

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digitalisasi yang kompleks saat ini, masyarakat dengan mudah dan cepat mendapatkan informasi mengenai isu-isu yang sedang terjadi. Hal ini menuntun masyarakat untuk aktif dan selektif dalam mengikuti perkembangan informasi. Digitalisasi mempunyai dampak signifikan dalam rangkaian sistem pemerintahan di Indonesia. Salah satu rangkaian proses politik di Indonesia yang kerap menjadi perhatian adalah pemilihan umum. Pemilu di Indonesia memasuki era baru yang menuntut kerja sama aktif antara pemerintah, lembaga terkait, dan masyarakat guna menjaga kesehatan demokrasi dalam dinamika digital yang terus berkembang.

Berkembangan media sosial terjadi cukup pesat, dimana media sosial dapat menarik perhatian masyarakat. Media sosial merupakan sarana komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan dirinya dalam berinteraksi, berkomunikasi, berpartisipasi, dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka ke masyarakat umum. Termasuk dengan kegiatan-kegiatan menjelang pemilihan umum dimana politisi atau partai memanfaatkan media sosial untuk keperluan politik. Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi. Karakter ini merupakan komunikasi satu orang ke banyak orang (*one to many*) kini menjadi dari banyak orang ke banyak orang (*many to many*). Kedua, media sosial merupakan

komunikasi dua arah (*two way of communication*) sementara televisi hanya satu arah (*one way communication*). Ketiga, media sosial memiliki kemampuan menghindari kontrol kekuatan tertentu, sementara televisi mudah dikontrol.¹

Saat ini media sosial yang populer di kalangan masyarakat yaitu Facebook, X (Twitter), Youtube, Instagram dan TikTok. Media sosial Facebook, Instagram, dan TikTok memiliki fitur yang sama yakni media sosial yang bersifat *audiovisual* dimana kita dapat menikmati informasi terkini dengan melihat gambar dan video, serta dapat digunakan untuk mengirim pesan ataupun untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang lain. Perbedaan diantaranya terlihat dari tampilan masing-masing aplikasi. Selanjutnya, X (Twitter) banyak digunakan untuk berbagi informasi berupa teks yang diselingi oleh video ataupun foto. Para pengguna dapat melihat topik terkini, hal ini sangat membantu berbagai kegiatan misalnya pemilu untuk berbagi dan mendapatkan informasi mengenai politik.² Youtube memudahkan orang dalam menemukan, menonton, dan membagikan berbagai macam video. Situs ini menyediakan forum bagi orang untuk saling berkomunikasi, memberikan informasi termasuk persoalan politik.³

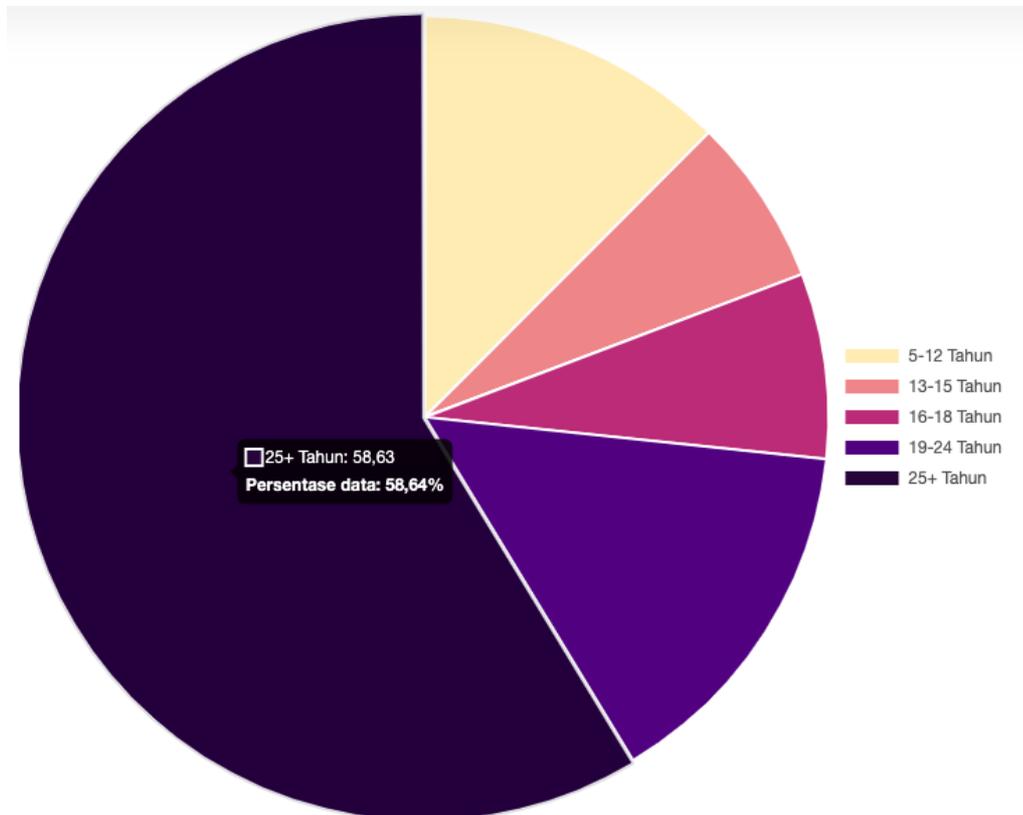


¹ Nurul Hasfi, 2019, Komunikasi Politik di Era Digital. *Politika, Jurnal Ilmu Politik*, 10 (1). Hlm. 99.

² Univeritas Medan Area, 2021, "Pengertian, Sejarah, dan Manfaat Twitter untuk Kaum Muda Milenial" diakses melalui <https://pji.uma.ac.id/index.php/2021/11/05/pengertian-sejarah-dan-manfaat-twitter-untuk-kaum-muda-milenial/> pada 27 November 2023 pukul 15.47 WIB.

³ Iqbal Rediansyah, 2020, Manfaat Penggunaan Media Youtube Terhadap Perkembangan Anak Sekolah Dasar di Asrama SPN Cisarua Bandung Barat. *Jurnal Comm-Edu*, 3 (3). Hlm. 316.

Gambar 1.1
Pengguna Internet di Indonesia



Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, mayoritas penduduk Indonesia yang berusia 25 tahun ke atas mengakses internet. Tercatat 58,64% orang dewasa di Indonesia menggunakan internet untuk berbagai keperluan, termasuk pekerjaan, belanja, hiburan, komunikasi, serta kegiatan politik.⁴ Kelompok umur yang menduduki posisi kedua data ini adalah masyarakat Indonesia yang berusia 19-24 tahun. Dalam kelompok usia 19-24 tahun, 14,69% telah mengakses internet. Sebanyak 7,47% remaja berusia 16-18 tahun juga telah mengakses internet pada tahun lalu. Kelompok usia 13-15 tahun memasuki posisi selanjutnya, dalam

⁴Badan Pusat Statistik, Data terbaru Profil Usia Pengguna Internet Indonesia, 2023, diakses melalui www.bps.go.id pada 12 Januari 2024 pukul 20.00 WIB.

kelompok usia ini, 6,77% mengakses internet. Terakhir, dalam kelompok usia 5-12 tahun, 12,43% anak-anak telah mengakses internet. Hal ini mencerminkan perkembangan teknologi yang semakin memasuki kehidupan hingga ke kalangan anak-anak. Data ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari sebagian besar penduduk Indonesia, terutama di kalangan dewasa dan kaum muda.

Berbagai macam platform media sosial semakin diandalkan sebagai sarana sosialisasi dalam persoalan politik. Sosialisasi merupakan proses pendidikan serta pemahaman nilai dan norma sosial kepada seseorang ataupun sekelompok orang supaya pihak yang disosialisasikan mempunyai karakter, perilaku serta sikapnya sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku umum.⁵ Sosialisasi politik menjadi kebutuhan bagi pemilih untuk memahami bagaimana mereka menjadi dewasa secara politik, memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara.⁶ Dengan demikian, informasi yang disampaikan melalui sosialisasi akan menjadi acuan bagi masyarakat untuk terlibat dalam pemilihan umum (pemilu). Dalam hal ini Komisi Pemilihan Umum (KPU) berupaya memanfaatkan media sosial yang ada sebagai sarana sosialisasi pemilu.

Tugas dan kewenangan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia termaktub dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum.⁷ Pada undang-undang tersebut menjelaskan mengenai tugas wewenang dan kewajiban KPU. Diantara beberapa poin yang terdapat dalam

⁵ Elly M. Setiadi dan Usman Kolip, 2013. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Kencana. Hlm. 167.

⁶ *Ibid.* Hlm. 168

⁷ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Penyelenggara Pemilihan Umum.

undang-undang tersebut pada pasal 12 menjelaskan tugas dan wewenang KPU dalam menyosialisasikan penyelenggaraan pemilu dan/atau yang berkaitan dengan tugas dan wewenang KPU kepada masyarakat.

KPU merealisasikan tugas dan wewenangnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana sosialisasi, tanpa terkecuali KPU Provinsi Sumatera Barat. Kegiatan sosialisasi dengan memproduksi konten-konten pemilu serta kegiatan KPU disebarkan melalui akun Instagram @kpu_sumbar, X (Twitter) @kpusumbar, Facebook KPU Prov Sumbar, Youtube @KPU Prov Sumbar, dan TikTok @kpu_prov_sumbar.

Perelitian mengenai analisis pemanfaatan media sosial oleh KPU di Indonesia sebagai sarana sosialisasi telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Misalnya, Lia Octavia berbicara tentang penggunaan beberapa media sosial sebagai sarana sosialisasi politik virtual dalam Pemilihan Walikota dan Wakil Walikota.⁸ Kemudian, Novita, dkk menggarisbawahi media sosial belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi oleh instansi pemerintah.⁹ Lebih lanjut, Kasim, dkk mengatakan bahwa pemanfaatan media sosial sangat membantu kegiatan sosialisasi pilkada di masa pandemi.¹⁰ Selanjutnya, Supit, dkk menjelaskan kaitan dan titik hubung media sosial, komunikasi dan fenomena elektoral dalam Pilkada

⁸ Lia Octavia, 2021, Sosialisasi Politik Virtual Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Bandar Lampung Tahun 2020, *Skripsi*. Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hlm.1-103.

⁹ Dila Novita, Elvira Suryani, Amanda Morlian, Mita Widyastuti & Fadhilah, 2020, Evaluasi Komunikasi Publik Komisi Pemilihan Umum Melalui Media Sosial Pada Pemilu Serentak 2019. *Jurnal Administrasi Negara*, 8 (2). Hlm.159-176.

¹⁰ Sri Pratiwi Kasim, Alem Febri Sonni & Muhammad Farid, 2023, Analisis Strategi Pemanfaatan Media Komunikasi KPU Kota Makassar dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih pada Pilkada Serentak Tahun 2020. *Jurnal Medium*, 11(1). Hlm.111-123.

2020.¹¹ Kemudian, Rambe, dkk mendiskusikan penggunaan media sosial dan media elektronik sebagai bentuk sosialisasi pada pilkada 2020 oleh KPU Kabupaten Labuhan Batu.¹²

Hal ini sedikit berbeda dengan penelitian sekarang yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Sosialisasi oleh KPU Provinsi Sumatera Barat Periode 2020-2024”. Penelitian ini menganalisis pemanfaatan media sosial yang digunakan sebagai sarana sosialisasi oleh KPU Provinsi Sumatera Barat periode 2020-2024 sedangkan penelitian terdahulu lebih membahas mengenai kampanye oleh KPU.

1.2 Rumusan Masalah

KPU Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu lembaga publik yang memanfaatkan media sosial untuk pemberitaan kepemiluan dengan mengunggah konten-konten digital yang memuat narasi berita, foto kegiatan, video dan bentuk komunikasi untuk mengumumkan suatu peristiwa kepada masyarakat (*press release*) kegiatan KPU sebagai sarana sosialisasi. Media sosial berguna untuk memuat berbagai informasi kepemiluan yang dapat diakses oleh masyarakat secara cepat, mudah dan dapat dipertanggungjawabkan. Terkait dengan hak publik untuk mendapatkan informasi tertuang dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008

¹¹ Gerry Rizky Andean Supit & AG Eka Wenats Wuryanta, 2021, Media Sosial Sebagai Media Politik dalam Pilkada (Studi Kasus Pemanfaatan Media Sosial dalam Pilkada Kabupaten Sukabumi 2020. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 6(3). Hlm.314-331.

¹² Ayunda Putri Rambe, Iskandar Zulkarnain & Hatta Ridho, 2023, Strategi Komisi Pemilihan Umum Labuhan Batu dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih dalam Pemilihan Kepala Daerah Labuhan Batu 2020 Melalui Media Sosial. *Jurnal Perspektif*, 12 (2). Hlm.698-711.

tentang Keterbukaan Informasi Publik menjamin hak setiap orang untuk memperoleh informasi publik, yang merupakan hak asasi manusia dan bagian penting dari penyelenggaraan negara yang demokratis. Berdasarkan Pasal 3 UU KIP, tujuan undang-undang ini adalah untuk menjamin hak warga negara mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, mendorong partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan publik, serta meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan Badan Publik.

UU ini juga mengatur bahwa Badan Publik wajib menyediakan informasi publik secara berkala, serta-merta, dan setiap saat, kecuali informasi yang dikecualikan yang dapat membahayakan negara, kepentingan perlindungan usaha, hak-hak pribadi, dan rahasia jabatan yang tercantum pada pasal 17. Dengan demikian, UU KIP bertujuan untuk menciptakan pemerintahan yang transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat. Ketika keran informasi kepublikan dibuka untuk publik, maka salah satu langkah sosialisasi masyarakat akan kesadaran politik yang sehat sangat diperlukan untuk meningkatkan partisipasi dalam pemilu 2024.¹³

Ketika KPU Provinsi Sumbar dalam tahapan pemilihan umum sangat terbantu dengan memanfaatkan media sosial. Sosialisasi dan komunikasi dalam penggunaan media sosial menjadi sarana penghubung antara KPU Provinsi Sumatera Barat dengan masyarakat. Akan tetapi, masih terdapat kendala yang dihadapi KPU Provinsi Sumatera Barat dalam memanfaatkan media sosial seperti

¹³ Charly Siadari, "Media Sosial Sebagai Keran Informasi Publik Pemilu dan Pemilihan 2024." Diakses melalui <https://www.kpu.go.id/berita/baca/10284/media-sosial-sebagai-keran-informasi-publik-pemilu-dan-pemilihan-2024> pada 12 Januari 2024 pukul 21.10 WIB.

kurangnya SDM dan anggaran biaya. Tim Humas KPU Provinsi Sumatera Barat,

Febrina Maulydia menyatakan :

“Kurangnya SDM dan struktur organisasi yang belum terorganisir dengan baik menjadi kendala dalam mengelola media sosial oleh KPU Provinsi Sumbar dikarenakan bagian yang mengelola media itu disatukan dengan sub bagian Parhubmas yang juga mengelola sosialisasi dan pendidikan pemilih, melaksanakan kegiatan KPU, tugas rutin lainnya. Belum terfokus pada pengelolaan media sosial saja sedangkan dalam mengelola media sosial dibutuhkan tim kreatif untuk mengelola konten, desain *layout*, dan admin yang mengelola media sosial KPU Provinsi Sumbar. Dibandingkan dengan KPU RI sudah lebih terpestaisasi untuk publikasi dan informasi yang memiliki sub bagian tersendiri. Kendala lain yang dihadapi ialah anggaran biaya dari pusat. Jika anggaran biaya tidak mencukupi dan belum terpenuhi dari pusat maka akan berdampak pada sarana dan prasarana, peralatan yang masih terbatas dikarenakan anggaran untuk melengkapi peralatan yang diperlukan juga masih terbatas.”

Dibalik kendala yang ada KPU Provinsi Sumatera Barat dapat meraih penghargaan media sosial terbaik untuk Komisi Pemilihan Umum Provinsi se-Indonesia pada tanggal 26 September 2023. Untuk peringkat pertama yang mendapat penghargaan media sosial KPU Provinsi Lampung dan yang menjadi peringkat ketiga ialah KPU Provinsi Banten. KPU RI memberikan penilaian dengan melihat beberapa indikator, yaitu integrasi media sosial dan website, interaksi dengan pengunjung, tampilan, karya dan *repost* postingan dari KPU pusat. Hal ini disampaikan oleh Jons Manedi Ketua Divisi Sosialisasi Pendidikan Pemilih, Partisipasi Masyarakat, dan Sumber Daya Manusia (Sosdiklih, Parmas, SDM) KPU Sumbar yang mengatakan:

“Alhamdulillah kita (KPU Sumbar) mendapatkan penghargaan terbaik II dalam mengelola media sosial”.¹⁴ Beberapa indikator dalam penilaian penghargaan tersebut ialah 1) integrasi media sosial dan website, 2) interaksi dengan pengunjung, 3) tampilan, 4) karya serta *repost* dari KPU RI.¹⁵ Indikator tersebut dijabarkan oleh KPU RI dalam mengadakan nominasi penghargaan pengelolaan media sosial KPU se-Indonesia.”

¹⁴ Sumbar.kpu.go.id, “KPU Sumbar Raih Penghargaan Terbaik II Kategori Media Sosial, diakses melalui <https://sumbar.kpu.go.id/berita/baca/8026/kpu-sumbar-raih-penghargaan-terbaik-ii-kategori-media-sosial> pada 5 September 2023, pukul 17.24 WIB.

¹⁵ Wawancara dengan Lydia (anggota KPU Provinsi Sumbar) pada 3 Januari 2024, pukul 15.20 WIB.

Sejalan dengan hal tersebut, KPU banyak menggunakan media sosial untuk kegiatan sosialisasi pemilu melalui postingan media sosial yakni Instagram¹⁶, Facebook¹⁷, X (Twitter)¹⁸, dan TikTok¹⁹. Mulai dari tahapan pemilu yakni pendaftaran, verifikasi dan penetapan partai politik, penetapan jumlah kursi dan dapil, pencalonan Presiden dan Wakil Presiden, laporan kampanye dan dana kampanye, pencalonan DPD, pencalonan DPR RI, pencalonan DPRD Provinsi dan pencalonan DPRD Kabupaten/Kota. Serta kegiatan sosialisasi seperti pindah memilih, sosialisasi pendidikan pemilih pemula juga diunggah melalui media sosial oleh KPU Provinsi Sumatera Barat.

Media sosial yang dimanfaatkan oleh KPU Provinsi Sumbar adalah Instagram. Instagram menjadi media yang paling banyak diakses oleh masyarakat karena memiliki fitur yang sederhana dan mudah diakses dibandingkan dengan beberapa media sosial yang ada. Instagram juga dimanfaatkan oleh KPU Provinsi Sumbar sebagai sarana sosialisasi untuk rangkaian tahapan pemilu tahun 2024. Dilihat dari postingan mengenai kegiatan KPU Provinsi Sumbar sendiri serta pemberitahuan informasi kepada masyarakat melalui media sosial, instagram sebagai salah satu platform yang digunakan secara aktif untuk bersosialisasi. Instagram KPU Sumbar memiliki kurang lebih 13,2 ribu *followers* dan saat ini postingan KPU Sumbar sebanyak 3.210 postingan. Postingan instagram KPU

¹⁶ Instagram @kpu_sumbar, diakses melalui https://www.instagram.com/kpu_sumbar pada 18 Januari 2024, pukul 12.07 WIB.

¹⁷ Facebook KPU Prov Sumbar, diakses melalui <https://m.facebook.com/profile.php?id=153558871384607> pada 18 Januari 2024, pukul 12.10 WIB.

¹⁸ Twitter @kpusumbar, diakses melalui <https://x.com/kpusumbar?s=20> pada 18 Januari 2024, pukul 12.11 WIB.

¹⁹ TikTok @kpu_prov_sumbar, diakses melalui https://www.tiktok.com/@kpu_prov_sumbar pada 18 Januari 2024, pukul 12.12 WIB.

Provinsi Sumbar didominasi oleh postingan kegiatan sosialisasi tahapan pemilu 2024. Instagram ini dimanfaatkan sebaik mungkin oleh KPU Sumbar sendiri karena platform ini ramai digunakan masyarakat baik, kalangan remaja dan juga orang dewasa sebagai pemilih dalam pemilu. Instagram KPU Sumbar dapat diakses oleh masyarakat dengan melihat akun @kpu_sumbar.



kpu_sumbar [Follow](#) [Message](#) [+9](#) [...](#)

3,247 posts **13.5K followers** **250 following**

KPU Prov Sumbar
 Government official
 Akun resmi KPU Provinsi Sumatera Barat
 YouTube: KPU Prov Sumbar
 Facebook: KPU Prov Sumbar
 Twitter: KPU Prov Sumbar
 TikTok: kpu_prov_sumbar
[sumbar.kpu.go.id](#)

Followed by [infosumbar_kpu_kota_padang](#), [selda_kayuaro](#) + 2 more

[#DP3](#) [si Jurdi!](#) [RPP](#) [pemilos](#)

[POSTS](#) [REELS](#) [TAGGED](#)

H-7
 KPU Prov Sumbar
 14
 14
 14

MEKANISME PINDAH MEMILIH
 1. Cara kerja KPU setelah selesai di Daerah Pemilihan (Dapil) oleh KPU dan KPU Provinsi Sumatera Barat.
 2. Untuk mengetahui KPU Sumatera Barat melakukan proses pemindahan pemilih dari Sumatera Barat ke Sumatera Barat.

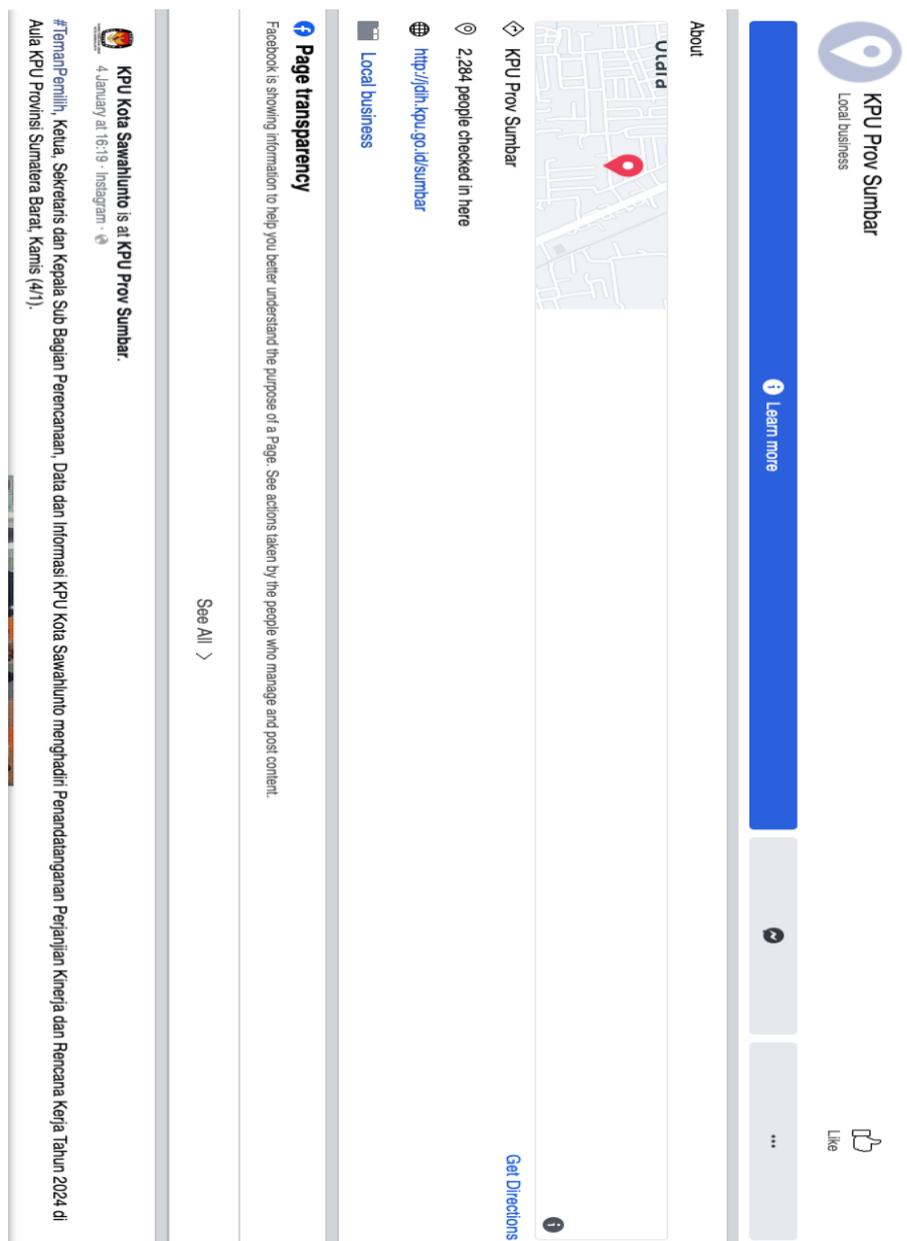
Sumber : @kpu_sumbar https://www.instagram.com/kpu_sumbar/

Selanjutnya, KPU Sumbar memiliki akun Facebook yang mempunyai lebih kurang 5.600 pengikut dan aktif dalam mengunggah postingan serta *reels* mengenai sosialisasi pemilu dan postingan ulang berita-berita dari KPU pusat. Pemilih dapat

mengakses @kpusumaterabarat untuk melihat kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPU Sumbar kepada masyarakat. Tampilan dari Facebook KPU Sumbar sendiri dapat dilihat dari gambar di bawah ini.

Gambar 1.3

Facebook KPU Provinsi Sumbar



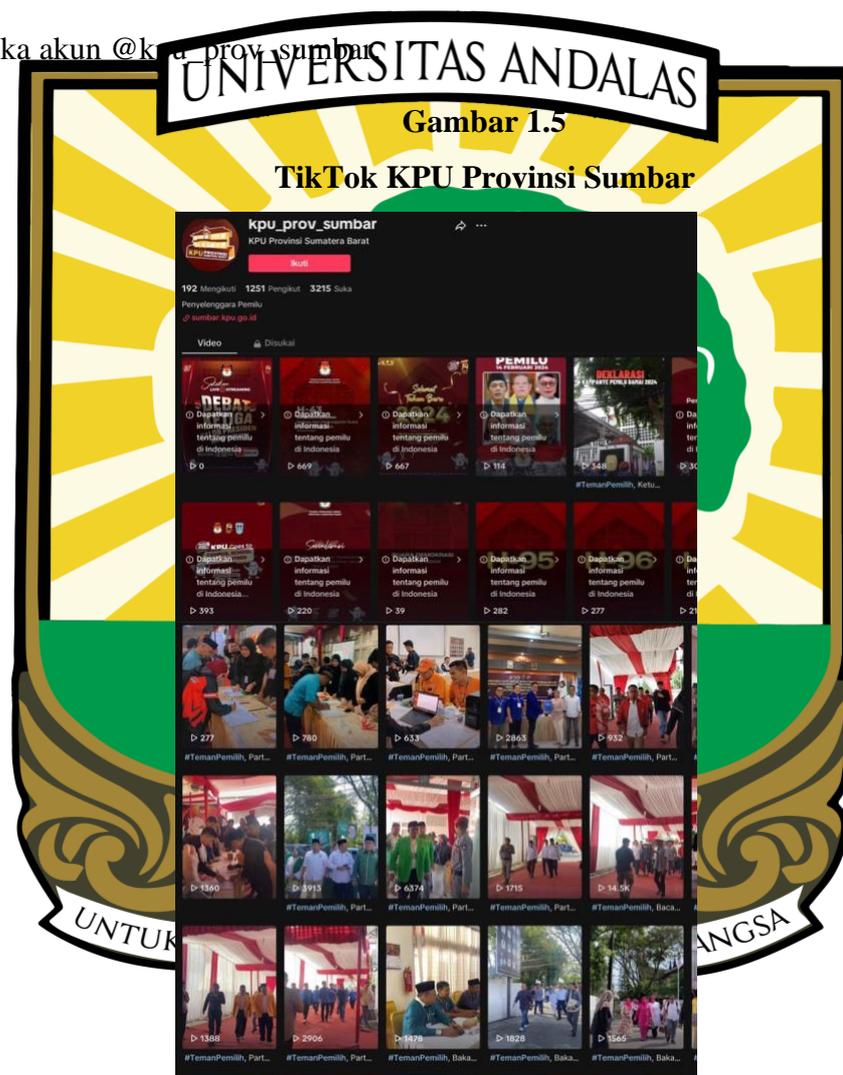
Sumber : KPU Prov Sumbar <https://m.facebook.com/profile.php>

Selanjutnya KPU Sumbar juga mempunyai akun X yang dapat diakses dengan melihat @kpusumbar. Saat ini pengikut akun X KPU Sumbar sekitar 1.634 *followers*. KPU Provinsi Sumbar memanfaatkan X sebagai sarana sosialisasi dengan masyarakat terkhususnya pemilih dalam menyebarkan informasi, baik dalam bentuk foto, video ataupun tulisan mengenai pemilu. Unggahan X KPU Sumbar mengenai sosialisasi pemilu dan berbagai kegiatan KPU lebih kurang 1,393 *posts* dan bertambah setiap harinya sesuai dengan konten-konten yang sudah dipersiapkan oleh KPU Sumbar.



Sumber : @kpusumbar <https://x.com/kpusumbar?s=20>

Selain itu, KPU Sumbar juga mempunyai akun TikTok untuk bersosialisasi dengan masyarakat dalam menyebarkan informasi mengenai pemilu dan kegiatan yang dilangsungkan oleh KPU Sumbar terutama kepada pemilih. Serta konten-konten tahapan pemilu dengan *talent* anggota KPU Sumbar sendiri. Akun TikTok milik KPU Sumbar memiliki lebih kurang 1249 *followers*, dapat diakses dengan membuka akun @kpu_prov_sumbar



Sumber : @kpu_prov_sumbar (https://www.tiktok.com/@kpu_prov_sumbar)

Dengan bergulirnya rangkaian kegiatan pemilu serentak tahun 2024, penulis berasumsi peneliti berasumsi bahwa KPU Sumbar memanfaatkan media sosial sebagai sarana sosialisasi beragam tahapan pemilu 2024. Sehingga, harapan akan

tingginya partisipasi pemilih pada pemilu 2024 bisa terealisasikan. Media sosial telah menjadi salah satu saluran komunikasi utama yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi, termasuk informasi terkait pemilu. Dengan meneliti efektivitas penggunaan media sosial oleh KPU Sumbar, dapat diketahui sejauh mana pesan-pesan sosialisasi menjangkau masyarakat. Selain itu, kita dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan KPU Sumbar melakukan sosialisasi. Misalnya, dengan analisis terhadap engagement rate, respons pengguna, serta jenis konten yang paling efektif, KPU dapat meningkatkan pendekatan mereka dalam menyampaikan informasi yang lebih relevan dan menarik bagi pemilih.

Penelitian ini terfokus kepada bagaimana upaya KPU Sumbar dalam bersosialisasi dengan memanfaatkan media sosial dalam rangkaian kegiatan pemilu 2024. Dengan demikian pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana upaya KPU Sumbar dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana sosialisasi periode 2020-2024?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang sudah peneliti jelaskan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi pemilu 2024 oleh KPU Provinsi Sumatera Barat periode 2020-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Akademis/ Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang peran teori pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi oleh KPU Sumbar, sehingga penelitian ini dapat menambah atau dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian lanjutan mengenai pemanfaatan media sosial oleh KPU Sumbar dalam bersosialisasi.

2. Praktis

Secara praktis penelitian ini bisa digunakan oleh banyak kalangan terutama bagi KPU Sumbar dimana hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam pemanfaatan media sosial dalam aktivitas KPU sebagai sarana sosialisasi.

