

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM  
MENINGKATAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA  
MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS ANDALAS PADA PEMILIHAN  
UMUM PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN TAHUN 2019**

**SKRIPSI**

*Oleh:*

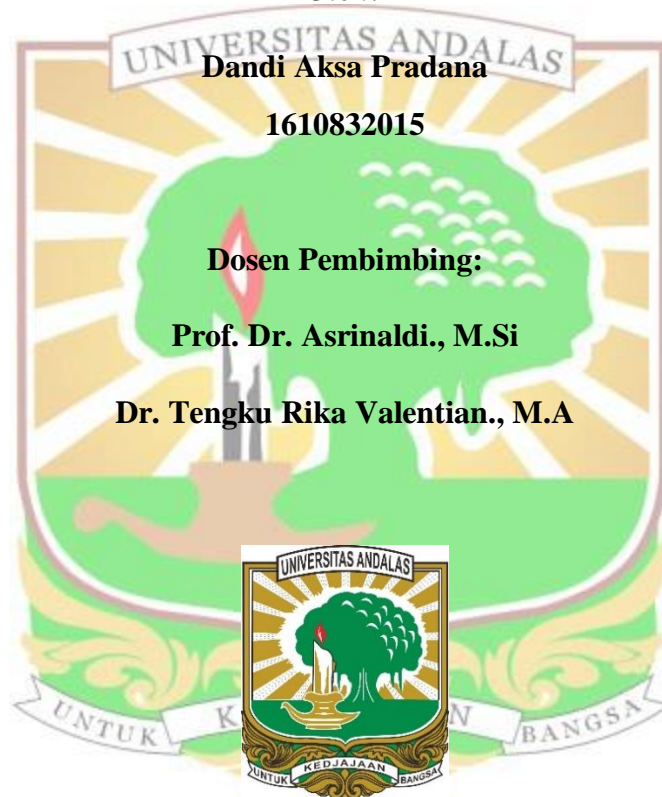
**Dandi Aksa Pradana**

**1610832015**

**Dosen Pembimbing:**

**Prof. Dr. Asrinaldi., M.Si**

**Dr. Tengku Rika Valentian., M.A**



**DEPARTEMEN ILMU POLITIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2023**

## ABSTRAK

Skripsi ini dilatar belakangi dari fenomena meningkatnya partisipasi politik pada pemilihan umum Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2019. Dalam skripsi ini membahas bagaimana peran media sosial dalam peningkatan partisipasi politik. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification dengan tiga variabel bebas, yaitu penggunaan media sosial *Collaborative Project* (X1), penggunaan media sosial *blog and microblogging and social network* (X2), dan *Content Communities* (X3) dengan variabel terikat yaitu partisipasi politik pemilih pemula mahasiswa FISIP pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian *Survey*. Data dikumpulkan dengan pembagian kuesioner secara *Daring*, responden nya merupakan mahasiswa FISIP yang berstatus sebagai pemilih pemula pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden pada tahun 2019. Sedangkan analisis menggunakan program SPSS 25 dengan tabel analisis frekuensi. Temuan data dilapangan memperlihatkan, bahwa penggunaan media sosial *collaborative project* (X1), *Blog dan microblogging* (X2), dan *Content Communities* (X3) dengan nilai signifikan  $>0,05$  X1;0.758, X2;0.801, dan X3;0.678. Tidak mempengaruhi partisipasi politik pemilih pemula, yang artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima.

**Kata Kunci : Partisipasi Politik, Pemilih Pemula, Media Sosial**



## ABSTRACT

This thesis is based on the phenomenon of increasing political participation in the 2019 Presidential and Vice Presidential elections. This thesis discusses how the role of social media in increasing political participation. This study uses the uses and gratification theory with three independent variables, namely the use of social media Collaborative Project (X1), the use of social media blogs and microblogging and social networks (X2), and Content Communities (X3) with the dependent variable being the political participation of novice voters of FISIP students in 2019. This research uses a quantitative approach with a Survey research design. The data was collected by distributing questionnaires online, the respondents were FISIP students who were novice voters in the 2019 Presidential and Vice Presidential elections. While the analysis uses the SPSS 25 program with a frequency analysis table. The findings of the data in the field show that the use of social media collaborative projects (X1), Blogs and microblogging (X2), and Content Communities (X3) with a significant value  $> 0.05$  X1; 0.758, X2; 0.801, and X3; 0.678. Does not affect the political participation of novice voters, which means  $H_a$  is rejected and  $H_o$  is accepted.

**Keywords: Political Participation, Novice Voters, Social Media**

