BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kampanye digital oleh *public figure* terhadap keputusan politik Gen-Z, dapat disimpulkan bahwa kampanye digital memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk keputusan politik pemilih muda. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kampanye digital oleh *public figure* berkontribusi sebesar 77,9% terhadap keputusan politik responden, sedangkan sisanya 12,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji-T menunjukkan bahwa secara parsial kampanye digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan politik, dan uji-F membuktikan bahwa secara simultan hubungan antara kedua variabel ini juga signifikan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa semakin intens atau efektif suatu kampanye digital yang dilakukan oleh *public figure*, semakin besar kecenderungan individu dalam menentukan pilihannya dalam pemilu.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa media sosial memainkan peran utama dalam membentuk preferensi politik generasi muda, di mana mayoritas responden menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam mengakses dan terpengaruh oleh kampanye digital. Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara kampanye digital dan keputusan politik bersifat linier, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini valid. Dengan demikian, kampanye digital oleh *public figure* dapat menjadi alat strategis bagi para aktor politik dalam meningkatkan partisipasi

politik generasi muda, terutama dalam konteks Pemilu 2024. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi politik yang lebih interaktif, transparan, dan autentik melalui media sosial perlu dioptimalkan guna meningkatkan efektivitas kampanye politik di era digital ini.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan di atas, beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan antara lain:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebagai bagian dari pemilih muda diharapkan dapat meningkatkan literasi politik dan digital agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bias atau hoaks dalam kampanye digital. Pemilih muda perlu bersikap kritis dalam menerima informasi politik, mencari sumber yang kredibel, serta mengikuti diskusi politik yang sehat dan berbasis data.

2. Bagi pembaca

Sebagai Pembaca terutama yang tertarik dengan dunia politik dan media digital, penting untuk bersikap kritis terhadap informasi yang diperoleh dari media sosial. Kampanye digital yang dilakukan oleh *public figure* sering kali memiliki tujuan tertentu, sehingga pembaca perlu mengevaluasi kebenaran informasi sebelum mempercayainya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye digital oleh *public figure* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan politik pemilih muda. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang juga

berperan dalam keputusan politik, seperti literasi digital, efek bias algoritma media sosial, atau keterlibatan *public figure* politik. Selain itu, penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana pemilih muda memproses informasi politik di media sosial serta bagaimana mereka membangun preferensi politik mereka.