

SIKAP PEMILIH MILENIAL DISURABAYA TERHADAP HASIL PILPRES

2019 PADA MEDIA MASSA

SKRIPSI



Oleh :

Dicky Prasastya

1543010172

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2019

**SIKAP PEMILIH MILENIAL DI SURABAYA TERHADAP HASIL PILPRES 2019
PADA MEDIA MASSA**

Oleh:

Dicky Prasastya
NPM. 1543010172

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 30 Desember 2019

Pembimbing Utama


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

Tim Penguji:


1. Ketua


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281


2. Sekretaris


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 370069400351

3. Anggota


Heidi Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

Sikap Pemilih Milenial Surabaya Terhadap Pemberitaan Hasil Pilpres 2019 Pada Media Massa

Oleh: Dicky Prasastya

Pemberitaan hasil pemilu dan pilpres 2019 pada media massa memberikan dampak yang luar biasa pada masyarakat Indonesia dengan jumlah populasi pemilih pada 2019 mencapai 192 juta jiwa dan diantaranya ada sekitar 42 juta jiwa pemilih milenial. Namun pada pemilu 2019 ini Surabaya mengalami peningkatan jumlah pemilih milenial mencapai 400 ribu jiwa. Penelitian ini menggunakan *grand theory* S-O-R dengan efek yaitu sikap. Sikap ditinjau dari ketiga komponen, yaitu kognitif, afektif, dan konatif yang berdasarkan dimensi pesan yang terdiri dari dimensi isi pesan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode deskriptif kuantitatif dan Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan tabel frekuensi yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara berdasarkan penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar responden bersikap netral yaitu sebanyak 57%. sebagian besar responden mengetahui dan paham dengan pemberitaan pilpres 2019, akan tetapi mereka memilih bersikap diam.

ABSTRACT

Surabaya Millennial Voter Attitudes Towards the Preaching of 2019 Presidential Election Results in Mass Media

By: Dicky Prasastya

Preaching the results of the 2019 election and presidential election in the mass media gave an extraordinary opinion in Indonesian society with the number of election participation in 2019 reaching 192 million people and there were around 42 million people who voted for millennials. But in this 2019 election, Surabaya increased the number of millennial elections to 400 thousand people. This research uses the grand theory of S-O-R with an effect that shows attitude. Attitudes are reviewed from three components, namely cognitive, affective, and conative dimension of the message which consists of the message content dimension.

This study uses a quantitative descriptive method and the method of data analysis in this study uses a frequency table that is used to assess data obtained from interviews obtained from questionnaires collected by respondents. The results of this study are the majority of respondents who chose neutral by 57%. Most respondents understood and understood the news about the 2019 presidential election, but they chose to remain silent.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Sikap Pemilih Milenial Surabaya Terhadap Hasil Pilpres 2019 Pada Media Massa”**.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak DR.Catur Suratnoaji MSi selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun materiil, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Yuli Candrasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat secara jasmani maupun rohani kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
6. Serta teruntuk semua orang yang terlibat dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Teori S-O-R	16
2.2.2 Kalangan Milenial	20
2.2.3 Pengertian Sikap	25
2.2.4 Fungsi Sikap	26

2.2.5	Komponen Pada Sikap.....	28
2.2.6	Media Massa.....	31
2.2.7	Jenis Media Massa.....	34
2.2.8	Karakteristik Media Massa.....	37
2.3	Kerangka Berpikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	42
3.1.1	Definisi Operasional	42
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	43
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.1	Sampel.....	47
3.2.2	Teknik Penarikan Sampel	48
3.2.1.1	Cluster Sampling.....	49
3.3	Teknik Pengumpulan Data	50
3.4	Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Kota Surabaya	52
4.2	Penyajian Data	53
4.2.1	Identitas Responden	54
4.2.2	Komponen Kognitif	60
4.2.3	Komponen Afektif	69

4.2.4 Komponen Konatif.....	78
4.3 Analisis Data.....	86
4.3.1 Aspek Kognitif.....	87
4.3.2 Aspek Afektif.....	88
4.3.3 Aspek Konatif	90
4.3.4 Sikap pemilih milenial Surabaya terhadap hasil pilpres 2019 pada media massa	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1 Kerangka Berpikir.....	40
Tabel. 4.1 Kuesioner no.1	54
Tabel. 4.2 Kuesioner no.2	56
Tabel. 4.3 Kuesioner no.3	57
Tabel. 4.4 Kuesioner no.4	59
Tabel. 4.5 Kuesioner Sub 1 no 1	61
Tabel. 4.6 Kuesioner Sub 1 no 2.....	63
Tabel. 4.7 Kuesioner Sub 1 no 3	64
Tabel. 4.8 Kuesioner Sub 1 no 4.....	66
Tabel. 4.9 Aspek Kognitif.....	68
Tabel. 4.10 Kuesioner Sub 2 no.1	70
Tabel. 4.11 Kuesioner Sub 2 no.2.....	71
Tabel. 4.12 Kuesioner Sub 2 no.3.....	73
Tabel. 4.13 Kuesioner Sub 2 no.4.....	75
Tabel. 4.14 Aspek Afektif.....	77
Tabel. 4.15 Kuesioner Sub 3 no.1	79
Tabel. 4.16 Kuesioner Sub 3 no.2.....	80

Tabel. 4.17 Kuesioner Sub 3 no.3	82
Tabel. 4.18 Kuesioner Sub 3 no.4	84
Tabel. 4.19 Aspek Konatif	85
Tabel. 4.20 Sikap Keseluruhan	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model S-R (positif-positif).....	19
Gambar 2.2 Model S-R (negatif-negatif).....	20
Gambar 2.3 Kategori pemilih.....	24