

BAB 5 PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pada pilpres 2024, pemilih pemula khususnya mahasiswa, cenderung melihat *personal branding* capres melalui rekam jejak, gaya kepemimpinan, kehidupan personal, dan interaksi calon presiden di media sosial. Secara umum, pemilih pemula menyatakan persepsi *personal branding* capres di media sosial kurang baik sebesar 79,8%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun capres aktif dalam membangun citra diri mereka di platform-platform digital, namun kesan yang diterima oleh pemilih pemula, terutama dari kalangan mahasiswa FISIP Unsoed, cenderung negatif. Kurangnya keaslian atau konsistensi dalam *personal branding*, dapat memengaruhi persepsi mereka. Pemilih pemula, khususnya mahasiswa FISIP Unsoed, dapat lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima di media sosial dan lebih mampu untuk menilai citra yang dibangun oleh capres tersebut sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut atau tidak.
2. Hasil penelitian menunjukkan pemilih pemula berpartisipasi dalam isu politik melalui media sosial. Partisipasi politik pemilih pemula meliputi, mengikuti kegiatan capres, menyebarkan berita tentang capres, serta menuliskan status tentang capres melalui akun media sosial pribadi. Pada umumnya, perilaku politik pemilih pemula di media sosial kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial menjadi salah satu platform utama di mana pemilih pemula mengakses informasi politik dan berinteraksi dengan konten terkait pemilu, namun cara mereka menanggapi dan berpartisipasi dalam diskusi politik belum memadai.
3. Hipotesis yang berbunyi terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi tentang *personal branding* capres di media sosial dengan perilaku politik pemilih pemula dapat diterima dengan besarnya hubungan antara variabel sebesar 0,294 dengan arah hubungan positif. Artinya, semakin baik persepsi tentang *personal branding* capres di media sosial, semakin baik pula perilaku politik pemilih pemula dalam Pilpres 2024.

B. Rekomendasi

Media sosial selain digunakan untuk membangun *personal branding*, juga dapat digunakan sebagai alat propaganda untuk meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula. Capres dalam membangun *personal branding* perlu memberikan informasi yang sesuai kebutuhan masyarakat, dalam hal ini adalah visi misi, solusi strategi isu nasional, dan sebagainya. Pemilih pemula cenderung melihat visi misi, rekam jejak, dan gaya kepemimpinan. Citra baik yang harus dibangun capres bukan hanya kedekatan dengan keluarga atau aktivitas sehari-hari, melainkan langkah strategis untuk membangun Indonesia yang lebih baik. Oleh karena itu, capres perlu memperhatikan masalah atau isu nasional dalam membangun *personal branding*. Hal ini berguna untuk meyakinkan pemilih pemula dalam menentukan dan memilih presiden yang tepat.

Bagi institusi pendidikan, penting untuk mengintegrasikan pendidikan politik dalam kurikulum guna meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik di kalangan mahasiswa. Pendidikan politik yang komprehensif akan membantu mahasiswa memahami pentingnya partisipasi dalam proses politik dan bagaimana mereka dapat mempengaruhi perubahan melalui suara mereka. Selain itu, institusi pendidikan dapat memfasilitasi kegiatan yang mendukung keterlibatan politik mahasiswa. Kegiatan seperti debat politik, simulasi pemilu, dan workshop tentang *personal branding* akan memberikan mahasiswa pengalaman praktis dan pengetahuan yang diperlukan untuk melibatkan mereka secara aktif dalam proses politik. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan kritis serta memahami dinamika politik.