

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

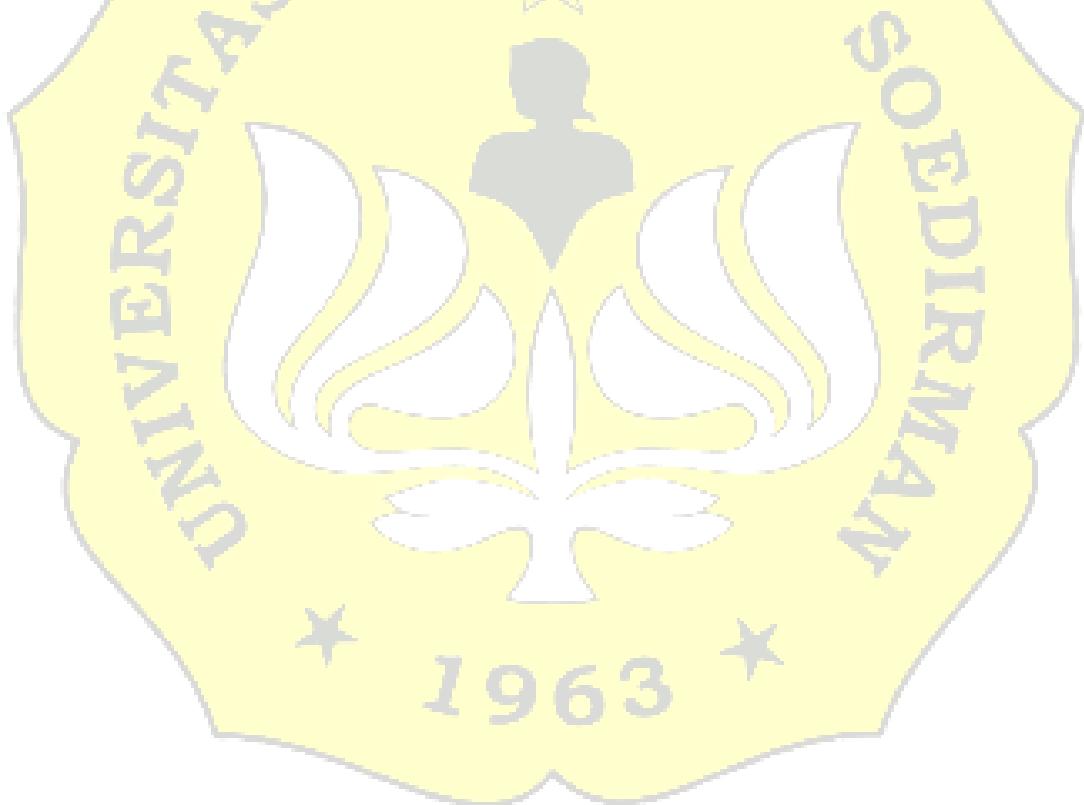
A. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh tahapan penelitian yang sudah dilakukan, mulai dari rumusan masalah, hipotesis, dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Instagram Raffi Ahmad Terhadap Keputusan Memilih Calon Presiden di Pemilu 2024". Berdasarkan pengumpulan data dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari hasil pengujian korelasi, terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara media sosial Instagram Raffi Ahmad terhadap keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024. Artinya media sosial Instagram Raffi Ahmad memiliki hubungan dalam pengambilan tindakan bagi generasi Z untuk memutuskan pilihan presidennya di Pemilu 2024. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji korelasi yang menunjukkan hasil angka 0.870 yang memiliki arti berada di rentang korelasi yang sangat kuat.
- b. Dari hasil pengujian analisis regresi, didapatkan nilai konstanta yang menunjukkan angka 5.896 dan nilai regresi variabel media sosial sebesar 0.699. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 5.896 memiliki arti bahwa ketika penggunaan media sosial instagram Raffi Ahmad bernilai 0 atau keputusan memilih calon presiden tidak dipengaruhi oleh media sosial instagram Raffi Ahmad, rata-rata keputusan memilih calon presiden akan tetap memiliki nilai sejumlah 5.896. Sementara itu, nilai regresi sebesar 0.699 memiliki arti bahwa setiap kenaikan satu nilai dari variabel media sosial instagram Raffi Ahmad, nilai keputusan memilih calon presiden meningkat sebesar 0.699.
- c. Dari hasil pengujian hipotesis menggunakan uji T, didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara media sosial Instagram Raffi Ahmad terhadap keputusan memilih di Pemilu 2024. Hal ini ditunjukkan dari hasil t hitung $17.676 > t$ tabel 1.66. Dapat dinyatakan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan "Media sosial instagram Raffi Ahmad memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024" diterima.
- d. Dari hasil pengujian koefisien determinasi, besar pengaruh dari media sosial

Instagram Raffi Ahmad terhadap keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024 adalah 75.8%. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji koefisien determinasi yang mendapatkan nilai R Square sebesar 0.758. Hasil ini membuktikan bahwa pengaruh yang diberikan dari media sosial Instagram Raffi Ahmad terhadap keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024 sebesar 75.8%. Sementara, 24.2% keputusan memilih lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar media sosial Instagram Raffi Ahmad.

- e. Berdasarkan dari semua hasil uji yang telah dilakukan, gagasan teori khalayak kepala batu dapat dibuktikan benar melalui penelitian ini. Media sosial instagram Raffi Ahmad sebagai suatu model yang diamati dan dipelajari oleh para audiens dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024, namun dalam prosesnya audiens berdaya dan aktif melakukan penyaringan, penyeleksian, dan pertimbangan informasi.



B. Saran

Berdasarkan rangkaian hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan melalui pengamatan di lapangan, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

- a. Media sosial Instagram bukan menjadi satu-satunya faktor dalam memberi pengaruh akan keputusan memilih calon presiden tertentu saat Pemilu diadakan. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cara mencari variabel lain yang menjadi suatu faktor dalam pembentukan tindakan keputusan memilih calon presiden, seperti varian dari model komunikasi lainnya contohnya Teori *Uses and Gratification*
- b. Terdapat beberapa faktor lain, selain dari media sosial Instagram, yang mempengaruhi keputusan memilih calon presiden di Pemilu 2024 berdasarkan hasil penelitian, seperti faktor rekam jejak kandidat dan preferensi politik yang dimiliki audiens. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menganalisis data menggunakan teknik penelitian yang lebih kualitatif, seperti wawancara mendalam, dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh figur publik terhadap persepsi audiens.
- c. Peneliti dapat meneliti atau menambahkan media sosial lain yang juga masif digunakan sebagai suatu sarana kampanye untuk memperoleh suara dalam Pemilu 2024. Contohnya dengan meneliti platform media sosial Twitter ataupun Tiktok.
- d. Peneliti disarankan agar memperhatikan lebih lanjut keberagaman responden, terutama dalam hal keterikatan terhadap figur publik yang diteliti. Penelitian yang melibatkan audiens dengan latar belakang yang lebih bervariasi dapat membantu mengurangi bias yang timbul akibat subjektivitas jawaban, mengingat kelemahan dari penelitian ini sebagian besar responden adalah pengikut Instagram Raffi Ahmad yang cenderung memberikan jawaban positif atau setuju dengan apapun yang disampaikan oleh figur tersebut