

PENGARUH PERSEPSI DAN TERPAAN PADA TAGAR #2019GANTIPRESIDEN TERHADAP PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA MAHASISWA AKMRTV JAKARTA

¹Choyrull Ariefin, ² Ramita Hapsari

choyrul.arifin@gmail.com, ramita_hapsari@staff.gunadarma.ac.id

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence of perception and exposure to hashtag #2019GantiPresiden on the political participation of novice voters AKMRTV Jakarta students. This study uses the uses and gratifications theory. The method used by the writer in this research is quantitative method. The population contained in this study were 390 AKMRTV Jakarta students. The sample used in this study using an error of 5% to 198 and this study used a sample of 198 people who will be respondents. For the sampling technique the author uses the t count technique with the Slovin formula. Based on the discussion that has been described, the author can draw the conclusion that perception and exposure have an influence on political participation of novice voters. The relationship between the three variables is stated to be included in a very strong category relationship, this is evidenced by hypothesis testing using the T test that H1 and H2 are accepted which means there is an influence between perception and exposure to political participation. The calculation of the coefficient of determination test with the number R Square is 0.521% or equal to 52.1%. So the perception and exposure have an influence on the political participation of beginner voters of Jakarta AKMRTV students.

Key words : *Influence of Perception, exposure, Political Participation, Beginner Voters*

PENDAHULUAN

Terpaan media itu menyangkut seberapa banyak media berhasil menjangkau publik, dan berapa banyak jumlah orang yang membaca koran, mendengarkan radio atau menonton televisi. Menurut Blumler penggunaan sebuah isi media menimbulkan harapan tertentu dari pengguna media massa atau sumber-sumber lain, yang berakibat pada pola terpaan media yang berlainan

(atau keterlibatan-keterlibatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain yang mungkin tidak diinginkan (Rahmat, 2002).

Pemilihan umum pada sebuah negara demokrasi, sudah menjadi rutinitas dalam menentukan regenerasi kepemimpinan. Partisipasi politik khususnya pemberian suara dalam pemilihan umum merupakan kunci menuju pemerintahan yang demokratis.

Pada momen pemilu itulah, masyarakat dapat berpartisipasi dalam menentukan pemimpinnya.

Rekaman tweetreach mencatat tagar #2019GantiPresiden hanya dapat menjangkau 76.44. Eksposurnya tidak jauh berbeda dengan #Jokowi2Periode, yakni mencapai 157.718 impresi. Menariknya, karakteristik eksposur dari #2019GantiPresiden cenderung berbeda dengan #Jokowi2Periode. Sebanyak 42 persen berasal dari akun dengan jumlah pengikut kurang dari seribu. Sementara itu, kategori pengikut dari 100 mencapai 38 persen. Top contributor untuk #2019GantiPresiden menurut Tweetreach adalah akun @roninpribumi. Akun ini mampu memberi 78,1 ribu impresi di percakapan twitter untuk #2019GantiPresiden. Dalam Analitik keyhole.co terkait #2019GantiPresiden, akun @MardaniAliSera menjadi salah satu akun top pemberi impresi dan eksposur. Akun itu mampu memberi 1,21 juta impresi dan 1,34 juta eksposur.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Satya Wacana, Poppy Agustin Pienarso pada tahun 2014 dengan judul: "Pengaruh Terpaan Media Massa Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Salatiga (Studi Pengaruh Media Massa yang Digunakan KPU Salatiga Sebagai Media Sosialisasi Dalam Pileg 2014)", penelitian ini menggunakan variabel X (Terpaan) dan variabel Y

(Partisipasi politik). Dengan hasil penelitian terpaan media massa terhadap partisipasi politik di Salatiga dan pengaruhnya sebesar 8,2 %.

Perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, terdapat pada media twitter dan lebih fokus pada Pengaruh Terpaan dan Persepsi Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.

KERANGKA TEORI

Komunikasi Massa

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Hafied Cangara, 2016).

Menurut Joseph A Devito (Ardianto, 2004), komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Mengacu pada definisi di atas, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak banyak yang dilakukan dilakukan melalui media massa ,seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, film dan buku.

Internet Sebagai Media Baru (New Media)

Media massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah “Media Baru” telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Terpaan

Terpaan media menurut Rosengren (1974), adalah penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi dari individu. Berikut penjelasan mengenai ukuran terpaan media tersebut :

1. Frekuensi
2. Durasi
3. Atensi

Persepsi

Menurut Bimo Walgito (1990), persepsi adalah suatu kesan terhadap suatu obyek yang diperoleh melalui proses penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap obyek tersebut yang diterima oleh individu, sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas integrated dalam diri individu. Pendapat ini tidak bertentangan dengan pendapat sebelumnya, tetapi justru lebih menjelaskan proses terjadinya yaitu setelah penyerapan maka gambaran-gambaran yang diperoleh lewat panca indera itu kemudian diorganisir, kemudian diinterpretasi (ditafsirkan) sehingga mempunyai arti atau makna bagi individu, sedang proses terjadinya persepsi tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas dalam diri individu.

Partisipasi Politik

Partisipasi politik adalah salah satu aspek penting suatu demokrasi. Partisipasi politik merupakan ciri khas dari modernisasi politik. Adanya keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah menyangkut dan mempengaruhi kehidupan warga negara, maka warga negara berhak ikut serta menentukan isi keputusan politik. Oleh karena itu yang dimaksud dengan partisipasi politik menurut Huntington dan Nelson yang dikutip oleh Cholisin (2007) adalah kegiatan warga Negara yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang dimaksud untuk mempengaruhi

pembuatan keputusan oleh pemerintah.

Teori Uses And Gratifications

Uses and Gratifications model meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan uses and gratification memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. Model-model kegunaan dan gratifikasi dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjadikan pengguna media oleh individu atau kelompok-kelompok individu.

Model-model ini menyajikan kerangka bagi sejumlah studi yang berbeda-beda termasuk Katz dan Gurevitch yang menggunakan riset kegunaan dan gratifikasi untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan berbagai media dilihat dari fungsi dan karakteristik lainnya. Penelitian ini menghasilkan sebuah model sederhana yang memperlihatkan bagaimana sebagian besar media itu memiliki kesamaan (Ardianto dan Erdinaya, 2004).

Model ini dimulai dengan lingkungan sosial (social environment) yang menentukan kebutuhan kita. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian.

Kebutuhan individual (individual's needs) dikategorisasikan sebagai kebutuhan kognitif (cognitive needs), kebutuhan afektif (affective needs), kebutuhan integratif personal (personal integrative needs), kebutuhan integratif sosial (social integrative needs), dan kebutuhan pelepasan (escapist needs). Penjelasan adalah sebagai berikut (Effendy, 2003) :

1. Cognitive needs (kebutuhan kognitif) Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.
2. Affective needs (kebutuhan afektif) Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.
3. Personal integrative needs (kebutuhan pribadi secara integratif) Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. Social integrative needs (kebutuhan sosial secara integratif) Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan

kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafilitasi

5. Escapist needs (kebutuhan pelepasan) Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman

Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara Terpaan Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.
 H_a = Terdapat pengaruh antara Terpaan Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.
2. H_0 = Tidak Terdapat pengaruh antara Persepsi Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.
 H_a = Terdapat pengaruh antara Persepsi Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.

3. H_0 = Tidak Terdapat pengaruh Terpaan dan Persepsi Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.
 H_a = Terdapat pengaruh Terpaan dan Persepsi Pada Tagar #2019GantiPresiden Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Mahasiswa AKMRTV Jakarta.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif kuesioner skala likert dengan penilaian 1-4.

Populasi adalah mahasiswa AKMRTV Jakarta yang berjumlah 400 warga. Peneliti menggunakan teknik penarikan sample yaitu teknik *Random Sampling*. Dalam jumlah besaran sampel, penelitian ini mendapat data bahwa jumlah Siswa. Untuk menentukan sampel yang akan dijadikan responden. Maka peneliti memakai *Rumus Slovin*, dengan tingkat kesalahan 10% maka sampel yang dapat disebarkan kuesioner 198 responden.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$= \frac{390}{1 + 290(0,5)^2}$$
$$= 197,46$$
$$= 198$$

Teknik Analisis Data

Uji Pengolahan dan Analisis Data

Setelah semua data terkumpul maka dilakukan pengaturan mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikan. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan statistik bantuan program *IBM Statiscstical Product Service Solution (SPSS) VERSI 24.0*. Analisis data dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis, dan menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian.

Uji Valisitas Data

Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur

yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menggunakan program *IBM Statiscstical Product Service Solution (SPSS) VERSI 24.0*. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,10) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliable atau tidak.

Perhitungan reliabilitas hanya dapat dilakukan apabila semua item sudah teruji valid. Suatu kuesioner dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten / stabil dari waktu ke waktu. Atau sejumlah temuan-temuan penelitian dapat direplikasikan, jika penelitian dilakukan ulang maka akan menghasilkan kesimpulan yang sama.

Reabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukurannya. Untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* diukur berdasarkan skala *alpha cronbach's* 0 sampai 1. Dengan menggunakan *alpha cronbach* sebagai berikut :

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{Si^2} \right\}$$

Keterangan :

- ri : Koefisien reabilitas *alpha cronbach*
- k : Jumlah item pertanyaan
- $\sum Si^2$: Jumlah varians item
- Si^2 : varians total

Untuk menginterpretasikan tingkat reliabilitas instrumen dapat ditentukan berdasarkan kriteria besarnya korelasi yang disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.3. Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Korelasi
0,000-0,200	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah / lemah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Tinggi / kuat
0,800-0,999	Sangat tinggi / kuat
1,000	Sempurna

Uji Normalitas

Digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan pada pengujian kebermaknaan (signifikan) Koefisien regresi. dalam Program SPSS VERSI 24.0 dan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov Test* dengan pengukuran tingkat signifikan 10%. Penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi normal jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 10% atau 0,10. Dari data dalam penelitian ini dapat dinyatakan bahwa semua variabel data sudah terdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2,...Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari

variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

b_nX_n

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R square) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini untuk mencari hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program statistik *IBM Statistical Product Service Solution* (SPSS) VERSI 24.0.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Imam Ghozali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Di dalam

penelitian ini uji t digunakan untuk menguji hipotesis H_a yaitu pengaruh terpaan dan persepsi pada tagar #2019GantiPresiden terhadap partisipasi politik pemilih pemula mahasiswa AKMRTV Jakarta. (Imam Ghozali, 2011:101). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menurut Imam Ghozali (2011:101) jika nilai Sig. $< 0,05$ maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Adapun prosedur

pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis statistik yang digunakan :
Ho : $b_1 = 0$
Ho : $b_1 \neq 0$
2. Level of significance (α) :
0,05 dengan $df = (n - k - 1)$
3. Nilai statistic F hitung rumus Rangkuti (2007 : 165) adalah:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

R² = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel independen

n = banyak sampel

4. Kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis adalah :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$:
maka H₀ ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$:
maka H₀ diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

#2019GantiPresiden

diperkenalkan oleh politikus dari Partai Keadilan Sejahtera yaitu Mardani Ali Sera dengan tujuan untuk memberikan pendidikan politik kepada masyarakat pernyataan Mardani diperkuat dengan pernyataan Presiden Partai Keadilan Sejahtera Sohibul Iman. Sebelumnya, sebuah gerakan bernama sama juga diluncurkan oleh Mardani di akun Twitter pribadinya

pada 27 Maret 2018. Mardani menyebutkan bahwa tagar ini meniru kesuksesan pemain Liverpool Mohamed Salah. Mardani juga menyebut tagar ini merupakan antitesis dari kampanye pendukung Joko Widodo di media sosial. Sejumlah kegiatan yang berkaitan dengan gerakan ini dilancarkan. Terdapat ajakan kepada masyarakat untuk bersama-sama mengenakan kaus #2019GantiPresiden pada hari bebas kendaraan bermotor 29 April, namun polisi membantah adanya ajakan tersebut.

Pada penelitian yang saya lakukan pada mahasiswa AKMRTV Jakarta menunjukkan bahwa responden yang merupakan pemilih pemula dan mengetahui #2019GantiPresiden yaitu Pria dan Wanita. Pria sebanyak 103 orang dengan persentase 52,28%, sedangkan Wanita sebanyak 95 orang dengan persentase 47,72%.

Pada penelitian yang saya lakukan, menunjukkan bahwa hasil pengujian dari output SPSS *model summary* diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,521. Besarnya angka koefisien determinasi (R square) 0,521 sama dengan 52,1 Angka tersebut mengandung arti bahwa Pengaruh Terpaan dan Persepsi pada tagar #2019GantiPresiden terhadap Partisipasi Politik pemilih pemula mahasiswa AKMRTV Jakarta sebesar 52,1%. Sedangkan sisanya (100% - 52,1% = 47,9%) 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Dengan pengujian tingkat signifikan uji t terhadap variabel Y partisipasi politik pemilih pemula memiliki nilai signifikan $< 0,10$ dan $t_{hitung} > 1,972$ (nilai t_{tabel}) yang artinya secara individu berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Dari keseluruhan tanggapan responden diatas, peneliti mendapatkan hasil yang diperoleh dari teknik analisis linier berganda yang menyatakan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 13,022 Artinya adalah apabila X1 (Persepsi), dan X2 (Terpaan) diasumsikan nol (0), maka Y (Partisipasi Politik) bernilai 13,022
2. Koefisien Regresi Variabel Persepsi (X1) sebesar 0,231 menggambarkan bahwa Persepsi mempunyai pengaruh positif terhadap Partisipasi Politik. Dengan arti setiap perubahan 1 satuan variabel, maka akan meningkatkan persepsi sebesar 0,231 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien Regresi Variabel (X2) sebesar 0,225 menggambarkan bahwa Terpaan mempunyai pengaruh positif terhadap Partisipasi Politik. Dengan arti setiap perubahan 1 satuan variabel partisipasi politik, maka akan meningkatkan partisipasi politik sebesar 0,225 dengan asumsi variabel lain tetap.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dalam bab ini peneliti

dapat menyimpulkan pembahasan terkait dengan masalah penelitian dan hasil penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan uraian dan pengujian hipotesis yang dilakukan dan menjawab rumusan masalah yang telah dibuat maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh terpaan pada tagar #2019GantiPresiden terhadap partisipasi politik pemilih pemula mahasiswa AKMRTV Jakarta.
2. Terdapat pengaruh persepsi pada tagar #2019GantiPresiden terhadap partisipasi politik pemilih pemula mahasiswa AKMRTV Jakarta.
3. Terdapat pengaruh terpaan dan persepsi pada tagar #2019GantiPresiden terhadap partisipasi politik pemilih pemula mahasiswa AKMRTV Jakarta.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pihak #2019GantiPresiden untuk tidak memberitakan hal yang buruk di media sosial yang dapat menimbulkan konflik antar pengguna media sosial.
2. Disarankan untuk para pengguna media sosial agar mencari informasi lebih di media lain agar tidak mudah terpengaruh oleh berita HOAX yang sering

muncul di media sosial terutama twitter.

3. Peneliti juga menyarankan agar penelitian berikutnya dengan penelitian ini sebagai referensi menggunakan teori yang lain, Dengan harapan akan menghasilkan persepsi tentang makna yang luas dan lengkap. Dan juga untuk peneliti lain agar dapat meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi partisipasi politik atau media lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto dan Erdinaya, 2004. *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cholisin. 2007. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Yogyakarta: UNY Press
- Hadi, Mulya. 2010. *Twitter untuk Orang Awam*. Palembang: Maxikom
- husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- P. Robbins, Stephen. 2003, *Organizational Behaviour, Tenth Edition (Perilaku Organisasi Edisi Ke Sepuluh)*, Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan, Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Rahman.H.I. 2007. *Sistem Politik Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:
- Pienarso, Poppy Agustin. 2014. "PENGARUH TERPAAN MEDIA MASSA TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DI SALATIGA". Salatiga: Universitas Satya Wacana.
- <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/28/08065821/pro-kontra-gerakan-2019gantipresiden-dan-bagaimana-menyikapinya?page=all>
15 Maret 2019
- <https://twitter.com/hashtag/2019ganti-presiden> 19 Maret 2019
- <https://news.detik.com/kolom/d-4292837/daftar-pemilih-yang-tak-kunjung-selesai>
25 Maret 2019
- http://ditpolkom.bappenas.go.id/base_dir/Artikel/067.%20Memetakan%20Minat%20Pemilih%20Pemula.pdf 25 Maret 2019