

Perubahan pilihan suara generasi milenial pelajar urban (Studi Kasus: Pemilihan Umum Presiden 2014 & 2019) = Changes in millennial urban students choices (Case Study: Indonesia Presidential Election 2014 & 2019).

Dyah Permana Erawaty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504851&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas kasus perpindahan suara dalam Pemilihan Umum Presiden tahun 2014 dan 2019 yang merupakan pertandingan ulang antara Jokowi dengan Prabowo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana perubahan suara para milenial urban pelajar pendidikan tinggi sebagai unit analisis, serta untuk mengetahui apakah media sosial berkontribusi dalam pengambilan keputusan tersebut.

Menggunakan pendekatan Columbia dan Michigan dalam model sosial psikologis, kebaruan yang disajikan adalah adanya perubahan konsep komunikasi massa yang telah bergabung dengan komunikasi interpersonal dalam konsep mass selfcommunication. Penelitian dilakukan secara kualitatif dalam paradigma post-positivism dengan metode holistic single-case study. Analisis dilakukan dengan teknik analisis pattern-matching logic dengan logika pencocokan pola model sosial dan psikologis. Hasil penelitian menunjukkan variabel sosial yang berkontribusi adalah agama dan etnis dari pemilih dan keluarga pemilih. Terkait dengan variabel psikologi, penelitian ini menunjukkan tidak adanya identifikasi partai, yang ada adalah evaluasi kandidat dan orientasi isu. Preferensi isu yang diinginkan adalah isu Hak Asasi Manusia dan Isu Perempuan. Kinerja petahana dipandang baik dalam infrastruktur dan buruk dalam manajemen manusia serta anggaran. Penantang memiliki koherensi identitas yang berbeda dengan kontestasi Pilpres 2014. Meme politik menjadi gerbang diskusi dalam kelompok sosial serta pencarian lebih lanjut dalam mengetahui identitas kandidat. Kemampuan kandidat dalam debat sangat berkontribusi dalam proses penetapan keputusan pemilih. Millennial swing voters tidak melakukan mass self-communication jika itu terkait dengan politik karena tidak ingin identitas politik mereka diketahui pengguna media berita daring dan media sosial.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discussed about voting in the 2014 and 2019 Presidential Elections which was a rematch between Jokowi and Prabowo. The purpose of this study is to explain swing voters in college urban students millennial generation as unit of analysis, as well to find out whether social media contributes to their swing decisions. By using Columbia and Michigan in the socio psychological model, the novelty presented was a change in the concept of mass communication that had been joined interpersonal communication in the concept of mass communication. The study was conducted qualitatively in the post-positivism paradigm with a single holistic case study method. The analysis had been done by matching the pattern of logic with matching pattern of social and psychological logic. The results showed the social variables that contributed were religion and ethnicity of the voters and the voters' families. Related to psychological variables, this study shows there was no parties identification, but instead an assessment of candidates and discussion of problems. The preference issues that desired by millennial swing voters was Human Rights and Women's Issues. The incumbent's performance had been seen as good in infrastructure but poor in human

management and budget. The challenger had a different identity coherence than on the last contestation in 2014. Political memes lead to discussions in social groups as well as further findings of a candidate's identity. The ability of candidates in debates greatly contributes to the process of determining election decisions. Millennial swing voters did not engage in mass self-communication if it related to politics because they did not want their political identity to be known by press and on social media.