

BAB IV

KESIMPULAN

Pada bab ini merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Kesimpulan disusun untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu *“Bagaimana penerapan gaya kampanye “Tabrak, Prof!” pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024?”* Adapun saran diberikan sebagai bentuk rekomendasi yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait serta sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa praktik kampanye politik “Tabrak, Prof!” menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi politik dari model konvensional menuju model yang lebih partisipatif, interaktif, dan berbasis digital. Temuan ini memperkuat dalam teori komunikasi politik yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi mendorong transformasi hubungan antara aktor politik dan publik, dari komunikasi satu arah menjadi dua arah.

Kampanye Tabrak, Prof! diposisikan tidak hanya sebagai sarana penyampaian visi dan misi pasangan calon, tetapi juga sebagai ruang dialog publik yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara Mahfud MD dan masyarakat. Melalui pola diskusi terbuka, masyarakat diberikan ruang untuk menyampaikan pertanyaan, aspirasi, hingga kritik secara langsung. Pendekatan ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi kampanye dari sekadar upaya mobilisasi

dukungan elektoral menuju upaya membangun kedekatan, keterbukaan, dan kepercayaan antara kandidat dan pemilih.

Pemanfaatan media sosial menjadi bagian penting dalam penerapan kampanye Tabrak, Prof!. Pada media digital, khususnya YouTube dan platform media sosial lainnya, digunakan untuk menyiarkan kegiatan kampanye secara luas dan menjangkau audiens yang lebih besar, terutama pemilih muda (Gen Z). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi politik yang memungkinkan terjadinya interaksi antara kandidat dan masyarakat. Maka kemudian, kampanye Tabrak, Prof! menunjukkan adanya bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola kampanye politik di era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran sentral dalam mendukung penyebaran dan amplifikasi pesan kampanye. Hal ini sejalan dengan teori mediatisasi politik yang menunjukkan bahwa paslon memanfaatkan platform digital seperti YouTube, live streaming, dan potongan video pendek memungkinkan kampanye menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda. Temuan ini menguatkan bahwa proses politik semakin dipengaruhi oleh logika media, di mana cara penyampaian pesan disesuaikan dengan karakteristik media digital yang cepat, visual, dan interaktif.

Secara keseluruhan, penerapan kampanye Tabrak, Prof! pada Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024 dapat disimpulkan sebagai model kampanye politik yang inovatif, dialogis, dan relatif patuh terhadap regulasi Pemilu. Kampanye ini tidak hanya berfungsi sebagai strategi politik, tetapi juga sebagai

refleksi perubahan pola kampanye politik di Indonesia yang semakin menekankan keterlibatan masyarakat, keterbukaan komunikasi, serta pemanfaatan media digital dalam proses demokrasi.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait. Pertama, bagi penyelenggara Pemilu, khususnya KPU, diharapkan dapat terus menyesuaikan regulasi kampanye agar mampu mengakomodasi perkembangan model kampanye politik yang semakin variatif, terutama kampanye dialogis dan berbasis media digital, sehingga tidak menimbulkan perbedaan penafsiran di lapangan.

Kemudian bagi Bawaslu, pengawasan terhadap kampanye politik, terutama kampanye digital, perlu terus diperkuat melalui koordinasi yang lebih intensif dengan lembaga terkait. Pengawasan tidak hanya bersifat penindakan, tetapi juga preventif dan edukatif agar peserta Pemilu memahami batasan kampanye yang diperbolehkan.

Lalu selanjutnya bagi aktor politik dan tim kampanye, model kampanye Tabrak, Prof! dapat dijadikan referensi dalam merancang strategi kampanye yang lebih partisipatif dan relevan dengan karakter masyarakat, khususnya generasi muda, tanpa mengabaikan kepatuhan terhadap aturan Pemilu.

Terakhir, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai dampak atau efek kampanye dialogis terhadap perilaku memilih dan tingkat partisipasi politik masyarakat, serta membandingkan efektivitas kampanye antar kandidat dalam konteks Pemilu di Indonesia.