

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji korelasi yang sudah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa angka koefisien korelasi yang dihasilkan dari ketiga indikator variabel x dan variabel y adalah 0,383 (frekuensi ↔ pilihan politik pemilih pemula), 0,408 (intensitas ↔ pilihan politik pemilih pemula), dan 0,302 (atensi ↔ pilihan politik pemilih pemula). Hasil tersebut menunjukkan bahwa derajat hubungan antara terpaan kampanye hitam di Instagram terhadap pilihan politik pada pemilu presiden di kalangan mahasiswa berada pada derajat sedang dan lemah serta hubungannya positif.
2. Nilai signifikansi yang di hasilkan dari uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat signifikansi antar variabel dengan angka signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa angka yang diperoleh lebih kecil dari angka probabilitas yaitu 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya “Ada Pengaruh Terpaan Kampanye Hitam di Instagram terhadap Pilihan Politik Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UAJY”.
3. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini “Apakah ada pengaruh terpaan kampanye hitam di Instagram terhadap pilihan politik pemilih

pemula pada pemilu presiden 2019 di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta?” Maka terjawab rumusan masalah dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa koefisien determinasi nilai R square 0,222. Maka dapat disimpulkan bahwa terpaan konten kampanye hitam dapat memengaruhi pilihan politik pemilih pemula. Pengaruh yang diberikan sebesar 22,2%.

A. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Berpengaruhnya terpaan kampanye hitam dalam pengambilan keputusan memilih pemilih pemula, dapat disarankan agar pemilih pemula untuk mencari informasi dari berbagai sumber yang dapat memperkuat pandangan dan keyakinannya terhadap informasi yang telah diperoleh sebelum memutuskan pilihan. Pemilih pemula juga dapat berdiskusi dengan mahasiswa lain yang dinilai dapat memberikan informasi lebih dan dapat dipercaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian serupa dengan penelitian ini, disarankan dapat memperluas cakupan populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi pada populasi yang lebih luas. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang diduga dapat memengaruhi pemilih pemula dalam menentukan pilihannya dalam pemilu, seperti pengaruh teman sebaya.

Daftar Pustaka

Buku :

- Anwar, S. (1997). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2013). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2011). *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Churchill, G. (2005). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Effendy, O. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Febriani, N., & Dewi, W. (2018). *Teori dan Praktis : Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- McQuail, D., & Windahi, S. (2013). *Communication Model : for the study of mass communication*. New York: Routledge.
- Morissan, & dkk. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2002). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nuari, R. (2015). *Pengaruh Kampanye Capres-Cawapres di Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2014 (Studi pada Mahasiswa FISIP UI)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Roth, D. (2009). *Studi Pemilu Empiris : Sumber, Teori-Teori, Instrumen dan Metode*. Jakarta: Lembaga Survei Indonesia.
- Sari, E. S. (1993). *Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Subakti, R. (1992). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Trevisan, M., Vassio, L., Drago, I., Mellia, M., Murai, F., Figueiredo, F., et al. (2019). Towards Understanding Political Interactions on Instagram. *arXiv e-prints* , 1-5.
- Widoyoko, S.E.P. (2016). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Portal Berita Online :

- APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Diakses pada 4 Mei 2019, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/survei2017/download/aY8SrKmkjw2cUIVCGDxevR945EMos0>
- APJII. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Diakses pada 2 September 2019, dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id/survei2018s/download/P78Tavnstz1frGeQKymZpDIdcUwh5g>
- Apriliana, D. (2019, Februari). *Deretan Kampanye Hitam yang Merujuk pada Jokowi di Pilpres 2019*. Diakses pada 4 Mei 2019, dari IDN Times News: idntimes.com/news/indonesia/dian-apriliana/deretan-kampanye-hitam-yang-merujuk-pada-jokowi-di-pilpres
- Badan Pusat Statistik. (2014, Agustus). *Angka Fertilitas Total menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1991, 1994, 1997, 2000, 2002, 2007, 2010 dan 2012*. Diakses pada 18 Februari 2019, dari Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/02/20/1271/angka-fertilitas-total-menurut-provinsi-1971-1980-1985-1990-1991-1994-1997-1998-1999-2000-2002-2007-2010-dan-2012.html>
- Cambridge Dictionary. (2019, Maret). *Meaning of Instagram in English*. Diakses pada 1 Maret 2019, dari Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/instagram>
- detikcom. (2019, Maret). *Siapa Sebar Kampanye Hitam Prabowo Dipersepsikan Nasrani?* Diakses pada 4 Mei 2019, dari Detik News:

<https://news.detik.com/berita/d-4468314/siapa-sebar-kampanye-hitam-prabowo-dipersepsikan-nasrani>

- Faqih, M. (2014, Juli). *Ini Tiga 'Black Campaign' yang Serang Jokowi*. Diakses pada 4 Mei 2019, dari Republika Online: <https://www.republika.co.id/berita/pemilu/hot-politic/14/07/01/n80t0d-ini-tiga-black-campaign-yang-serang-jokowi>
- Faqih, M. (2014, Juli). *Ini Tiga 'Black Campaign' yang Serang Prabowo*. Diakses pada 4 Mei 2019, dari Republika Online: <https://republika.co.id/berita/n80t05/ini-tiga-black-campaign-yang-serang-prabowo>
- International IDEA. (2019, Maret). *The Global State of Democracy Indices*. Diakses pada 10 Maret 2019, dari International Institute for Democracy and Electoral Assistance: <https://www.idea.int/gso-d-indices/#/indices/world-map>
- Medistiara, Y. (2019, Maret). *DPN Sebut Ada 17,5 Juta DPT Ganda, Ini Penjelasan KPU*. Diakses pada 14 September 2019, dari detiknews: <https://m.detik.com/news/berita/d-4462350/bpn-sebut-ada-175-juta-dpt-ganda-ini-penjelasan-kpu>
- Pemilu.com. (2014, Februari). *Jumlah Pemilih Pemilu 2014, Pemuda Kuasai 40 Persen Suara*. Diakses pada 10 Maret 2019, dari Pemilu: <http://www.pemilu.com/berita/jumlah-pemilih-pemilu-2014-pemuda-kuasai-40-persen-suara/>
- Prihatini, E. (2018, Februari). *Mapping the “political preferences” of Indonesia’s youth*. Diakses pada 4 Mei 2019, dari The Conversation: <https://theconversation.com/mapping-the-political-preferences-of-indonesias-youth-91270>
- Siregar, D. (2019, Januari). *Bawaslu Sebut Kampanye Hitam Picu Golput*. Diakses pada 10 November 2019, dari Medcom.id: <https://m.medcom.id/amp/IKY65dJN-bawaslu-sebut-kampanye-hitam-picu-golput>
- Yusra, Y. (2017). *Laporan GetCRAFT: Meningkatnya Penggunaan Media Sosial, “Influencer”, dan “Native Ads” untuk Kegiatan Pemasaran*. Diakses pada 2 September 2019, dari DailySocial.id: <https://dailysocial.id/post/laporangetcraft-meningkatnya-penggunaan-media-sosial-influencer-dannative-ads-untuk-kegiatan-pemasaran/>

Peraturan Negara :

Komisi Pemilihan Umum. (2018). *Peraturan KPU No. 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum*. Jakarta.

Pemerintah Indonesia. (2017). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum : Larangan Dalam Kampanye*. Jakarta: Sekretariat Negara.

Pemerintah Indonesia. (2017). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilu : Ketentuan Pidana Pemilu*. Jakarta: Sekretariat Negara.

