

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Media Sosial **Kesimpulan**

1. memiliki pengaruh serta tidak terlalu berpengaruh terhadap elektabilitas partai politik. Penggunaan platform seperti Facebook, Twitter, WhatsApp dan Instagram oleh partai politik memungkinkan mereka menjangkau pemilih dengan lebih efektif. Kampanye yang terarah, penyebaran informasi yang cepat, serta interaksi langsung dengan masyarakat menjadi elemen penting dalam meningkatkan citra dan daya tarik partai. Partai yang besar dan mempunyai sejarah yang panjang seperti PDI Perjuangan Tidak menjadi Prioritas untuk menggunakan Media Sosial. Dengan jumlah Kader yang banyak, bisa membuktikan kepada masyarakat dengan Pertemuan langsung dengan Masyarakat atau *Door To Door* karena secara Elektabilitas, Partai ini sudah Populer dan banyak dikenal orang bahkan media sosial juga memiliki dampak negatif, terutama dalam penyebaran hoaks dan kampanye hitam. Berita palsu dan disinformasi yang disebarluaskan melalui media sosial dapat merusak citra partai politik dan menurunkan elektabilitasnya. Partai politik yang tidak siap menangani serangan digital semacam ini dapat mengalami penurunan dukungan secara signifikan. Berbeda seperti partai PKS dan Gelora yang dikenal dengan Partai Baru yang masih membutuhkan Eksistensi dari Masyarakat. Kehadiran media sosial telah mengubah pola kampanye politik dari yang konvensional seperti rapat umum dan media cetak menjadi lebih digital dan interaktif. Partai politik yang mampu beradaptasi dengan perubahan ini cenderung memiliki keunggulan dalam memenangkan pemilih, sehingga berpotensi meningkatkan elektabilitasnya secara signifikan. Dan Semua Partai Politik bisa menurun elektabilitasnya karena Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan *hoaks* atau kampanye hitam, yang bisa merusak citra partai politik dan menurunkan elektabilitas jika tidak ditangani dengan baik Serta Pengaruh Debat Capres dan Cawapres yang diselenggarakan oleh KPU yang disiarkan di televise dan ditayangkan ulang

di semua media sosial juga sangat berpengaruh kedalam citra Politik seseorang bahkan berpengaruh kedalam Elektabilitas Partai Politik itu sendiri. Partai Besar yang mempunyai sejarah panjang serta memiliki kader terbanyak itu tidak terlalu berpengaruh terhadap media sosial untuk meningkatkan Elektabilitas. Sebaliknya Partai kecil yang baru itu sangat membutuhkan media sosial terhadap Elektabilitas Partainya untuk mengenalkan kepada masyarakat.

2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum mengatur berbagai aspek penyelenggaraan pemilu di Indonesia, termasuk mengenai kampanye politik melalui media sosial. Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, kampanye adalah kegiatan peserta pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan/atau citra diri. Media sosial termasuk dalam media kampanye yang diatur oleh undang-undang ini. Pasal 275 ayat (1) menyebutkan bahwa kampanye pemilu dapat dilakukan melalui media sosial dan jaringan internet. Artinya, partai politik diperbolehkan menggunakan platform media sosial (seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) sebagai sarana kampanye, selama sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pasal 280 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 mengatur larangan-larangan dalam kampanye, termasuk di media sosial. Implementasi Kampanye menggunakan media sosial Partai Politik di Cirebon rata-rata menggunakan media Sosial Seperti YouTube, Twitter, Instagram, dan WhatsApp dalam melakukan Kampanye dengan menampilkan Visi Misi, Kegiatan Partainya, Menampilkan tokoh Partainya dan gagasannya, serta menautkan kalimat mengajak untuk memilih partai tersebut. Pemantauan terhadap pelaksanaan kampanye politik dalam Pemilu 2024 dilakukan oleh Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), yang berperan dalam mengawasi jalannya kampanye agar sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017. Dan Alhasil Partai Politik masih ada saja yang melakukan hal tersebut diantaranya dengan memberikan sejumlah uang kepada masyarakat serta masih ada yang menggunakan fasilitas Negara/pemerintah untuk dijadikan tempat

Kampanye seperti yang dijelaskan dalam pasal 280 ayat 1 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang pemilu.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan hasil Penelitian diatas, maka ada beberapa saran yang diajukan penulis sebagai berikut :

1. Jangan dijadikan Media Sosial sebagai Prioritas untuk alat meningkatkan Elektabilitas, karena masyarakat tidak semua menggunakan media sosial atau terbatasnya Sumber Daya Manusia mengenai hal itu. Bahkan di daerah tertentu khususnya Cirebon masih banyak yang berprofesi sebagai petani, nelayan, buruh kasar, peternakan hewan, dan lain-lain.
2. Partai Politik harus Lebih Bervariatif lagi dalam melaksanakan kampanye. Tidak hanya menggunakan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan media Sosial. Masih banyak cara untuk melakukan kampanye yang berdampak meningkatnya elektabilitas partai tersebut sebagaimana yang tertera di pasal 275 ayat 1 Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilu.
3. Partai Politik seharusnya jangan bermain kotor dalam berkampanye berdasarkan pasal 280 ayat 1 Undang-undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Terutama dalam penyebaran hoaks dan kampanye hitam. Berita palsu dan disinformasi yang disebarluaskan melalui media sosial dapat merusak citra partai politik dan menurunkan elektabilitasnya. Partai politik yang tidak siap menangani serangan digital semacam ini dapat mengalami penurunan dukungan secara signifikan.
4. Disarankan untuk Partai Politik yang baru diharapkan untuk segera mempersiapkan Pemilu berikutnya terutama di dalam elektabilitas, etikabilitas, dan mentalitas. Karena seiring perkembangan Zaman teknologi yang mulai maju, bisa kita gunakan dan manfaatkan untuk memenangkan pemilu dan menempatkan kursi legislatif di senayan Jakarta.
5. Penelitian lebih lanjut diharapkan terus memantau perkembangan dari sistem ketatanegaraan dan sistem perundang-undangan yang diperlukan guna menyempurnakan penelitian ini.