

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Media sosial mempunyai dampak penting terhadap perilaku politik Gen Z. Media sosial telah memperluas partisipasi politik dan memberdayakan individu untuk terlibat dalam dialog politik, mengatur pembangunan sosial, dan memberikan dampak pada pendekatan terbuka. Salah satu dampak positif penggunaan media sosial dalam pemilu adalah kemampuannya untuk memperluas keterlibatan politik dengan menjangkau lebih banyak masyarakat secara cepat, serta meningkatkan kewaspadaan politik di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z, yang selama ini kurang tertarik atau kurang diikutsertakan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat erat kaitannya dengan cara pandang masyarakat terhadap isu-isu politik dan berdampak pada banyak individu, termasuk generasi muda Z, dalam berkiprah di dunia politik. Meski begitu, diyakini bahwa aktivitas dan tata cara pemanfaatan media sosial dalam bidang politik diyakini akan meningkatkan minat politik virtual Gen Z dan mengurangi dampak negatif terhadap media sosial.

Peran media sosial memungkinkan mobilisasi yang cepat dan produktif dalam menyebarkan pesan-pesan politik atau seruan untuk melakukan perlawanan. Misalnya, ketika ada peristiwa penting atau kontroversial, para aktivis dan kelompok politik dapat dengan cepat menyelenggarakan kampanye

tersebut, sehingga mampu menarik perhatian besar dalam waktu singkat. Media sosial juga memberikan akses yang lebih besar terhadap data politik. Para pemilih dapat mengikuti kemajuan politik dan kampanye kandidat secara langsung, mendapatkan pemahaman yang terkoordinasi dari berbagai sumber tanpa perantaraan media konvensional. Fungsi dari Media sosial saat ini juga dapat meningkatkan kesadaran politik masyarakat maupun aktivis politik. Aktivis politik dan kampanye kandidat dapat memanfaatkan media sosial untuk melakukan mobilisasi kembali, menyebarkan panggung politik, dan memberikan energi kepada pemilih untuk memeriksa hak pilihnya.

Dalam penelitian yang dilakukan terhadap Generasi Z di Kabupaten Kendal diperoleh jumlah sebesar 217 responden. Responden tersebut didominasi oleh Generasi Z yang berumur 20 tahun, yaitu sebanyak 24 orang. Responden yang telah mengisi kuesioner yang telah diberikan cenderung diisi oleh jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 134 orang dan didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 123 orang dengan presentase 56,7%.

Dapat ditarik kesimpulan dari rumusan masalah bahwa Generasi Z di Kabupaten Kendal yang mengisi kuesioner serta wawancara langsung bahwasannya media sosial Instagram adalah media sosial yang paling sering digunakan oleh Generasi Z di Kabupaten Kendal sebagai alat untuk mendapatkan informasi politik. Generasi Z di Kabupaten Kendal cenderung lebih banyak memilih Instagram sebagai media sosial untuk mendapatkan informasi politik

dikarenakan Instagram memiliki fitur yang mudah dipahami oleh Gen Z sekarang. Selain itu, Instagram sendiri memungkinkan penggunanya untuk dapat berinteraksi maupun bertukar pesan. Media Sosial Instagram tentunya juga menjadi wadah aktor politik untuk menyebarkan program maupun visi dan misinya serta foto-foto kegiatan yang dilakukan aktor tersebut agar nantinya bisa menarik simpati dari masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi politik yang merupakan kerangka yang digunakan untuk memahami cara komunikasi untuk memengaruhi proses politik dan pengambilan keputusan politik, terutama pada penelitian McCombs dan Shaw (1972) yaitu mengembangkan agenda setting, yang menyatakan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mengatur agenda politik dengan menandakan isu-isu tertentu yang kemudian menjadi fokus perhatian masyarakat dan pemilih.

Pengaruh media sosial sebagai informasi politik pada Gen Z di Kabupaten Kendal berdasarkan hasil kuesioner terhadap 217 responden yaitu hadirnya media sosial sebagai alat komunikasi politik sangat berperan penting terhadap partisipasi politik Gen Z. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial berhubungan erat pada cara pandang masyarakat terhadap politik dan mempengaruhi sejumlah masyarakat termasuk Gen Z dalam berpartisipasi pada dunia politik. Dalam perkembangannya, Gen Z sendiri sudah mulai menggunakan media sosial untuk mencari informasi apapun termasuk Pemilu, isu politik bahkan Pilkada yang berada di lingkungan mereka. Dalam mencari informasi tersebut, tentunya diiringi dengan memberikan komentar maupun masukan, *share* dan opini antar Gen Z

sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian Zeynep Tufekci (2017) yang menyatakan bahwa media sosial dapat berperan dalam mengorganisir gerakan politik dan memobilisasi pemilih dalam berbagai konteks politik, termasuk protes dan Pemilihan Umum.

Media sosial dinilai penting sebagai alat informasi politik untuk memengaruhi Gen Z maupun masyarakat yang mana hal ini sesuai dengan penelitian Richard Rogers (2010) yang mengemukakan bahwa media sosial menciptakan lingkungan di mana pemilih terpapar pada informasi politik yang cenderung mengonfirmasi keyakinan mereka sendiri (*echo chamber*), yang dapat memperkuat sikap politik yang sudah ada. Menurut penelitian Richard Rogers media sosial dinilai dapat memberikan lingkup baru berkaitan dengan informasi politik baik itu berkaitan dengan opini publik maupun kandidat yang ikut serta dalam pemilihan umum sehingga masyarakat yang tanpa sadar membaca maupun melihat informasi politik yang muncul terus-menerus di halaman beranda mereka mulai mengonfirmasi keyakinan mereka sendiri bahwa informasi politik yang dilihat tersebut benar adanya dan tentunya memperkuat sikap politik dari audiens.

Pengaruh mengenai media sosial dalam kaitannya terhadap penggiringan opini kepada masyarakat umum juga mengafirmasi penelitian Katz, Elihu & Lazarsfeld, Paul F (1955) yang menyatakan bahwasannya media adalah yang pertama kali memengaruhi *opinion leaders* atau individu baik itu organisasi maupun kelompok yang merupakan pakar atau ahli dalam bidang tersebut dan memiliki pandangan maupun pengetahuan yang luas sehingga bisa dipercaya,

yang kemudian dapat memengaruhi masyarakat umum dari penggiringan opini tersebut. Dalam penelitian ini, *opinion leaders* ini menjadi poin penting dalam politik karena berperan untuk menyebarkan pesan politik dan pandangan politik dari kandidat yang memiliki pemilihan umum.

Penelitian juga mengafirmasi penelitian Bode dan Vraga (2015), yang menilai peran media sosial dalam menyebarkan informasi palsu dan rumor politik selama kampanye pemilihan. Penelitian ini melihat adanya fenomena di mana informasi palsu atau berita bohong dapat dengan cepat mengalir dan menyebar luas melalui jejaring sosial seperti Twitter, Facebook, atau platform lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informasi palsu ini memiliki potensi untuk memengaruhi opini publik. Ketika informasi palsu menyebar luas di media sosial, pemilih yang terpapar cenderung mempercayainya atau setidaknya mempertimbangkannya dalam pengambilan keputusan politik mereka.

Dengan demikian, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya memahami bagaimana informasi palsu dapat dengan mudah menyebar di media sosial dan bagaimana hal ini dapat memiliki dampak signifikan dalam proses demokrasi, termasuk Pemilihan Umum. Penanganan berita palsu dan upaya untuk mengedukasi pemilih tentang pentingnya verifikasi informasi menjadi aspek penting dalam menjaga integritas proses pemilihan dan menjaga opini publik yang informasional.

#### **4.2 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya**

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang cukup penting mengenai media sosial sebagai alat informasi politik dan memengaruhi pilihan politik pada Gen Z di Kabupaten Kendal, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Berikut ini adalah keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya antara lain:

**Keterbatasan Penelitian:**

1. Keterbatasan pada penelitian: Penelitian ini berfokus pada satu objek yaitu Pengaruh Media Sosial sebagai alat partisipasi politik yang dapat memengaruhi Gen Z di Kabupaten Kendal. Oleh karena itu, hasil temuan mungkin tidak dapat digeneralisasi secara luas ke konteks lainnya yang ada di Kabupaten lainnya.
2. Keterbatasan dalam data: penelitian ini bergantung pada data yang tersedia di Badan Pengawasan Pemilihan Umum Kabupaten Kendal dan data pada lapangan baik itu kuesioner maupun wawancara langsung. Beberapa aspek mungkin tidak terungkap sepenuhnya dalam data yang dianalisis.
3. Keterbatasan waktu: penelitian ini hanya menganalisis data pada periode tertentu, yakni 1 tahun saja pada tahun 2024 yang dapat membatasi pemahaman tentang media sosial dapat memengaruhi pilihan politik seseorang terutama Gen Z yang dapat terjadi dari waktu ke waktu.

**4.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya:**

1. Studi komparatif: untuk mengatasi keterbatasan studi kasus, penelitian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif dengan melibatkan beberapa studi kasus tentang pengaruh media sosial Gen Z di Kabupaten lainnya sebagai perbandingan. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh media sosial sebagai alat partisipasi politik yang dapat memengaruhi pilihan politik pada Gen Z yang berbeda dalam konteks yang beragam.
2. Pendekatan kuantitatif: selain analisis kuantitatif, aspek wawancara atau studi kasus mendalam dengan politisi atau pejabat daerah dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang dampak dari media sosial sebagai alat untuk menyebarkan visi, misi, dan *personal branding* yang nantinya dapat memengaruhi pilihan politik masyarakat.

Dengan mengatasi keterbatasan dan melanjutkan penelitian dengan pendekatan yang lebih komprehensif, kita dapat memperdalam pemahaman mengenai media sosial sebagai alat partisipasi politik yang tentunya dapat memengaruhi pilihan politik seseorang.

#### **4.4 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya:

1. Studi komparatif lebih lanjut: untuk memperluas pemahaman tentang interaksi media sosial terhadap kecenderungan memilih Generasi Z pada

Kabupaten lainnya, penelitian selanjutnya dapat melakukan studi komparatif melibatkan pengaruh media sosial sebagai alat partisipasi politik pada daerah selain Kabupaten Kendal sebagai pembandingan. Studi ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang pengaruh media sosial terhadap kecenderungan memilih di daerah lain.

2. Pengembangan upaya branding: Berdasarkan temuan penelitian ini, informasi mengenai kandidat baik itu personal branding maupun dalam menyebarkan visi misi yang memanfaatkan media sosial untuk upaya branding dirasa kurang. Generasi Z dalam menggunakan media sosial terutama pada tiktok dan instagram cenderung tidak memperdulikan konten yang berbau dengan politik. Maka dari itu untuk persebaran informasi politik seharusnya lebih berfokus pada konten yang menarik dan sedang hangat atau *trending* sehingga dapat menarik perhatian Gen Z untuk turut serta terlibat dalam diskusi politik, mengorganisir gerakan sosial maupun ikut berpartisipasi dalam kebijakan publik.
3. Penelitian kualitatif lebih lanjut: Selain analisis kuantitatif, penelitian kuantitatif yang melibatkan wawancara dengan politisi atau pejabat daerah terkait pengaruh media sosial terhadap kecenderungan memilih Generasi Z di daerahnya dapat memberikan wawasan lebih dalam sejauh mana media sosial yang digunakan oleh Generasi Z dapat berdampak pada partisipasi politik terutama pada Pemilihan Umum.

