

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian preferensi generasi millennial pulau Jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial dapat disimpulkan bahwa peserta pemilihan umum 2024 yang paling banyak di akses adalah Presiden dan wakil presiden dengan jenins informasi yang juga paling sering di akses adalah informasi calon kandidat. Preferensi jenis media sosial yang paling banyak di akses adalah *social network* kemudian dalam urutan kedua yaitu *online communities and forum*. Untuk media sosial yang paling banyak di gunakan pada jenis media sosial *social network* yaitu Instagram lalu yang kedua tiktok dan yang terakhir facebook.

Generasi millennial yang menggunakan aplikasi *social network* Instagram dalam mencari informasi pemilihan umum 2024 yang memiliki status mahasiswa/i disusul dengan pegawai swasta/negeri. Aplikasi Instagram digunakan oleh responden untuk untuk melihat postingan populer terkait informasi pemilihan umum 2024.

#### **V.2. Saran**

Penelitian ini periset memberikan saran mengenai preferensi generasi millennial pulau Jawa dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024 melalui media sosial dalam bentuk saran akademis dan saran praktis.

##### **V.2.1. Saran Akademis**

Dibuatnya saran akademis agar kedepannya terdapat penelitian tentang preferensi yang mencari tentang informasi politik di media sosial/media yang akan

datang. Karena di masa depan tidak ada yang mengetahui bagaimana perkembangan teknologi dan bisa jadi di sama ratakan dengan adanya teknologi AI (*Artificial intelligence*) yang bisa sangat berpengaruh terhadap berbagai bidang khususnya bidang politik.

### **V.2.2. Saran Praktis**

Periset berharap penelitian ini bisa berguna bagi para peserta pemilihan umum 2024 karena dalam penelitian ini di sebutkan bahwa terdapat media sosial yang sangat mendominasi dalam bidang politik. Sehingga bisa jadi bahan pertimbangan untuk bagaimana membuat kampanye di media sosial yang tepat mengingat bahwa pemilihan umum 2024 nanti sebesar 54% akan di dominasi oleh pemilih muda yakni generasi millennial dan gen-z.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bittner, J. R. (1980). *MASS COMMUNICATION An Introduction*.
- Fiske, J. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (embuntur, Ed.; 3rd ed.). PT RajaGrafindo.
- Griffin, E. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). David Patterson.
- Huda, N. U. (2018). *Hukum Parpol dan Pemilu*. FOKUSMEDIA.
- Kesumawati, N., Retta, A. M., & Sari, N. (2018). *Pengantar Statistika Penelitian* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- kompas.com*. (n.d.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (S. Yagan, Ed.; 14th ed.). Pearson Highered.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (D. Battista, Ed.; 15th ed.). Pearson.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (J. P. Grafika, Ed.). Kencana Prenadamedia Group.
- Larasati, J. (n.d.). *Generasi Millenial Dalam Komunitas Sosial*.
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media? An eBook from iCrossing*.  
[www.sxc.hu/profile/nickwinch](http://www.sxc.hu/profile/nickwinch)
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*.
- Mizanie, D. (n.d.). *Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (R. Nasrullah, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2017). *Pengantar komunikasi massa*. Rajawali Pers.
- Rahmawati, D. (2018). *Millenials and I-Generation Life* (Ayun, Ed.; 1st ed.). Laksana.
- Rudy, M. (2013). *Pengantar Ilmu Politik Wawasan Pemikiran dan Kegunaannya* (L. Rasjidi, Ed.; Revisi). PT Refika Aditama.
- Sari, S. E. (1993). *Audience Reasearch Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa* (A. Offset, Ed.). Andi Offset Yogyakarta.
- Severin, & Tankard. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di dalam MediFa Massa*, (5th ed.). Kencana.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial* (Gunarsa Aep, Ed.). PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Wardhani, D., Handayani, F., & Fahrezi, M. S. (2022). Komunikasi Organisasi Internal kepada Pegawai Milenial untuk Membentuk Komitmen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 203. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.4995>

## Jurnal

- Efrida, S., Teknologi dan Bisnis Kalbis, I., Pulomas Selatan Kav, J., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57–71.
- Fajar, D. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KAMPANYE DI ERA PANDEMI COVID-19 PASANGAN “ARTYS” PADA PILKADA BLORA. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, XI(1).
- Febriani, N. S. (2020). *Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif*. <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>
- Fitriani. (2017). *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. 19(2).
- Fitriansyah, F. (2020). Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online. *Jurnal Humaniora*, 20. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i2>
- Harahap, H. (2017). *PREFERENSI MEDIA..... Halomoan Harahap PREFERENSI MEDIA MASYARAKAT JABODETABEK DAN FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA PREFERENCES OF JABODETABEK MEDIA COMMUNITY AND THE INFLUENCE FACTORS*. [www.kpu.go.id](http://www.kpu.go.id).
- Hardika, Aisyah, E. N., & Gunawan, I. (2018). *Transformasi Belajar Generasi Milenial* (N. Windyaningrum, Ed.; 1st ed.). Universitas Negeri Malang.

- Intan, T., & Revia, B. (2019). *PREFERENSI SISWA SMA SURABAYA DALAM PENCARIAN INFORMASI STUDI LANJUT PERGURUAN TINGGI* (Vol. 6, Issue 2).
- Mayasari, A., Utami, V., Lestari, M. T., & Sos, S. (2015). *PERGESERAN BUDAYA KOMUNIKASI PADA ERA MEDIA BARU (Studi Etnografi Virtual Penggunaan LINE oleh Digital Natives) COMMUNICATION CULTURE CHANGE IN NEW MEDIA ERA (Virtual Ethnography Studies about Usage of LINE by Digital Natives)*.
- Mizanie, D. (n.d.). *Penggunaan Social Network Site (SNS) Instagram Sebagai Media Pemasaran Gerilya Digital*. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Naimah. (2019). *EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA PUBLIKASI PMI KABUPATEN BANJAR Naimah 1* (Vol. 2).
- Nugraha, D. A. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan* (A. Syarifuddin, N. O. Hutahaean, D. F. Sejati, & H. Riswan, Eds.; 1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Nugraheni, Y., & Revia, B. (2019). *PREFERENSI ORANG TUA DI KELUARGA INDONESIA DI PULAU JAWA DALAM MENCARI INFORMASI MENGENAI COVID 19 PREFERENCES OF PARENTS IN INDONESIAN FAMILIES ON THE ISLAND OF JAVA IN FINDING INFORMATION ABOUT COVID 19 ABS TR ACT*. *Jurnal Spektrum Komunikasi (JSK)*, 10, 1–

24. <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum|E:spektrum@stikosa-aws.ac.id>

Nugraheni, Y., & Widyaningrum, A. Y. (2020). *Preferensi Keluarga Surabaya dalam Pencarian Informasi tentang Politik*.

Oktaheriyani, D., Wafa, M. A., & Shadiqien, S. (2020). *ANALISIS PERILAKU KOMUNIKASI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)*.

Prajarto, Y. A. N., Tania, S., Phitaloka, M., & Purwaningtyas, F. (2019). *Preferensi Informasi dan Perilaku Bermedia Warganet di Akun Instagram Media Informasi Selebritas*.

Puteri, A. N. (2022). *Preferensi informasi investor individu dalam perspektif teori penggunaan dan pemenuhan kepuasan English Title: Information Preferences of Individual Investors in Uses and Gratification Theory' Perspective*. 6(4), 390–413. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

Rahman, A., & Alamsyah, F. Muh. (2019). *Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi Terhadap Kemiskinan Masyarakat Migran Di Kota Makassar*. 111–129.

Rudy, M. (2013). *Pengantar Ilmu Politik Wawasan Pemikiran dan Kegunaannya* (L. Rasjidi, Ed.; Revisi). PT Refika Aditama.

Sari, S. E. (1993). *Audience Reasearch Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa* (A. Offset, Ed.). Andi Offset Yogyakarta.

- Trihayuningtyas, Wulandari, Adriani, & Sarasvati. (2018). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI DAN PROMOSI PARIWISATA BAGI GENERASI Z DI KABUPATEN GARUT. 4.*
- Wardhani, D., Handayani, F., & Fahrezi, M. S. (2022). Komunikasi Organisasi Internal kepada Pegawai Milenial untuk Membentuk Komitmen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 203. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i2.4995>
- Wono, H. Y. (2018). *Preferensi Mahasiswa Terhadap Marketing Communication Mix*. 2(1), 62–75. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>

### **Sumber Online**

- antaranews.com*. (n.d.).
- Arliman, L. (n.d.). *557802-partisipasi-aktif-dan-pasif-publik-dalam-9327a061*.
- bawaslu.go.id*. (n.d.).
- bisnis.com. (2020). *ternyata, masyarakat Indonesia banyak habiskan waktu di media sosial*.
- databooks.katadata.co.id*. (2023a). *Media Sosial yang Dipakai Anak Muda untuk Akses Informasi Politik*. *Databooks.Katadata.Co.Id*.
- databooks.katadata.co.id*. (2023b, April). *Kriteria Sosok Calon Pemimpin 2024 yang Paling Dicari Warga Indonesia*. *Databooks*.
- Digital 2023 : Indonesia*. (2023, February 11). We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- dunia.tempo.co*. (n.d.). *Kenapa Indonesia Disebut Negara Konoha? Ini Alasannya*.



*hukumonline.com.* (n.d.).

*Intensitas Mengikuti Berita Politik.* (2021). IDN Times.

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/rochmanudin-wijaya/idn-research-institute-mayoritas-gen-z-suka-akses-berita-politik?page=all>

*jatim.kpu.go.id.* (n.d.). *jatim.kpu.go.id.*

*kompas.com.* (n.d.).

Larasati, J. (n.d.). *Generasi Millenial Dalam Komunitas Sosial.*

Nurudin. (2017). *Pengantar komunikasi massa.* Rajawali Pers.

*Pengembangan dan pemeliharaan sistem dalam digitalisasi info pemilu berkelanjutan.* (n.d.). Kpu.Go.Id.

*Pengguna aktif media sosial.* (2023, February 3).

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Rahmawati, D. (2018). *Millenials and I-Generation Life* (Ayun, Ed.; 1st ed.). Laksana.

Rosita, L. (2021, April). *Kompetisi Politik 2024.* Kpu.Go.Id.

*Sumber Informasi Pemilihan Muda.* (2022, September 26).

<https://www.csis.or.id/event/rilis-survei-pemilih-muda-dan-pemilu-2024-dinamika-dan-preferensi-sosial-politik-pascapandemi/>

*Tiktok.* (2023, March 26).

<https://www.tiktok.com/@ganjarpranowofc/video/7212595527895043354>