

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan penjelasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pola dan struktur jaringan komunikasi pada percakapan *hashtag* #presiden2024 di Twitter hanya terjadi satu arah dan pesan juga berjalan bebas dalam jaringan komunikasi. Pengguna media sosial Twitter lebih sepihak dalam berkomentar ketika menyatakan dukungannya maupun sebaliknya terhadap isu-isu percakapan *hashtag* #presiden2024.

Hashtag #presiden2024 lebih homogen di mana hal ini menunjukkan munculnya berbagai kelompok atau grup (*cluster*) yang terkait dengan percakapan itu. Percakapan relatif tidak didominasi oleh aktor (akun) sentral atau dominan karena tersebar dan membentuk grup-grup kecil dan pesan pun berjalan dengan bebas di antara partisipan atau peserta yang ada di dalam jaringan komunikasi itu.

Selain itu, *hashtag* #presiden2024 mampu lebih memobilisasi pengguna media sosial Twitter jika didorong suatu peristiwa yang terjadi memiliki narasi dan membangkitkan sisi emosional pengguna media sosial. Dengan kata lain, ketika sebuah DMO menggunakan *hashtag* tertentu namun dalam periode waktu tertentu, gerakan mobilisasi digital pengguna media sosial pun akan berbeda.

2. Isu percakapan adalah nama-nama calon presiden. Sedangkan peran aktor pada *hashtag* #presiden2024 di Twitter terdiri dari aktor sentral yang berperan sebagai influencer dalam meramaikan isu-isu percakapan calon presiden. Percakapan terkait calon presiden 2024 diramaikan oleh aktor

pribadi tokoh politik seperti @aniesbaswedan, akun institusi seperti @golkarjateng, akun komunitas atau relawan, akun *buzzer* seperti @gempita45 dan @kemilau_negeri, serta akun masyarakat biasa (yang tidak selalu populer), seperti @pharlyn4360. Selain itu, isu percakapan pada *hashtag* #presiden2024 masih relevan dan sentimen pengguna media sosial Twitter dapat dikatakan cenderung positif (tidak ditemukan kata-kata berkonotasi negatif) dalam memberikan dukungannya terkait pencapresan 2024.

5.2 Saran Sosial

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan studi netnografi yang lebih komprehensif untuk melihat perilaku komunikasi politik dalam konteks komunikasi politik dalam jaringan komunikasi sehingga pemangku kepentingan, seperti tokoh politik, partai politik dan pihak-pihak yang berkaitan, dapat mengelola isu percakapan di media sosial dan melakukan mobilisasi gerakan digital opini ke arah yang lebih positif.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan temuan penelitian ini menunjukkan urgensi aktor (akun) sebagai penjaga gerbang atau “*gatekeeper*” komunikasi harus mengubah cara mereka berkomunikasi dalam kampanye di media sosial, khususnya Twitter. Oleh karena itu, bagi para pemangku kepentingan tertentu, seperti tokoh politik, partai politik, dan pihak terkait agar dapat membuat strategi kampanye yang lebih terarah dan terukur dengan pemanfaatan *hashtag* (#) untuk meramaikan isu-isu percakapan yang ditargetkannya di ranah digital.

5.3 Pembatasan Penelitian

Pembatasan penelitian ini adalah pada periode waktu September 2022-Desember 2022, khususnya pada periode antara 1-14 September 2022, 1-16 Oktober 2022, 16-30 November 2022 serta 21-31 Desember 2022. Hal itu karena dilatarbelakangi ada timbulnya isu-isu pada periode waktu itu yang berkaitan dengan calon presiden 2024 dan menarik perhatian pengguna media sosial. Pembatasan penelitian tersebut juga peneliti anggap dapat memberikan gambaran isu-isu percakapan dalam hashtag #presiden2024 di Twitter dalam konteks fenomena komunikasi menjelang kontestasi calon presiden 2024.

