

Abstrak

Fajar Setyaning Dwi Putra (1009203),2014. Pengaruh Jejaring Sosial *Twitter* Sebagai Media Sosialisasi Calon Presiden 2014 terhadap Preferensi Pemilih Pemula

Penelitian ini didasari oleh maraknya atribut-atribut kampanye menjelang pilpres 2014 yang merusak estetika di Kota Bandung serta perkembangan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi yang berdampak besar terhadap dunia politik. Fenomena baru di kalangan masyarakat global yaitu komunikasi yang terjadi di ruang maya (*twitter*) membuat seseorang semakin mudah untuk mengetahui informasi mengenai rekam jejak (*track record*) serta isu yang ramai di bicarakan (*trending topic*) di jejaring sosial *twitter* mengenai setiap kandidat calon presiden Republik Indonesia pada pilpres 2014. Para pelajar sebagai generasi muda yang turut andil dalam pilpres 2014 sebagai pemilih pemula tentunya sangat menentukan suara bagi setiap kandidat pada pilpres 2014. Maraknya penggunaan *twitter* di kalangan pelajar yang sudah berhak memilih tentunya dapat memengaruhi preferensi para siswa sebagai pemilih pemula. Inilah yang menjadi alasan kuat untuk melakukan penelitian tentang seberapa besar pengaruh *twitter* di pilpres 2014 terhadap preferensi pemilih pemula pada kalangan pelajar SLTA di Kota Bandung. Penelitian ini terdiri dari tiga rumusan masalah yaitu, (1) bagaimanakah preferensi calon presiden bagi pemilih pemula pada kalangan pelajar di Kota Bandung? (2) faktor-faktor apa sajakah yang memengaruhi preferensi pemilih pemula pada kalangan pelajar di Kota Bandung? (3) seberapa besar pengaruh jejaring sosial *twitter* sebagai media sosialisasi calon presiden 2014 terhadap preferensi pemilih pemula pada kalangan pelajar di Kota Bandung?. Untuk mendapatkan jawaban terhadap rumusan masalah tersebut, peneliti menggunakan teori persuasi (Dan Nimmo) untuk variabel X dan teori preferensi pemilih (Ridwan) untuk variabel Y serta melakukan survey dengan pendekatan kuantitatif yang ditujukan untuk mencari korelasi antara *twitter* dengan preferensi pemilih pemula pada kalangan pelajar di Kota Bandung dalam suasana Pilpres 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi pearson Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa hal untuk menjawab setiap rumusan masalah yaitu (1) preferensi pemilih pemula pada kalangan pelajar di SLTA Kota Bandung cenderung memilih figur dan popularitas di *twitter* memiliki koefisiensi determinasi sebesar 86% (2) faktor teman sebaya (*peer group*) merupakan faktor terbesar terhadap preferensi pemilih pemula di kalangan pelajar SLTA Kota Bandung memiliki koefisiensi determinasi sebanyak 88% (3) jejaring sosial *twitter* sebagai media sosialisasi calon presiden 2014 berpengaruh terhadap preferensi pemilih pemula di kalangan pelajar SLTA Kota Bandung memiliki koefisiensi determinasi sebesar 72%

Kata kunci: Media, Sosialisasi, Preferensi Pemilih Pemula

Abstract

Fajar Setyaning Dwi Putra (1009203). The Influence of Twitter As Socialization Media of Presidential Candidates in 2014 Towards Young Voters' Preferences.

This research was based on the increase of campaign attributes to welcome presidential election in 2014 which ruined the aesthetic of Bandung and ruined twitter usage by public, particularly the youth. Presidential election is one of the political participations used by Indonesian citizens. It goes every five years. Therefore, citizens need to know and recognize the figures of the candidates to prevent them from choosing the wrong one. But, this every-five-year democratic party frequently ruined the aesthetic of city. The campaign attributes brought by team success of candidates were often embedded randomly. People concerned it as a non effective way to introduce presidential candidates. The development of science and technology has apparently affected all of human aspects, including politics. One of the new phenomenon happened to global society is cyberspace communication (twitter). The twitter facilitates people to know every information, track record, and trending topic about Indonesian presidential candidates in 2014. Students, as youth, has also taken their part in this election. Their parts were very important. The widespread use of twitter among students who have the right to choose definitely influenced their preference as young voters. This is the reason why the writer did the research about how twitter affects young voters (Senior High School Students in Bandung) towards presidential election in 2014. This research has three questions, (1) how are students' presidential candidates preferences in Bandung?, (2) what are the biggest factors that influenced students' presidential candidates preferences in Bandung?, (3) how much the influence of twitter among students or young voters in Bandung towards their presidential candidates preferences? The writer used several theories to analyze the data. First of all, the writer used persuasive theory from Dan Nimo for X variable. Next, the writer used voters' preferences theory from Ridwan for Y variable. In addition, the writer also took the survey using quantitative approach to find out the correlation between twitter and students' preferences in Bandung towards presidential elections in 2014. The results of this research indicated that (1) young voters or students' preferences in Bandung were twitter figures and popularities. It took 86% coefficient of determination. (2) the biggest factor which was influenced students' preferences in Bandung was peer group's opinions. It took 88% coefficient of determination. (3) social network –twitter- as socialization media of presidential candidates in 2014 had influenced young voters or students' preferences in Bandung. It took 72% coefficient of determination.

Keywords : Media, Socialization, Young Voters' Preferences