

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Penelitian ini meneliti terkait penggunaan Instagram KPU Kota Semarang dalam menyosialisasikan Pemilu 2024 di kalangan pemilih muda di Kota Semarang dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang mengkombinasikan pendekatan wawancara dan etnografi digital. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, Instagram KPU Kota Semarang dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan pemilih muda pada Pemilu 2024. Melalui konten yang informatif dan transparan dapat membuat pemilih terinformasi dan dapat meningkatkan kesadaran partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Meskipun terdapat beberapa konten yang harus lebih diperhatikan lagi efisiensinya, namun secara keseluruhan informasi yang diberikan oleh KPU Kota Semarang melalui Instagram dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pemilih muda pada Pemilu 2024.

Kedua, Instagram KPU Kota Semarang memiliki potensi menjadi alat yang efektif untuk membuat pemilih muda tertarik pada Pemilu 2024. Dari efektivitas tersebut dimanfaatkan oleh KPU Kota Semarang untuk melakukan komunikasi yang dapat mempengaruhi pola pikir, emosi, dan perilaku pemilih yang dilakukan melalui pembuatan konten yang relevan, jelas, dan

transparan dapat memotivasi, mengedukasi, dan menggerakkan pemilih untuk berpartisipasi aktif pada Pemilu 2024.

Ketiga, Instagram KPU Kota Semarang belum sepenuhnya efektif dalam menggerakkan partisipasi pemilih pada Pemilu 2024. Melalui konten yang informatif dan menarik dapat memberikan pemahaman terkait Pemilu 2024 kepada pemilih. Namun dengan informasi dari Instagram KPU Kota Semarang tidak cukup untuk sepenuhnya memotivasi pemilih, karena mereka juga mengandalkan sumber-sumber informasi lainya untuk mendapatkan informasi terkait Pemilu 2024.

Keempat, Instagram KPU Kota Semarang merupakan media komunikasi yang digunakan oleh KPU Kota Semarang untuk berinteraksi dengan pemilih. Namun Instagram KPU Kota Semarang dinilai belum sepenuhnya membuat pemilih dan KPU Kota Semarang berinteraksi, sehingga terbentuk komunikasi yang belum interaktif atau masih pasif antara KPU Kota Semarang dengan pemilih. Meskipun belum sepenuhnya interaktif, Instagram KPU Kota Semarang dapat memberikan pemahaman yang dapat mendorong adanya partisipasi pemilih melalui konten yang informatif, relevan, dan mengajak pemilih untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi di Instagram KPU Kota Semarang.

Instagram KPU Kota Semarang masih pasif yang membentuk paradigma belum menjadi komunikasi di era digital dan masih berada pada level membuat pemilih melihat atau mengetahui terkait Pemilu 2024. Walaupun Instagram KPU Kota Semarang tidak menjadi satu-satunya faktor bagi pemilih untuk tergerak memilih, namun informasi yang disampaikan

melalui Instagram KPU Kota Semarang dapat meningkatkan kesadaran dan memotivasi pemilih.

#### **4.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang dapat diperhatikan lagi bagi peneliti-peneliti berikutnya agar dapat menyempurnakan penelitiannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Objek penelitian ini hanya difokuskan pada sosial media Instagram, yang mana hanya menggunakan satu dari banyak sosial media yang dimiliki oleh KPU Kota Semarang.
2. Kurangnya pertanyaan eksploratif dalam *interview guide* yang berdampak terhadap hasil penelitian.
3. Penelitian ini tidak bermaksud untuk mengeneralisasikan semua pemilih muda di Kota Semarang, karena peneliti hanya dapat menjangkau 9 informan untuk diwawancarai dari 68 informan.
4. Dari 9 informan tersebut data yang dapat digunakan dalam penelitian ini hanya 7 informan, karena terdapat 2 informan yang tidak mengikuti akun Instagram KPU Kota Semarang. Tentu jumlah informan tersebut masih untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
5. Penelitian ini sangat tergantung pada interpretasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam wawancara, sehingga kecenderungan untuk bias masih ada.

6. Informasi yang diberikan oleh informan melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat informan yang sebenarnya. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan pemikiran, anggapan, dan pemahaman yang dimiliki oleh informan.

### **4.3. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Memperluas sumber informasi, diharapkan kepada KPU Kota Semarang dapat lebih mengoptimalkan informasi yang akan diberikan kepada pemilih. Agar Instagram KPU Kota Semarang pada Pemilu berikutnya dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat membuat pemilih tergerak untuk berpartisipasi dalam Pemilu karena unggahan Instagram KPU Kota Semarang.
2. Meningkatkan aktifitas partisipasi pemilih, diharapkan KPU Kota Semarang dapat terus meningkatkan aktifitas partisipasi pemilih melalui Instagram, seperti melakukan diskusi, komentar, ataupun bertanya dengan menggunakan fitur-fitur Instagram yang dapat menciptakan adanya interaksi langsung dengan pemilih. Agar dapat membuat *engagement* Instagram KPU Kota Semarang menjadi lebih aktif.
3. Memperbaiki relevansi dan *engagement*, diharapkan KPU Kota Semarang dapat melakukan perbaikan dalam hal relevansi konten yang disajikan agar sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pemilih. Karena dengan adanya relevansi tersebut dapat meningkatkan *engagement* publik melalui konten-konten yang lebih menarik dan beragam.

4. Menciptakan inovasi, diharapkan KPU Kota Semarang dapat meningkatkan inovasi konten yang disajikan di Instagram KPU Kota Semarang, baik itu dalam hal desain maupun penggunaan konten visual yang kreatif dan menarik yang dapat menarik *engagement* publik.