

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP SIKAP PEMILIH PEMULA MAHASISWA PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN UNIVERSITAS LAMPUNG UNTUK MENENTUKAN PILIHANNYA DALAM PEMILU PRESIDEN TAHUN 2019

Oleh

Jamalludin

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap sikap pemilih pemula mahasiswa pendidikan pancasila dan kewarganegaraan Universitas Lampung dalam menentukan pilihannya pada pemilu presiden tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan subjek penelitian mahasiswa Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Universitas Lampung angkatan 2016/2017 yang berjumlah 28 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan teknik penunjang adalah dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, penggunaan media sosial bagi pemilih pemula dapat membantu menambah informasi dan pemahaman politik sebagai bekal pemilih pemula yang berkompeten.

Hasil penelitian yang didapatkan sesuai dengan teori budaya politik yang berkembang di masyarakat yaitu budaya politik parokial, kaula dan partisipan. Penelitian ini menunjukkan budaya politik parokial dengan persentase sebanyak 4

responden (14,28%) termasuk kedalam kategori kurang berpengaruh karena masyarakat yang apatis, pengetahuan politik rendah, kesadaran dalam berpolitik rendah, tidak peduli dan menarik diri dari kehidupan politik. Sedangkan sebanyak 8 responden (28,57%) termasuk dalam kategori cukup berpengaruh, masyarakat memiliki pengetahuan dalam bidang politik yang cukup, tetapi dalam partisipasi politik sangat minim dan kesadaran berpolitik rendah (budaya politik kaula). Budaya politik partisipan dalam penelitian ini sebanyak 16 responden (57,14%) dalam kategori berpengaruh dengan baik, hal ini didukung oleh masyarakat yang memiliki pengetahuan politik tinggi, kesadaran dalam berpolitik tinggi, partisipasi dalam berpolitik aktif dan kontrol politik aktif. Pengaruh media sosial terhadap pembentukan sikap pemilih pemula, sebanyak 6 responden (21,42%) tidak berpengaruh, sebanyak 10 responden (35,71%) dalam kategori cukup berpengaruh dan 12 responden (42,85%) kategori berpengaruh dengan baik. Melihat analisis dan olah data menunjukkan pada angka 0,79 dimana pengaruh media sosial terhadap sikap pemilih pemula mahasiswa PPKn Universitas Lampung dalam menentukan pilihannya pada pemilu presiden tahun 2019 dapat dikategorikan kuat.

Kata kunci : Media sosial, sikap pemilih pemula, budaya politik

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON FIRST-TIME ELECTORS' ATTITUDES OF CIVIC EDUCATION STUDENTS IN UNIVERSITY OF LAMPUNG IN DETERMINING THEIR CHOICES ON THE PRESIDENTIAL ELECTION 2019.

Written by

Jamalludin

The aim of this study is to determine the effect of social media on the first-time electors' attitudes of civic education students in University of Lampung in determining their choices on the presidential election 2019. A quantitative descriptive method used by researcher to gain data from 28 students of civic education in University of Lampung as the respondents. Data collection techniques used by researcher is questionnaire which supported by documentation. Based on the result of the study, it can be seen that the use of social media for the first time electors can help them to add information and political understanding as a provision for being competent first time electors.

The results obtained following the theory of political cultures that developed in society, there are parochial political culture, servant, and participant. This study shows parochial political culture with a percentage 14.28% from four respondents included in less influential category because of apathetic society, low political

knowledge, low political awareness, ignorance and withdrawal from political life. At the same time, 8 respondents (28.57%) are included in a quite influential category, people have sufficient knowledge in the political field, but in political participation is very minimal and low political awareness (servant political culture). The political culture of participants in this study are 16 respondents (57.14%) included in well influential category, supported by people who have high political knowledge, high politics awareness, active in political participation, and active in political control. The influence of social media on the forming of the first-time electors' attitudes, there are 6 respondents (21.42%) have no effect, 10 respondents (35.71%) are in moderately influential category, and 12 respondents (42.85%) have well influence category. Based on the data analysis, it shows that the number is 0.79, where the the effect of social media on the first-time electors' attitudes of civic education students in University of Lampung in determining their choices on the presidential election 2019 can be categorized into high category.

Keywords: social media, first-time electors' attitudes, political culture