana yang positif untuk meningkatkan partisipasi pemilih dan mendukung pelaksanaan Pemilu yang lebih demokratis dan bermartabat.

Bagi masyarakat, disarankan untuk lebih kritis dan selektif dalam menerima informasi dari media sosial. Penting untuk memeriksa keabsahan sumber informasi dan tidak mudah terpengaruh oleh berita yang belum tentu benar. Masyarakat juga diharapkan lebih aktif berpartisipasi dalam diskusi politik yang sehat dan

konstruktif, serta menggunakan hak pilih dengan bijak berdasarkan informasi yang valid.