

**PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM
@GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH
TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI
KALANGAN GENERASI Z**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

**NATHANIEL EDRICK
00000028842**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI STRATEGIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM
@GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH
TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI
KALANGAN GENERASI Z**



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

NATHANIEL EDRICK
00000028842

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI STRATEGIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : NATHANIEL EDRICK

Nomor Induk Mahasiswa : 00000028842

Program studi : ILMU KOMUNIKASI

Skripsi dengan judul:

PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM @GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI KALANGAN GENERASI Z

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Juni 2022



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ii

Pengaruh Kekuatan Pesan..., Nathaniel Edrick, Universitas Multimedia Nusantara

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ii

Pengaruh Kekuatan Pesan..., Nathaniel Edrick, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM @GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI KALANGAN GENERASI Z

Nama

NIM

Program Studi

Fakultas

Oleh

: NATHANIEL EDRICK
: 00000028842
: ILMU KOMUNIKASI
: ILMU KOMUNIKASI

Telah diujikan pada hari Selasa, 21 Juni 2022

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
03060227102

Penguji

Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.
0301036603

Pembimbing

Dr. Ag Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si.
0306067003

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi
Inco Hary Perdana, S.I.Kom, M.Si.
0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : NATHANIEL EDRICK

NIM : 00000028842

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Fakultas : ILMU KOMUNIKASI

Jenis Karya : ~~Tesis/Skripsi/Laporan Magang~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM
@GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH TERHADAP
TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI KALANGAN GENERASI Z”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 8 Juni 2022

Yang menyatakan,


Nathaniel Edrick

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM @GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI KALANGAN GENERASI Z”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Ag Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si., selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si., selaku Penguji Ahli pada sidang skripsi yang banyak memberikan koreksi, saran, serta masukan agar penulisan laporan skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang sudah memimpin dan memandu jalannya sidang dengan baik, sehingga dapat terlaksana dengan lancar dari awal hingga akhir.
7. Orang Tua dan Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Rekan seperjuangan dari grup “Semester Tua” yaitu: Angelus, Brenda, Kevin Limitandy, Malvin, Nathasya Wang, Ragil, Rekha, Robert, Vincent, dan Yordian. Terima kasih untuk dukungan, motivasi, dan doa. Senang dapat menjadi bagian dari keluarga ini.

9. Kepada sahabat terkasih: Alexsandro Pabayo dan Giuliano Fittipaldie. Terima kasih sudah hadir sebagai sahabat yang rela berbagi waktu untuk mendengarkan keluh kesah dan mendampingi saya hingga bisa memasuki tahap ini.
10. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, and for just being me at all times.*

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 8 Juni 2022



Nathaniel
Edrick



PENGARUH KEKUATAN PESAN INSTAGRAM @GANJAR_PRANOWO MELALUI PERILAKU PEMILIH TERHADAP TINGKAT POPULARITAS GANJAR DI KALANGAN GENERASI Z

NATHANIEL EDRICK

ABSTRAK

Ganjar Pranowo, Gubernur Jawa Tengah, menjadi salah satu tokoh yang diperkirakan akan melanjutkan jejak politiknya menjadi calon presiden di Pemilu 2024. Hal ini tercermin dari hasil beberapa lembaga survei seperti Y-Publica yang menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo menduduki posisi pertama 21,1%, Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) dengan angka 19,9%, dan Poltracking dengan angka 31,57%. Berdasarkan hasil tersebut, Ganjar Pranowo menjadi tokoh yang memiliki peluang besar untuk berkiprah dalam ajang Pemilu 2024. Penelitian ini berfokus pada mengetahui pengaruh kekuatan pesan yang disajikan oleh Ganjar Pranowo di unggahan Instagramnya melalui perilaku pemilih terhadap popularitasnya di Generasi Z. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan melakukan pengujian korelasi, tes parsial & kontrol sebagai eksperimen untuk mengetahui pengaruh variabel. Populasi diperoleh dari *followers* Instagram @Ganjar_Pranowo sebanyak 4,7 juta. Penarikan sampel hanya digunakan sebanyak 150 orang yaitu mereka yang berusia 17 hingga 29 tahun, aktif menggunakan Instagram, dan mengetahui bahwa Ganjar merupakan salah satu tokoh yang dicanangkan maju dalam pertarungan politik di Pemilu 2024. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan pesan (variabel X) melalui perilaku pemilih (variabel Z) berpengaruh signifikan terhadap tingkat popularitas (variabel Y) sebesar 36,4%. Sedangkan kemunculan perilaku pemilih (variabel Z) menjadi variabel *moderating* dikarenakan angka yang diperoleh menjadi mengecil dengan angka 17,1%.

Kata Kunci: Pesan Persuasif, Popularitas Politik, Ganjar Pranowo

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE INFLUENCE OF MESSAGE IN @GANJAR_PRANOWO'S INSTAGRAM TOWARDS THE LEVEL OF POPULARITY IN Z GENERATION THROUGH VOTER BEHAVIOR

NATHANIEL EDRICK

ABSTRACT

Ganjar Pranowo, the Governor of Central Java, is one of the figures who is expected to continue his political trail as a presidential candidate in the 2024 election. It is reflected in the results of several survey institutions such as Y-Publica which shows that Ganjar Pranowo occupies the first position with 21.1%, Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) with 19.9%, and Poltracking with 31.57%. Based on those results, Ganjar Pranowo is a figure who has a great opportunity to participate in General Election 2024. This study aims to understand the influence of the message presented by Ganjar Pranowo in his Instagram through voter behavior on his popularity in Z Generation. The method used in this study is quantitative by testing correlation, partial & control test as an experiment to determine the effect of variables. The population obtained from Ganjar's followers is 4.7 million. There are 150 people from 17 to 29 years old, actively using Instagram, and knowing that Ganjar was one of the figures proclaimed to be participating in the political election 2024. The results of this study indicate that the power of the message (variable X) through voter behavior (variable Z) has a significant effect on the level of popularity (variable Y) with 36.4 percent. Meanwhile, the emergence of voter behavior (variable Z) became the moderating variable because the number obtained was reduced to 17.1 percent.

Keywords: Persuasive Message, Political Popularity, Ganjar Pranowo

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.5.3 Kegunaan Sosial	12
1.6 Keterbatasan Penelitian	12

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep atau Teori	18
2.2.1 Komunikasi Politik	18
2.2.2 Perilaku Pemilih	20
2.2.3 Media Baru & Politik	22

2.2.4 Pesan Persuasif	24
2.2.5 Tingkat Popularitas Politik	27
2.3 Hipotesis Operasional	31
2.4 Alur Penelitian	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis & Sifat Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Populasi & Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Operasional Variabel/Konsep	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Pengukuran Data	41
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Korelasi	44
3.7.2 Uji Normalitas	45
3.7.3 Uji Hipotesis	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
4.1 Subjek & Objek Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Akun Instagram @Ganjar_Pranowo	47
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Penjabaran Jawaban Responden	53
4.2.2 Uji Normalitas	58
4.2.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	59
4.2.4 Eksperimen (<i>Partial & Control Test</i>)	61

4.3 Pembahasan	63
BAB V SIMPULAN & SARAN	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademis	70
5.2.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Pembagian Generasi Z	1
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Operasional Variabel	35
Tabel 3.2	Kategori Skala Likert	42
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	43
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 3.5	Indikator Tingkat Reliabilitas	44
Tabel 3.6	Indikator Tingkat Hubungan	45
Tabel 4.1	Penjabaran Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2	Penjabaran Usia Responden	51
Tabel 4.3	Penjabaran Asal Daerah Responden	51
Tabel 4.4	Penjabaran Keaktifan Menggunakan Instagram	52
Tabel 4.5	Penjabaran <i>Followers</i> Ganjar Pranowo di Instagram	52
Tabel 4.6	Penjabaran Mengetahui Ganjar Sebagai Calon	53
Tabel 4.7	Tabulasi Data Responden Terkait Variabel X	54
Tabel 4.8	Tabulasi Data Responden Terkait Variabel Y	56
Tabel 4.9	Tabulasi Data Responden Terkait Variabel Z	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Path Analysis</i> (X - Y)	59
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Path Analysis</i> (X - Z)	60
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Path Analysis</i> (Z - Y)	60
Tabel 4.14	Hasil <i>R Square</i>	61
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Partial Test</i>	61
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Control Test</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Hasil Survei Development Technology Strategy (DTS)	8
Gambar 1.2	Hasil Survei Y-Publica	9
Gambar 2.1	Alur Penelitian	32
Gambar 4.1	Tampilan Muka Instagram Ganjar Pranowo	47
Gambar 4.2	Tampilan Kunjungan Diplomatik Saat Menemui Lawrence Wong, Menteri Keuangan Singapura	48
Gambar 4.3	Tampilan Kunjungan Informal Saat Menemui Salah Satu UMKM di Yogyakarta	49
Gambar 4.4	Tampilan Promosi UMKM #LapakGanjar	49
Gambar 4.5	<i>Partial Test (X - Z)</i>	62
Gambar 4.6	<i>Partial Test (Z - Y)</i>	62
Gambar 4.7	<i>Partial Test (X - Y)</i>	63
Gambar 4.8	Alur Penelitian Moderating	69



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER INSTRUMEN PENELITIAN	78
LAMPIRAN B. FORM KONSULTASI SKRIPSI	85
LAMPIRAN C. HASIL TES TURNITIN	87
LAMPIRAN D. CURRICULUM VITAE	88
LAMPIRAN E. DATA FREKUENSI RESPONDEN (VARIABEL X)	89
LAMPIRAN F. DATA FREKUENSI RESPONDEN (VARIABEL Y)	93
LAMPIRAN G. DATA FREKUENSI RESPONDEN (VARIABEL Z)	95
LAMPIRAN H. HASIL ANALISIS DESKRIPTIF	98

