

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Generasi milenial dan generasi Z mayoritas menggunakan media sosial dengan smartphone, paling suka konten lucu, menyimpan video, dan memberikan like/komentar postingan sendiri. Kebanyakan generasi milenial menggunakan 2 platform media sosial, dan generasi Z menggunakan lebih dari 2 platform media sosial. Generasi milenial paling suka mengunggah foto, dan generasi Z suka mengunggah video. Kebanyakan generasi milenial menggunakan media sosial untuk mengetahui informasi/tren terbaru, dan generasi Z menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang/relaksasi. Dimensi dari media sosial yang paling tinggi adalah jaringan dengan indikator teknologi digital yang digunakan untuk mengakses media sosial. Generasi milenial yang menyatakan sangat setuju menggunakan media sosial dengan smartphone sebesar 74%, dan yang menyatakan setuju sebesar 26%. Generasi Z yang menyatakan sangat setuju menggunakan media sosial dengan smartphone sebesar 78%, dan yang menyatakan setuju sebesar 21%.
2. Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z dalam *electoral participation* dan *consumer participation* tinggi. Namun, partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z dalam *party activity*, *protest activity*, dan *contact activity* rendah.

Dimensi dari partisipasi politik yang paling tinggi adalah *electoral participation* dengan indikator partisipasi sebagai pemilih dalam pemilihan umum (Pemilu). Generasi milenial yang menyatakan sangat setuju memberikan suara pada Pemilu sebesar 65%, dan yang menyatakan setuju sebesar 30%. Generasi Z yang menyatakan sangat setuju memberikan suara pada Pemilu sebesar 53%, dan yang menyatakan setuju sebesar 43%.

3. Terdapat pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial, yaitu sebesar 30,5%. Sisanya yaitu 69,5% berasal dari variabel lain yang berada di luar model. Terdapat juga pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi Z, yaitu sebesar 34,7%. Sisanya yaitu 65,3% berasal dari variabel lain yang berada di luar model.

## **B. Saran**

Saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian lain yang bisa dikembangkan adalah mengenai pengaruh dan efektivitas masing-masing platform media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z, dan tingkatan usia dalam partisipasi politik, dengan jumlah sampel yang lebih besar dari penelitian ini.
2. Secara praktek, para calon pemimpin perlu memiliki big data mengenai penggunaan media sosial dan partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z. Big data ini sangat penting agar para calon pemimpin tidak salah memahami dan melakukan sejumlah pendekatan yang efektif dan tepat sasaran untuk generasi milenial dan generasi Z.