

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa *social media marketing* politik yang dilakukan akun tiktok @ganjarpranowo dan twitter @ganjarpranowo adalah sebagai berikut:

Pertama, context politik yang dibangun pada akun tiktok @ganjarpranowo dan akun twitter @ganjarpranowo telah menonjolkan dengan jelas bagaimana pesan politik yang dibangun Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana akun tiktok @ganjarpranowo dan akun twitter @ganjarpranowo mengemas konten maupun postingan yang dibuat dengan beragam strategi pendekatan politik untuk menarik khalayak atau masyarakat.

Kedua, communication politik yang dilakukan akun tiktok @ganjarpranowo adalah dengan membangun komunikasi interaktif melalui program konten tiktok yang dibuat seperti, “Malam Minggu Bareng Ganjar (MalminGan)” dan “Ganjar Menjawab”. Sedangkan pada akun twitter @ganjarpranowo *communication* politik dibangun melalui interaksi dengan *tweeps* melalui kolom balasan pada postingan.

Ketiga, collaboration politik yang dibangun akun tiktok @ganjarpranowo adalah dengan melakukan kolaborasi eksternal dan kolaborasi internal. Kolaborasi eksternal dilakukan dengan para pesohor seperti musisi, *influencer*, komika, dan konten kreator. Sedangkan kolaborasi internal dilakukan dengan politisi ternama yaitu, Ahok dan TGB Muhammad Zainul Majdi yang menjadi bagian dari pendukung Ganjar-Mahfud sebagai calon presiden dan calon wakil presiden 2024. Pada akun twitter @ganjarpranowo *collaboration* politik dilakukan dengan cara kolaborasi partai koalisi yaitu, PDI-P, PPP, Perindo untuk mengkampanyekan Ganjar-Mahfud sebagai capres-cawapres 2024. Ada juga kolaborasi internal, yaitu dukungan politik dari Puan Maharani yang merupakan politisi PDI-P dan dukungan politik dari tim pemenangan dan relawan.

Keempat, connection politik yang dibangun akun tiktok @ganjarpranowo adalah dengan konektivitas sosial dan hubungan interaktif. Konektivitas sosial dilakukan dengan cara menjalin relasi bersama pemirsa seperti memosting ulang konten yang dibuat netizen tentang sosok Ganjar Pranowo, hingga tentang program-program Ganjar-Mahfud sebagai capres dan

cawapres 2024. Sedangkan hubungan interaktif dilakukan akun tiktok @ganjarpranowo dengan menjalin interaksi bersama pemirsanya melalui kolom komentar. Pada akun twitter @ganjarpranowo, *connection* politik dilakukan dengan cara membangun konektivitas politik yaitu, dengan melakukan *retweet* dan balas pada postingan yang dibuat oleh *tweeps* tentang Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024.

Demikian dapat dikatakan bahwa *social media marketing* politik yang dibangun akun tiktok @ganjarpranowo dan akun twitter @ganjarpranowo adalah untuk dapat membangun dan meningkatkan pengaruh politik Ganjar Pranowo sebagai calon presiden 2024. *Social media marketing* politik yang dilakukan juga dapat bertujuan untuk memperluas komunikasi dan pesan politik dari Ganjar-Mahfud sebagai pasangan capres-cawapres 2024. Selain itu juga untuk membangun koneksi politik yang dapat berjalan secara berkelanjutan.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mempunyai beberapa saran, yakni sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial yang dilakukan Ganjar Pranowo sudah cukup baik. Namun, perlu untuk memperhatikan pengemasan konten yang dibuat. Sebab, peneliti menemukan beberapa konten yang terkena hak cipta (*copyright*) khususnya pada konten tiktok yang menggunakan audio musik. Sehingga, terdapat beberapa konten yang suaranya hilang.
2. Peneliti juga menyarankan untuk lebih mendetailkan konten dan postingan dengan secara jelas, sehingga pesan politik yang ingin disampaikan dapat mudah untuk dimengerti oleh penonton (masyarakat) sebagai pemilih.
3. Peneliti juga menyarankan agar konten-konten yang diproduksi maupun postingan yang dibuat, dapat dilakukan kategorisasi baik melalui hastag (#) maupun *playlist* konten. Sehingga, mempermudah penonton untuk mengenali peruntukan konten maupun postingan yang dibuat.
4. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk *social media marketing* politik pada akun tiktok dan twitter Ganjar Pranowo, agar lebih berfokus pada tujuan dan pesan politik yang ingin disampaikan. Dengan mengeksplisitkan konten atau postingan yang dibuat, sehingga penonton mendapatkan informasi politik yang utuh.

5. Peneliti juga menyarankan agar konten atau postingan yang bersifat *social media marketing* politik, dilakukan secara terencana. Sehingga, pesan politik yang ingin disampaikan tidak menjadi bias untuk penonton.

Selain itu, adapun saran dari peneliti untuk penelitian berikutnya:

1. Peneliti menyarankan agar jika menggunakan *social media marketing* sebagai teori penelitian, maka dapat mengambil lokus analisis yang berbeda dari penelitian ini.
2. Peneliti juga menyarankan untuk dapat menggunakan teori-teori *social media marketing* yang lainnya dari penelitian ini.
3. Peneliti juga menyarankan untuk mengambil objek dan subjek yang berbeda dari penelitian ini.

Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberi sumbangsih pemikiran untuk ilmu pengetahuan khususnya bagi ilmu komunikasi, ilmu marketing, dan ilmu politik. Peneliti juga menyadari sungguh bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari sebuah kesempurnaan. Sebab itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik, masukan, maupun saran untuk penelitian ini.