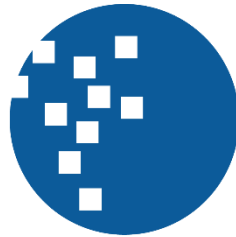


**POLA KONSUMSI MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI
POLITIK PEMILIH MUDA PADA PILKADA 2024**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Valesca Saputra

0000038002

PROGRAM STUDI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**POLA KONSUMSI MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI
POLITIK PEMILIH MUDA PADA PILKADA 2024**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Valesca Saputra

0000038002

PROGRAM STUDI JURNALISTIK

**MULTIMEDIA
NUSANTARA**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valesca Saputra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000038002

Program Studi : Jurnalistik

Skripsi dengan judul:

POLA KONSUMSI MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH MUDA PADA PILKADA 2024

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Januari 2025

UNIVERS
MULTIM
NUSANT



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Valesca Saputra'.

(Valesca Saputra)

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Skripsi dengan judul
**POLA KONSUMSI MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI POLITIK
PEMILIH MUDA PADA PILKADA 2024**

Oleh
Nama : Valesca Saputra
NIM : 00000038002
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 31 Januari 2025
Pukul 14.00 s.d 15.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Rossalyn Ayu Asmarantika, S.Hum., M.A.
0320058905

Penguji



Adi Wibowo Octavianto, S.sos., M.Si.
0329107501

Pembimbing



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D.
0309017603
Ketua Program Studi Jurnalistik



Samiaji Bintang Nusantara, S.T., M.A.
032403772

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Skripsi dengan judul

POLA KONSUMSI MEDIA DAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA PADA PILKADA 2024

Oleh

Nama : Valesca Saputra
NIM : 00000038002
Program Studi : Jurnalistik
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui dan diajukan pada Sidang Skripsi Universitas Multimedia
Nusantara

Tangerang, 2 November 2025

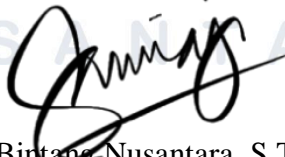
Pembimbing



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D.

0309017603

Ketua Program Studi Jurnalistik



Samiaji Bintang-Nusantara, S.T., M.A.

032403772

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

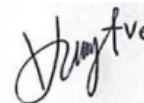
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Valesca Saputra
NIM : 00000038002
Program Studi : Jurnalistik
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pola Konsumsi Media Sosial dan Partisipasi
Politik Pemilih Muda pada Pilkada 2024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 23 Januari 2025



(Valesca Saputra)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pola Konsumsi Media dan Partisipasi Politik Pemilih Muda pada Pilkada 2024." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

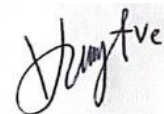
Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Samiaji Bintang Nusantara S.T., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini. Sekaligus Almarhum Ayah saya tercinta, Anton Saputra
6. Agapytus Edvaldo Sugiharto, selaku pacar saya yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat saya harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi politik dan partisipasi politik.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai bahan pertimbangan dalam memahami pola konsumsi media dan partisipasi politik generasi muda di Indonesia.

Tangerang, 23 Januari 2025



(Valesca Saputra)

Pola Konsumsi Media Sosial dan Partisipasi Politik Pemilih Muda pada Pilkada 2024

(Valesca Saputra)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi media sosial pemilih muda dan hubungannya dengan tipe partisipasi politik pada Pemilu dan Pilkada 2024. Fokus utama penelitian adalah pada penggunaan media sosial sebagai sumber utama informasi politik dan bagaimana keterlibatan pemilih muda dalam berbagai bentuk partisipasi politik, yaitu Voting Specialist, Campaigners, Communalists, Parochial Participants, dan Protest. Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan teknik pengambilan sampel non-probability sampling (convenience sampling), dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Data dikumpulkan dari 400 responden pemilih muda yang aktif menggunakan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pola konsumsi media sosial yang tinggi, terutama pada platform TikTok, Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, dan WhatsApp. Partisipasi politik dalam bentuk pemberian suara (Voting Specialist) menjadi yang paling dominan, diikuti oleh keterlibatan dalam kampanye (Campaigners) dan diskusi komunitas (Communalists). Selain itu, ada juga kelompok pemilih yang hanya terlibat dalam konsumsi informasi tanpa keterlibatan aktif (Parochial Participants) serta mereka yang lebih fokus pada aksi protes (Protest). Temuan ini mendukung teori Uses and Gratifications (U&G), yang menyatakan bahwa pemilih muda menggunakan media sosial tidak hanya untuk mencari informasi politik tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan ekspresi politik, interaksi sosial, dan keterlibatan dalam diskusi publik. Media sosial terbukti menjadi alat utama dalam mendorong partisipasi politik, meskipun faktor lain juga turut berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan adanya eksplorasi lebih lanjut mengenai faktor tambahan yang dapat meningkatkan keterlibatan politik pemilih muda.

kata kunci : pola konsumsi media sosial, partisipasi politik, pemilih muda, media sosial, Pilkada 2024.

Social Media Consumption Patterns and Political Participation of Young Voters in the 2024 Regional Elections

(Valesca Saputra)

ABSTRACT

This study aims to analyze the social media consumption patterns of voters and synchronization with the type of political participation in the 2024 General Election and Regional Election. The main focus of the study is on the use of social media as the main source of political information and how voters are involved in various forms of political participation, namely Voting Specialists, Campaigners, Communalists, Parochial Participants, and Protest. This study uses a survey method, with a non-probability sampling technique (convenience sampling), and is analyzed using descriptive analysis. Data were collected from 400 young voter respondents who actively use social media. The results of the study show that most respondents have high social media consumption patterns, especially on the TikTok, Instagram, Facebook, X (Twitter), YouTube, and WhatsApp platforms. Political participation in the form of voting (Voting Specialists) is the most dominant, followed by involvement in campaigns (Campaigners) and community discussions (Communalists). In addition, there are also groups of voters who are only involved in consuming information without active involvement (Parochial Participants) and those who focus more on protest actions (Protest). These findings support the Uses and Gratifications (U&G) theory, which states that young voters use social media not only to seek political information but also to fulfill the needs of political expression, social interaction, and engagement in public discussions. Social media has been shown to be a primary tool in encouraging political participation, although other factors also play a role. Therefore, this study suggests further exploration of additional factors that may increase young voters' political engagement.

Keywords: *media consumption patterns, political participation, new voters, social media, 2024 regional elections.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.2. Pertanyaan Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5.1. Manfaat Akademis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	9
1.5.3. Manfaat Sosial	9
BAB II	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori dan Konsep	16
2.2.1 Teori Uses and Gratification	16
2.2.3 Partisipasi Politik	17
2.2.4 Pola Konsumsi Media	20
2.3. Kerangka Alur Penelitian	22
BAB III	24
3.1. Paradigma	24
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian	24
3.3. Metode Penelitian	25

3.4.	Populasi dan Sampel	26
3.5.	Operasionalisasi Variabel Konsep	28
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7.	Teknik Pengukuran Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8.	Teknik Analisis Data	38
3.9.	Rata – rata Hitung (Mean)	39
BAB IV		41
4.1	Subjek/Objek Penelitian	41
4.2	Hasil Penelitian	42
4.2.1	Variabel X (Pola Konsumsi Media)	43
4.2.2	Variabel Y (Partisipasi Politik)	60
4.2.3	Matriks Tipe Partisipasi Politik	67
4.2.4	Tipe Partisipasi Politik dan Teori Uses & Gratification	76
4.3	Pembahasan	77
4.3.1	Analisis Tipe Partisipasi Politik dan Pola Konsumsi Media Sosial	77
BAB V		80
5.1.	Simpulan	80
5.2.	Saran	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	37
Tabel 4.1 Usia Responden.....	41
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4.3 Respon Pernyataan X1.....	43
Tabel 4.4 Respon Pernyataan X2.....	44
Tabel 4.5 Respon Pernyataan X3.....	45
Tabel 4.6 Mean Respon Pernyataan Frekuensi X4.....	47
Tabel 4.7 Hasil Pengujian SPSS Pertanyaan X4.....	48
Tabel 4.8 Mean Respon Pernyataan Frekuensi Jenis Media yang Digunakan.....	48
Tabel 4.9 Respon Pernyataan X5.....	51
Tabel 4.10 Respon Pernyataan X6.....	52
Tabel 4.11 Respon Pernyataan X7.....	52
Tabel 4.12 Respon Pernyataan X8.....	53
Tabel 4.13 Respon Pernyataan X9.....	54
Tabel 4.14 Respon Pernyataan X10.....	55
Tabel 4.15 Mean Respon Pernyataan Frekuensi Pencarian Informasi.....	56
Tabel 4.16 Respon Pernyataan X11.....	58
Tabel 4.17 Respon Pernyataan X12.....	58
Tabel 4.18 Respon Pernyataan X13.....	59
Tabel 4.19 Respon Pernyataan X14.....	60
Tabel 4.20 Mean Respon Pernyataan Partisipasi Politik.....	61
Tabel 4.21 Respon Pernyataan Y1.....	63
Tabel 4.22 Respon Pernyataan Y2.....	64
Tabel 4.24 Respon Pernyataan Y4.....	66
Tabel 4.25 Respon Pernyataan Y5.....	66
Tabel 4.26 Matriks Tipe Partisipasi Politik Voting Specialist.....	67
Tabel 4.27 Matriks Tipe Partisipasi Politik Campaigners.....	69
Tabel 4.28 Matriks Tipe Partisipasi Politik Communalists.....	71
Tabel 4.29 Matriks Tipe Partisipasi Politik Parochial Participants.....	73
Tabel 4.30 Matriks Tipe Partisipasi Politik Protest.....	74

DAFTAR GAMBAR

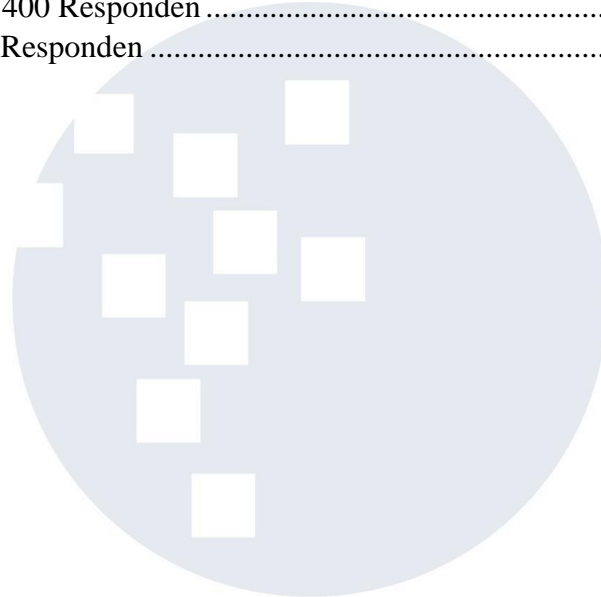
Gambar 1.1 Jumlah Pemilih Pemilu 2024	2
Gambar 1.2 Durasi Penggunaan Internet per Hari	5
Gambar 2.1 Kerangka Alur Penelitian	22



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner	87
Hasil Uji Validitas Pola Konsumsi Media	92
Hasil Uji Validitas Partisipasi Politik	95
Hasil Uji Reliabilitas Pola Konsumsi Media	96
Hasil Uji Reliabilitas Partisipasi Politik.....	96
Hasil Kuesioner 400 Responden	97
Bukti Pencarian Responden	108



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA