



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan mengenai rumusan masalah yang ingin diketahui dalam penelitian ini, yaitu (1) Bagaimana perilaku khalayak saat Pemilu Legislatif 2014; (2) Bagaimana pengaruh efektifitas kampanye Ayo Vote terhadap perilaku khalayak; (3) Sejauh mana pengaruh kampanye Ayo Vote bagi perilaku khalayak saat Pemilu Legislatif 2014.

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Perilaku *followers* akun @AyoVote saat Pemilu Legislatif 2014 adalah setuju cenderung sangat setuju. Nilai mean untuk dimensi konatif, dengan pernyataan “Saya telah berpartisipasi dalam Pemilu Legislatif 2014 yaitu 4,32). Menandakan *followers* Ayo Vote telah memiliki perilaku untuk memilih pada Pemilu Legislatif 2014.
2. Adanya pengaruh yang signifikan, yaitu pengaruh efektivitas kampanye Ayo Vote terhadap perilaku khalayak. Terlihat nilai R square pada uji regresi adalah 0,681 atau sekitar 68%. Sehingga dapat disimpulkan, efektivitas kampanye Ayo Vote yang didalamnya terdapat dimensi kredibilitas, karisma, kontrol, dan pesan mempengaruhi perilaku *followers* akun @AyoVote, baik pada tahap

kognitif, afektif, dan konatif. Menandakan bahwa kampanye Ayo Vote merupakan kampanye yang efektif dan pesan yang disampaikan ditanggapi secara baik serta memiliki integritas.

3. Kuatnya pengaruh efektivitas kampanye Ayo Vote terhadap perilaku khalayak untuk berpartisipasi (memilih) dalam Pemilu Legislatif 2014. Hal ini membuktikan bahwa perilaku *followers* @AyoVote dipengaruhi oleh efektivitas kampanye Ayo Vote melalui media twitter.

5.2 Saran

1. Pihak Ayo Vote

Dapat menjaga efektivitas kampanye Ayo Vote, terutama melalui media sosial twitter. Kredibilitas, karisma, kontrol, dan pesan yang dijaga akan mampu membentuk perilaku khalayak sesuai dengan tujuan kampanye. Sedangkan, bila kampanye tidak berjalan efektif maka tujuan kampanye untuk membentuk perilaku khalayak tidak akan terwujud.

2. Peneliti Lain

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya. Penelitian lain tidak hanya dapat melihat dari efektivitas kampanye dan perilaku khalayak, dalam hal ini *followers* akun @AyoVote, tetapi dapat juga dari faktor lainnya di luar penelitian ini, seperti analisis isi *social media* maupun *website* atau perilaku khalayak selain *followers* akun @AyoVote.