

**PREFERENSI GENERASI MILLENIAL PULAU JAWA DALAM
MENGAKSES INFORMASI PEMILIHAN UMUM 2024 MELALUI MEDIA
SOSIAL**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

VANNES KRISDIANTONO

14230230041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

**PREFERENSI GENERASI MILLENNIAL PULAU JAWA DALAM
MENGAKSES INFORMASI PEMILIHAN UMUM 2024 MELALUI MEDIA
SOSIAL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

VANNES KRISDIANTONO

14230230041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vannes Krisdiantono

NRP : 1423020041

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**PREFERENSI GENERASI MILLENNIAL PULAU JAWA DALAM
MENGAKSES INFORMASI PEMILIHAN UMUM 2024 MELALUI MEDIA
SOSIAL**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 10 Januari 2024

Penulis



Vannes Krisdiantono

NRP. 1423020041

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PREFERENSI GENERASI MILLENNIAL PULAU JAWA DALAM
MENGAKSES INFORMASI PEMILIHAN UMUM 2024 MELALUI MEDIA
SOSIAL**

Oleh:

VANNES KRISDIANTONO

NRP: 1423020041

Penulisan proposal komunikasi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan proposal komunikasi untuk di ajukan ke tim penguji penulisan proposal komunikasi

Pembimbing I : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 072505870

Pembimbing II : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

Penulisan Proposal Komunikasi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Proposal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi pada : Rabu, 10 Januari 2024

Pada

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dekan,

Brigitta Revia Sandy F, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN.0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

(.....)

NIDN. 0715108903

2. Sekretaris : Theresia Intan Putri Hartiana, S. Sos., M.I.Kom.

(.....)

NIDN. 0725058704

3. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

(.....)

NIDN. 0702087602

4. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

(.....)

NIDN. 0719078401

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : VANNES KRISDIANTONO

NRP : 1423020041

Menyetujui karya ilmiah saya

Judul : **Preferensi Generasi Millennial Pulau Jawa dalam Mengakses Informasi Pemilihan Umum 2024 melalui Media sosial**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Vannes Krisdiantono

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Stay positive and happy. Work hard and don’t give up hope. Be open to criticism and keep learning. Surround yourself with happy, warm and genuine people.” (Tetap positif dan bahagia. Bekerja keras dan tidak kehilangan harapan. Terbuka terhadap kritik dan tetap belajar. Kelilingi dirimu dengan orang-orang yang bahagia, hangat, dan sejati.) -Tena Desae-

Hingga ada di titik ini, saya sangat bersyukur dan berterima kasih kepada banyak pihak terutama yang sudah memberi dukungan penuh dan kopi untuk saya begadang menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Meskipun saya melewati berbagai rintangan, jatuh bangun dalam proses perkuliahan, hingga ada di detik detik menuju semester akhir. Tidak ada yang saya sesali selama berada di kampus tercinta Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan tujuan saya untuk menuntut ilmu dan mewujudkan cita serta harapan kedua orang tua. Tidak ada proses yang mengkhianati hasil, itu yang selalu saya tanamkan di hati maupun pikiran saya.

KATA PENGANTAR

Pertama tama periset ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya periset dapat menyelesaikan penulisan proposal komunikasi yang berjudul Preferensi Generasi Millennial Pulau Jawa dalam Mengakses Informasi Pemilihan Umum 2024 Melalui Media Sosial.

Penulisan proposal komunikasi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus dilalui untuk menuntaskan studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Di balik terselesaikannya proposal karya ilmiah ini, terdapat banyak pihak yang telah terlibat dan membantu serta mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya laporan ini dapat terselesaikan
2. Ayah dan Ibu selaku orang tua periset yang telah membiayai uang kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Theresia Intan Putri Hartianan, S.Sos., M.I.Kom. yang telah memberikan masukan kepada laporan ini.
4. Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom yang telah memberikan masukan kepada laporan ini.

5. Laptop yang telah berjuang keras untuk selalu menyala dan tidak memberikan hambatan apapun.
6. Terima kasih kepada Anastasya Bella Elvira karena sudah membantu memberikan saran untuk penelitian ini.

Akhir kata periset menyadari bahwa karya ilmiah ini sangatlah kurang sempurna, peneliti menerima saran dan berterima kasih atas segala saran yang positif guna menyempurnakan penelitian ini. Besar harapan peneliti bahwa penelitian ini dapat berguna bagi Fakultas Ilmu Komunikasi dan dapat menjadi bahan referensi bagi angkatan-angkatan berikutnya di Fakultas Ilmu Komunikasi Univeritas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 10 Januari 2024

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping, fluid strokes that form a stylized, abstract shape.

Vannes Krisdiantono

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	II
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	III
HALAMAN PERSETUJUAN.....	IV
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
SURAT PERNYATAAN	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR BAGAN	XVII
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIX
ABSTRAK	XX
ABSTRACT	XXI
BAB I PENDAHULUAN.....	XXI
1.2 RUMUSAN MASALAH	15
1.3 TUJUAN PENELITIAN	16

1.4	BATASAN MASALAH	16
1.5	MANFAAT PENELITIAN	16
1.5.1	<i>Manfaat Sosial</i>	16
1.5.2	<i>Manfaat Akademis</i>	16
1.5.3	<i>Manfaat Praktis</i>	16
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS		18
II.1	PENELITIAN TERDAHULU	18
II.2	KERANGKA TEORI.....	22
II.2.1	<i>Uses and Gratification</i>	22
II.2.2	<i>Preferensi Media</i>	23
II.2.3	<i>Audiens Aktif</i>	24
II.2.4	<i>Generasi Millenial</i>	25
II.2.5	<i>Pemilihan Umum</i>	27
II.2.6	<i>Media Sosial</i>	29
II.2.6.2	<i>Blog</i>	31
II.2.6.3	<i>Social Network</i>	31
II.7	NISBAH ANTAR KONSEP	33
II.7	Bagan Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
III.1	PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN	36
III.2	METODE.....	37

III.3 IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN.....	37
III.4 DEFINISI KONSEPTUAL	37
III.5 DEFINISI OPERASIONAL	38
III.3.6 POPULASI DAN SAMPEL	44
<i>III.3.6.1 Populasi</i>	44
<i>III.3.6.2 Sampel</i>	44
III.3.8 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	46
III.3.9 TEKNIK VALIDITAS DAN RELIABILITAS	46
<i>III.3.9.1 Teknik Validitas</i>	46
<i>III.3.9.2 Teknik Reliabilitas</i>	47
<i>III.3.10 Teknik Analisis Data</i>	47
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
IV.1. GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN.....	49
IV.2. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	51
IV.3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
IV.3.1. DESKRIPSI IDENTITAS RESPONDEN	52
<i>IV.3.1.1. Identitas Berdasarkan Provinsi Tempat Tinggal</i>	52
<i>IV.3.1.2 Identitas Berdasarkan Usia</i>	54
<i>IV.3.1.3 Identitas Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir</i>	55
<i>IV.3.1.4 Identitas Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini</i>	55

IV.3.1.5 Identitas Berdasarkan Pengeluaran Internet per Bulan.....	57
IV.3.2. SELECTIVE EXPOSURE	58
IV.3.2.1 Peserta Pemilihan Umum 2024 yang Sering di Akses.....	59
IV.3.2.2 Jenis Informasi Pemilihan Umum Yang Sering Dicari.....	61
IV.3.2.3 Seringnya Mengakses Informasi di Media Sosial.....	63
IV.3.2.4 Waktu yang di Habiskan Ketika Mengakses Media Sosial dalam Mencari Informasi Pemilihan Umum 2024 dalam Satu Hari.....	64
IV.3.2.5 Preferensi Jenis Media Sosial Apa Yang Sering Diakses atau Gunakan	65
IV.3.2.6 Preferensi Aplikasi Social Network Apa yang Sering Digunakan	67
IV.3.2.6.1 Preferensi Tujuan Menggunakan Instagram	68
IV.3.2.6.2 Preferensi Tujuan Menggunakan Tiktok	69
IV.3.2.6.3 Preferensi Tujuan Menggunakan Facebook.....	70
IV.3.2.7 Preferensi Aplikasi Online Communities and Forum Apa yang Sering Digunakan.....	71
IV.3.2.7.1 Preferensi Tujuan Menggunakan Telegram.....	73
IV.3.2.7.2 Preferensi Tujuan Menggunakan Facebook Messenger.....	75
IV.3.2.7.3 Preferensi Tujuan Menggunakan Line.....	76
IV.3.3. TABULASI SILANG.....	77
IV.3.3.1. Tabulasi Silang antara Identitas Responden dengan selective exposure	77

IV.3.3.1.1 Tabulasi Silang antara Domisili Responden dengan <i>selective exposure</i>	78
IV.3.3.1.2 Tabulasi Silang antara Usia Responden dengan <i>Media Exposure</i> .	84
IV.3.3.1.3 Tabulasi Silang antara Tingkat Pendidikan Terakhir Responden dengan <i>Media Exposure</i>	89
IV.3.3.1.4 Tabulasi Silang antara Pekerjaan Saat Ini Responden dengan <i>Media Exposure</i>	95
IV.3.4. SELECTIVE PERCEPTION	99
IV.3.5. KEBUTUHAN INFORMASI PEMILIHAN UMUM 2024 MELALUI MEDIA SOSIAL	100
BAB V.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
V.1. KESIMPULAN.....	106
V.2. SARAN.....	106
V.2.1. <i>Saran Akademis</i>	106
V.2.2. <i>Saran Praktis</i>	107
LAMPIRAN 1	115
LAMPIRAN 2.....	122
LAMPIRAN 3.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel. IV. 1.....	49
Tabel. IV. 2.....	53
Tabel. IV. 3.....	54
Tabel. IV. 4.....	55
Tabel. IV.5.....	56
Tabel. IV. 6.....	58
Tabel. IV. 7.....	59
Tabel. IV. 8.....	61
Tabel. IV. 9.....	63
Tabel. IV. 10.....	65
Tabel. IV. 11.....	66
Tabel. IV. 12.....	67
Tabel. IV. 13.....	69
Tabel. IV. 14.....	70
Tabel. IV. 15.....	71
Tabel. IV. 16.....	72
Tabel. IV. 17.....	73
Tabel. IV. 18.....	75
Tabel. IV. 19.....	76
Tabel. IV. 20.....	78
Tabel. IV. 21.....	79

Tabel. IV. 22.....	81
Tabel. IV. 23.....	83
Tabel. IV. 24.....	84
Tabel. IV. 25.....	86
Tabel. IV. 26.....	87
Tabel. IV. 27.....	88
Tabel. IV. 28.....	89
Tabel. IV. 29.....	91
Tabel. IV. 30.....	92
Tabel. IV. 31.....	93
Tabel. IV. 32.....	95
Tabel. IV. 33.....	96
Tabel. IV. 34.....	97
Tabel. IV. 35.....	98
Tabel. IV. 36.....	101
Tabel. IV. 37.....	102

DAFTAR BAGAN

II.7 Bagan Kerangka Konseptual	35
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sumber Informasi Pemilihan Muda.....	4
Gambar 1. 2 Akun tiktok Ganjar Pranowo ziarah makam Sunan Muria guna memperoleh citra	6
Gambar 1. 3 Proyeksi jumlah pemilih muda dalam pemilu 2024.....	7
Gambar 1. 4 Media informasi yang sering diakses masyarakat.....	8
Gambar 1. 5 Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia	10
Gambar 1. 6 Intensitas Mengikuti Berita Politik	11
Gambar 4.1 Calon Presiden Ganjar Pranowo Hadir Dalam Acara yang Diselenggarakan Oleh Kampus UGM	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	115
LAMPIRAN 2	122
LAMPIRAN 3	132

ABSTRAK

Vannes, NRP. 1423020041. Preferensi Generasi Millennial Pulau Jawa dalam Mencari Informasi Pemilihan Umum 2024 melalui Media Sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana preferensi generasi millennial dalam mengakses informasi pemilihan umum 2024. Studi ini didasarkan yang dimana generasi milenial di Indonesia mengharapkan sosok pemimpin yang bisa mengerti dan paham tentang kasus sosial yang ada di Indonesia. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*, yang bisa membuat audiens secara aktif memilih media atau melakukan selektivitas mengenai media yang disajikan. Konsep selektivitas berkaitan dengan preferensi media individu. Metode survei terdiri dari pendekatan kuantitatif penelitian. Pada hasil mengatakan bahwa, peserta pemilihan umum 2024 presiden dan wakil presiden menjadi sumber pencarian informasi terbanyak dengan jenis informasi calon kandidat yang berkaitan dengan pemilihan umum 2024 adalah kategori data yang paling diminati. Jenis media sosial yang paling di minati oleh generasi millennial adalah *social network* dan untuk aplikasi *social network* yang paling banyak digunakan adalah Instagram, disusul dengan tiktok sebagai urutan kedua dan facebook urutan ketiga. Sedangkan *online communities and forum* sebagai urutan terakhir sebagai jenis media sosial dengan aplikasi *online communities and forum* yaitu peringkat pertama telegram kemudian pada urutan kedua yaitu line dan yang terakhir facebook manager.

Kata Kunci: Preferensi Media Sosial, Generasi Millennial, Pemilihan Umum 2024

ABSTRACT

Vannes, NRP. 1423020041. Preferences of the Millennial Generation in Java Island in Seeking Information on the 2024 General Election through Social Media.

The purpose of this study is how the millennial generation preferences in accessing 2024 general election information. This study is based on where the millennial generation in Indonesia expects a leader who can understand and understand the social cases that exist in Indonesia. The theory used is the theory of uses and gratification, which can make the audience actively choose media or selectivity about the media presented. The concept of selectivity relates to individual media preferences. The survey method consists of a quantitative approach to research. The results say that, participants in the 2024 general election, the president and vice president are the most sources of information searches, with the type of candidate information related to the 2024 general election being the most popular data category. The type of social media that is most in demand by the millennial generation is social network and for the most widely used social network application is Instagram, followed by TikTok as second place and Facebook as third place. While online communities and forums as the last order as a type of social media with online communities and forum applications are ranked first telegram, then in second place, namely line and the last is facebook manager.

Keywords: Social Media Preferences, Millennials, General Election 2024