

Pengaruh Tagar #2019GantiPresiden di Media Sosial (Facebook, Instagram dan Twitter) terhadap Partisipasi Milenial DKI Jakarta dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 = The Influence of Hashtag #2019GantiPresiden on Social Media (Facebook, Instagram and Twitter) to Participation of Millenial of DKI Jakarta in the 2019 Presidential Election

Muhammad Iqbal Themi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920577060&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menguji pengaruh dari keterpaparan tagar #2019GantiPresiden di tiga platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter terhadap partisipasi politik milenial DKI Jakarta baik secara online maupun offline. Pengujian tersebut berdasarkan empat tahapan mekanisme psikologis dari teori Model Partisipasi Politik Media Sosial dari Jonathan Knoll, Jorg Matthes, dan Raffael Heiss (2018). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuisioner terhadap 400 sampel yang dipilih secara multistage random sampling. Pengujian hipotesis berdasarkan statistik deskriptif, analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana. Hasilnya menunjukkan bahwa (1) penggunaan media sosial berhubungan dengan dan berpengaruh rendah terhadap partisipasi politik online maupun offline (low & high effort) milenial DKI Jakarta, dan (2) rendahnya partisipasi politik milenial DKI Jakarta terkait tagar #2019GantiPresiden pada pemilu presiden tahun 2019 karena milenial tidak menganggap tagar tersebut sebagai tujuan dominan (dominant goal appraisal) dan menilai tidak adanya konsistensi atau pesan partisipatif (consistency appraisal) pada tagar #2019GantiPresiden.

.....This thesis examines the influence of exposure of the hashtag # 2019GantiPresiden on three social media platforms such as Facebook, Instagram and Twitter to online and offline political participation of Millenial of DKI Jakarta in the 2019 Presidential Election. This research based on four of psychological mechanism of Social Media Political Participation Model theory from Jonathan Knoll, Jorg Matthes, and Raffael Heiss (2018). The research uses a quantitative method with questionnaire method of data collection from 400 samples selected by multistage random sampling. Hypothesis testing is based on descriptive statistics, simple linear regression analysis. The results show that (1) the use of social media is associated with and influenced to the online and offline political participation (low & high effort) of millennial DKI Jakarta, and (2) the low political participation of DKI Jakarta millennials related to the hashtag #2019GantiPresiden in the 2019 presidential election because millennials do not consider this hashtag to be a dominant goal appraisal and assess the lack of consistency or participatory messages (consistency appraisal) in the hashtag # 2019GantiPresiden.