

BAB IV

KESIMPULAN

Pada bab ini yang merupakan bab terakhir sebagai penutup dari bab sebelumnya dapat penulis sampaikan kesimpulan dan saran mengapa inyomanparta mampu melakukan kampanye dan TikTok menjadi wadah untuk melakukan komunikasi politik di media sosial TikTok sehingga dapat memenangkan dan menjadikan strategi kemenangan menggunakan media sosial tiktok pada pemilu legislatif dapil Bali 2024.

4.1.Kesimpulan

Parta sudah menggunakan media sosial TikTok sejak tahun 2022 dengan nama akun @inyomanparthash. Seiring menggunakan media sosial tersebut yang terus terjadi perkembangan baik pengikut, interaksi, konten, dan posting ulang dapat disimpulkan bahwa TikTok terkelola dengan baik. Hal ini membuat lebih mudah mempresentasikan diri di media sosial tersebut, menjadi media proses komunikasi politik hingga media yang digunakan sebagai strategi kampanye. Hal ini berbeda dengan ke delapan kandidat lainnya yang kelima diantaranya memiliki akun TikTok namun popularitasnya tidak seperti Parta dan ketiga diantaranya tidak memiliki akun TikTok. Popularitas Parta di TikTok dilihat dari aktivitas membagikan konten kegiatan, meminta pertimbangan, membalas komentar, memposting ulang, memberi respon suka (*like*). Seorang wakil rakyat yang menggunakan media sosial sebagai media baru untuk menunjukkan eksistensi dan

transparansi, kepercayaan masyarakat turut semakin menguat. TikTok media sosial yang digunakan juga sebagai media baru untuk melakukan komunikasi politik yang tentunya dua arah mampu memudahkan Parta mendengar keluhan dan aspirasi pada masalah di masyarakat dan dengan cepat mengambil sikap. Ketika media sosial sebagai media baru untuk melakukan komunikasi politik, bukan hanya kepercayaan namun kedekatan, kecepatan informasi, dan atensi cepat yang diberikan mampu memperkuat karakter Parta. Sehingga ketika TikTok sebagai media baru untuk melakukan komunikasi politik, kini turut menjadi bagian untuk memenangkan strategi kampanye pada platform tersebut. Hal ini menjadi hal baru, yang tentunya efisien namun Parta tetap menjaga keaslian dirinya tanpa banyak mengikuti trend untuk konten. Selain banyak kegiatan anak muda, aksi sosial, menghargai seniman, dan juga hal ini membuktikan bahwa TikTok sebagai media sosial baru sangat efisien dan relevan dimasa sekarang untuk melakukan komunikasi politik dan strategi kampanye, terlihat dari minim biaya yang dikeluarkan saat kampanye dan mampu meraih dampak yang besar yaitu memenangkan kontestasi pemilihan pada pemilu legislatif 2024-2029 dapil Bali yang mampu mengantarkan Parta menjadi DPR RI untuk kedua kalinya.

4.2.Saran

Setelah menjelaskan kesimpulan tersebut berdasarkan hasil penelitian terkait strategi kampanye politik calon legislatif I Nyoman Parta, S.H, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah pemerintah harus sering mengawasi konten TikTok dari berbagai konten TikTok calon legislatif karena terkadang mengandung isi konten yang hoax. Saran untuk KPU dengan adanya strategi kampanye politik yang dilakukan oleh calon legislatif I Nyoman Parta S.H sangat baik yang sudah dilakukan oleh I Nyoman Parta S.H, KPU bisa melakukan penyuluhan kepada calon legislatif lain untuk melakukan strategi kampanye partai politik melalui TikTok asalkan tidak mengandung konten yang sara dan hoaks agar masyarakat tahu kegiatan politik yang dilakukan calon legislatif, agar masyarakat bisa menilai calon legislatif mana yang baik buat daerah kedepannya kemudian penulis juga memberikan untuk Bawaslu adalah melakukan banyak investigasi terhadap konten konten TikTok calon legislatif dari mana saja, karena masih terdapat ada konten yang melanggar undang undang yang menyebarkan informasi yang tidak benar atau disinformasi dan mengandung sara, Bawaslu berperan penting dalam sebuah pemilu karena calon legislatif yang melakukan strategi kampanye politik melalui media sosial tiktok sangat banyak dan calon legislatif merupakan pandangan masyarakat untuk kedepannya Hal ini tentu membawa dampak bagaimana regulasi dalam berkampanye di media sosial TikTok.

