

ABSTRAK

Nadia Ginan Lestari. NIM 1198040053, 2023: Pengaruh Kampanye di Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pilkades 2021 (Studi Kasus Pemilih Pemula di Desa Ciwangi Kabupaten Purwakarta.

Pada pemilihan kepala desa 2021 di Kabupaten Purwakarta khususnya di Desa Ciwangi, frekuensi dan konten informasi yang diberikan melalui media sosial berbeda-beda. Informasi politik tentang pemilihan kepala desa di Kabupaten Purwakarta 2021 yang beredar melalui media sosial dipastikan dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula saat memutuskan keputusan akhir pemungutan suara. Informasi politik tentang calon kepala desa di pilkades 2021 yang diberikan lewat media sosial tentu memiliki peran terhadap perilaku pemilih pemula dalam menetapkan keputusan akhir memilih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai pengaruh kampanye di media sosial terhadap perilaku pemilih pemula pada pilkades di Desa Ciwang. Dalam penelitian ini menggunakan teori kampanye Michael & Parrot rexanne, 1993 (dalam Putri & Dwipriandi, 2021) dan keda mengenai perilaku pemilih pemula Eep Saifullah Fatah dalam (Samiruddin dkk 2015).

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 135 responden. Teknik yang digunakan ialah *simple random sampling* dengan pengukuran menggunakan *skala likert*. Dengan bantuan softwer SPSS versi 25.0.

Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kampanye berpengaruh terhadap Perilaku Pemilih Pemula. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig dari variabel Kampanye (X) adalah sebesar 0,002. Nilai ini berada dibawah nilai 0,05(<0,05). Berdasarkan besarnya angka koefisien determinasi sebesar 0,539 atau sebesar 53,9% . Angka tersebut bahwa 53,9% Kampanye (X) yang terjadi dapat dijelaskan oleh Variabel Perilaku Pemilih Pemula (Y).

Kata Kunci: Kampanye, Perilaku Pemilih Pemula, Pemilih Kepala Desa.

ABSTRACT

Nadia Ginan Lestari. NIM 1198040053, 2023: The Influence of Campaigns on Social Media on the Participation of New Voters in the 2021 Pilkades (Case Study of New Voters in Ciwangi Village, Purwakarta Regency).

In the 2021 village head election in Purwakarta Regency, especially in Ciwangi Village, the frequency and content of information provided through social media varies. Political information about the 2021 village head election in Purwakarta Regency circulating through social media can certainly influence the behavior of novice voters when deciding on the final voting decision. Political information about candidates for village heads in the 2021 Pilkades provided through social media certainly has a role in the behavior of novice voters in making the final decision to vote.

This study aims to find out about the influence of campaigns on social media on the behavior of novice voters in the village head election in Ciwangi Village. In this study using the campaign theory of Michael & Parrot rexanne, 1993 (in Putri & Dwipriandi, 2021) and the behavior of novice voters Eep Saifullah Fatah in (Samiruddin et al 2015).

The method in this study uses quantitative methods. The sample in this study amounted to 135 respondents. The technique used is simple random sampling with measurements using a Likert scale. With the help of SPSS software version 25.0.

From the results of this study, it states that the Campaign has an effect on the Behavior of Beginner Voters. This is indicated by the sig value of the Campaign variable (X) is 0.002. This value is below the value of 0.05 (<0.05). Based on the magnitude of the coefficient of determination of 0.539 or 53.9%. This figure means that 53.9% of the Campaign (X) that occurs can be explained by the Beginner Voter Behavior Variable (Y).

Keywords: Campaign, Beginner Voter Behavior, Village Head Voters.