

**MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH PEMULA  
PADA PEMILU TAHUN 2024 DI KOTA PALEMBANG**



**TESIS**

**AHMAD FAHRI WESIANDI  
ILMU KOMUNIKASI  
222910025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2025**

**MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH PEMULA  
PADA PEMILU TAHUN 2024 DI KOTA PALEMBANG**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**AHMAD FAHRI WESIANDI**

**ILMU KOMUNIKASI**

**222910025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI – S2**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS BINA DARMA**

**PALEMBANG**

**2025**

## **Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis**

**Judul Tesis: MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA  
PEMILU TAHUN 2024 DI KOTA PALEMBANG**

Oleh AHMAD FAHRI WESIANDI , NIM 222910025, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 1 Februari 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 1 Februari 2025  
Mengetahui,  
Program Studi Ilmu Komunikasi – S2  
Universitas Bina Darma  
Ketua,

  
Universitas Bina Darma  
Master Ilmu Komunikasi

.....  
**Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom.**

Pembimbing,



.....  
**Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.**

## Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH PEMULA PADA  
PEMILU TAHUN 2024 DI KOTA PALEMBANG

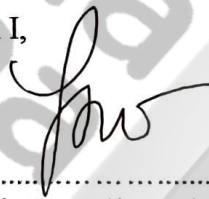
Oleh AHMAD FAHRI WESIANDI , NIM 222910025 Tesis ini telah disetujui dan  
disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi – S2 konsentrasi ILMU  
KOMUNIKASI, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 1 Februari 2025  
dan telah dinyatakan LULUS.

Palembang, 1 Februari 2025  
Mengetahui,  
Program Pascasarjana  
Universitas Bina Darma  
Direktur,

  
PROGRAM PASCASARJANA

Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,



Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D.

Penguji II,



Dr. Bastian Jabir, M.Si.

Penguji III,



Dr. Sulaiman Helmi S.E., M.M.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AHMAD FAHRI WESIANDI

NIM : 222910025

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 1 Februari 2025  
Yang Membuat Pernyataan,



AHMAD FAHRI WESIANDI  
NIM: 222910025

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan data kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penggunaan media sosial dan perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang dan untuk menganalisis faktor apa saja dalam media sosial dan perilaku pemilih pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang dengan menggunakan teknik atau metode observasi, wawancara, dokumentasi dan Triangulasi. Sementara itu yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang merupakan pemilih pemula dalam pemilu tahun 2024. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori The Circular Model of Some menurut Regina Luttrell dalam bukunya social media dan Nuryani S. & Sestiono M dalam teori perilaku. Adapun hasil penelitian ini adalah *Media sosial* di kota Palembang memang mempengaruhi perilaku pemilih dalam memilih dan menentukan pasangan calon atau pemimpin yang akan dipilih. *Media sosial* dianggap sebagai wadah untuk mencari informasi dari sumber-sumber terpercaya, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilih pemula mereka menganggap *media sosial* sangat berpengaruh untuk menentukan perilaku mereka dalam memilih layak atau tidak pasangan calon tersebut dipilih, mengingat di era digital yang semakin canggih ini. Hal ini berarti *media sosial* sebagai perantara yang dapat menjembati antara pemilih pemula dan kandidat pasangan calon untuk lebih mengenal, dan sebagai media diskusi antara Masyarakat lain yang berada di kota yang berbeda. Terdapat beberapa aspek yang ada dalam *media sosial* dan perilaku pemilih dalam pemilu di Kota Palembang yaitu Perilaku pemilih pemula pada pemilu di kota Palembang menunjukkan bahwa mereka cenderung melihat melalui sifat internal seperti penyampaian visi misi yang dipaparkan oleh pasangan calon atau kandidat dipilih melalui media sosial bukan berdasarkan faktor pendorong seperti pendapat atau pandangan yang disampaikan oleh teman atau kerabat yang dapat mempengaruhi perilaku pemilih. Hal ini didasarkan perilaku pemilih pemula sudah lebih pintar dan bijak dalam mencerna informasi yang didapat melalui media sosial maupun orang lain sebagai faktor pendukung untuk berperilaku dalam memilih. Pemilih pemula juga menunjukkan semangat idealis dalam mencari calon yang sesuai dengan nilai-nilai mereka. Namun kurangnya pengalaman mereka dalam proses pemilihan dapat menimbulkan perilaku kurang percaya dan lebih memilih tidak memberikan suara.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Perilaku Pemilih Pemula, Pemilu

## **ABSTRACT**

*This research is descriptive research that uses qualitative data. The aim of this research is to analyze the use of social media and the behavior of beginner voters in the 2024 elections in Palembang City and to analyze what factors exist in social media and the behavior of beginner voters in the 2024 elections in Palembang City using techniques or methods of observation, interviews, documentation, and Triangulation. Meanwhile, the informants in this research are people who are beginner voters in the 2024 elections. The theory used in this research is the Circular Model of Some theory according to Regina Luttrell in her book social media and Nuryani S. & Sessiono M in behavioral theory. The results of this research are that social media in the city of Palembang does influence voter behavior in selecting and determining which candidate pairs or leaders will be elected. Social media is considered a place to seek information from trusted sources. Based on the results of interviews with first-time voters, they consider social media to be very influential in determining their behavior in choosing whether or not a candidate pair is worthy of being chosen, considering this increasingly sophisticated digital era. This means that social media acts as an intermediary that can bridge between novice voters and prospective candidates to get to know each other better, and as a medium for discussion between other people in different cities. There are several aspects that exist in social media and voter behavior in the elections in the city of Palembang, namely the behavior of beginner voters in the elections in the city of Palembang shows that they tend to look through internal characteristics such as the delivery of the vision and mission presented by candidate pairs or candidates are selected via social media, not based on factors. drivers such as opinions or views expressed by friends or relatives that can influence voter behavior. This is based on the behavior of novice voters who are smarter and wiser in digesting information obtained through social media or other people as supporting factors for their voting behavior. New voters also show an idealistic spirit in looking for candidates who match their values. However, their lack of experience in the election process can lead to behavior that lacks trust and prefers not to vote.*

**Keywords :** *Social Media, Beginner Voter Behavior, Election*

## **MOTTO**

**DO YOUR BEST, IT MUST BE SEEN BY PEOPLE WHO ARE NOT GOOD**

**Created by:**

**AHMAD FAHRI WESIANDI**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

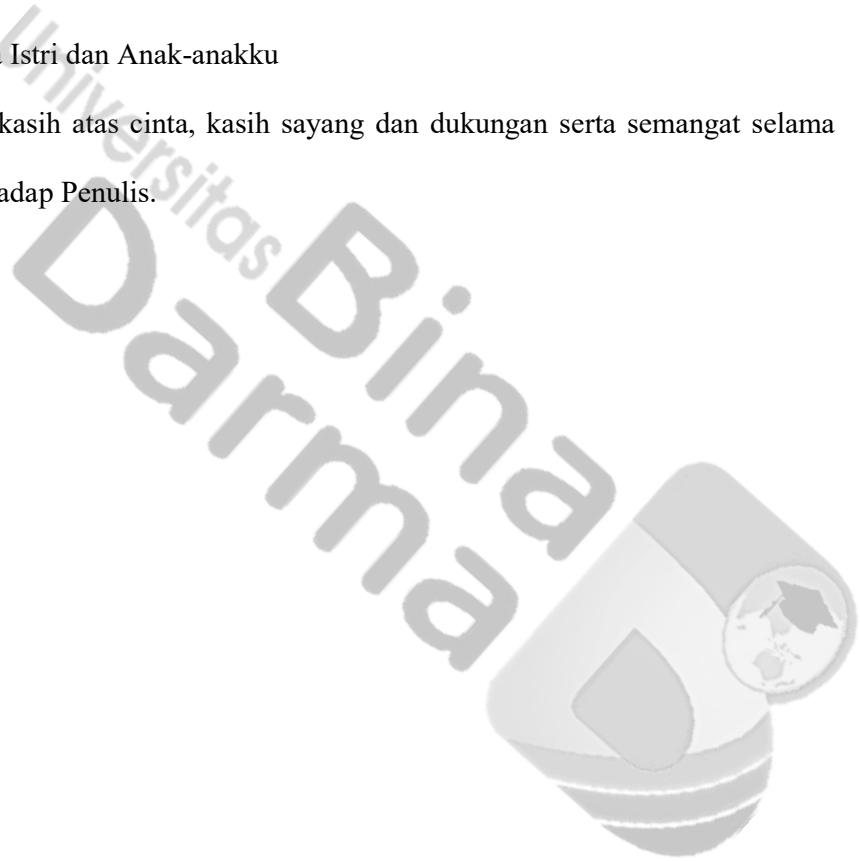
Kupersembahkan karya tulisku ini kepada :

- Kedua Orang tua ku

Terimakasih untuk do'a dan semangat yang telah diberikan kepadaku.

- Kepada Istri dan Anak-anakku

Terimakasih atas cinta, kasih sayang dan dukungan serta semangat selama ini terhadap Penulis.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Illahi Robbi, atas Ridho dan Inayahnya, akhirnya tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini berjudul : “ Media Sosial Dan Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di Kota Palembang”.

Tesis ini merupakan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan yang harus ditempuh sebelum memperoleh gelar kesarjanaan Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Darma Palembang.

Menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini bukanlah sesuatu hal yang baru dan masih jauh dari sempurna. Hal ini tentunya disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak untuk menyempurnakan tesis ini.

Penulis menyadari pula bahwa tesis ini tidak akan pernah selesai bila tanpa bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan rasa terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan dengan berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan ini sehingga dapat diselesaikan, terutama kepada :

1. Rektor Universitas Bina Darma Palembang Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M.
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc..
3. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Dr. Rahma Santi Zinaida S.Si. M.I.Kom.

4. Ibu Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan kepada peneliti.
5. Bapak Dr. Bastian Jabir M.Si. dan Bapak Dr. Sulaiman Helmi S.E.M.M. Selaku Penguji dalam Ujian Tesis yang selalu memberikan bimbingan terbaik dalam perbaikan tesis ini
6. Seluruh Dosen Universitas Bina Darma Palembang yang telah banyak berjasa kepada peneliti selama perkuliahan
7. Seluruh Pegawai Di Universitas Bina Darma yang telah memberikan pelayanan kepada penulis dalam pelaksanaan kuliah.
8. Orang – orang terkasih yang selalu setia menemani peneliti teruntuk orangtua, istri dan anak-anakku terimakasih atas do'a dan semangatnya.
9. Seluruh rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Bina Darma Palembang angkatan 11 yang pantas dibanggakan, yang penuh rasa kekeluargaan dan persahabatan akan menjadi kenangan mengesankan dan tak terlupakan.

Akhirnya dengan kerendahan hati peneliti berharap semoga penulisan tesis ini dapat berguna bagi semua pihak yang memerlukan serta berfungsi sebagaimana mestinya. Amin.

Palembang, 1 Februari 2025

Ahmad Fahri Wesiandi

## DAFTAR ISI

|                                          | HALAMAN |
|------------------------------------------|---------|
| COVER DEPAN.....                         |         |
| COVER DALAM.....                         |         |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....      |         |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....          |         |
| SURAT PERNYATAAN.....                    |         |
| ABSTRAK.....                             | i       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                    | ii      |
| MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....       | iii     |
| KATA PENGANTAR.....                      | v       |
| DAFTAR ISI.....                          | vii     |
| DAFTAR TABEL .....                       | x       |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xi      |
| BAB I PENDAHULUAN                        |         |
| 1.1 Latar Belakang .....                 | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....            | 7       |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                 | 7       |
| 1.4 Batasan Masalah .....                | 8       |
| 1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian ..... | 8       |
| 1.5.1 Tujuan Penelitian .....            | 8       |
| 1.5.2 Kegunaan Penelitian .....          | 8       |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA                  |         |
| 2.1 Kajian Pustaka.....                  | 10      |
| 2.1.1 Teori Media Sosial.....            | 10      |
| 2.1.2 Instagram .....                    | 16      |
| 2.1.3 Perilaku .....                     | 17      |
| 2.1.4 Pemilih Pemula.....                | 21      |
| 2.1.5 Pemilu .....                       | 21      |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....           | 23      |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.3 Kerangka Berpikir ..... | 26 |
|-----------------------------|----|

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 3.1 Jenis Penelitian .....            | 27 |
| 3.2 Subjek dan Objek Penelitian ..... | 27 |
| 3.3 Pengumpulan Data .....            | 28 |
| 3.4 Uji Keabsahan Data .....          | 29 |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....        | 30 |

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....                                                                         | 33 |
| 4.2. Analisis Hasil Penelitian .....                                                                          | 36 |
| 4.2.1. Media Sosial dan Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di<br>Kota Palembang .....             | 36 |
| 4.2.1.1 Share (Berbagi melalui jaringan) .....                                                                | 37 |
| 4.2.1.2 Optimize (Mengoptimalkan pesan) .....                                                                 | 39 |
| 4.2.1.3 Manage ( Mengelola informasi dengan cepat) .....                                                      | 41 |
| 4.2.1.4 Engage ( Terlibat dalam Percakapan) .....                                                             | 43 |
| 4.2.1.5 Aspek dalam media sosial dan perilaku pemilih pemula pada pemilu<br>Tahun 2024 di Kota Palembang..... | 44 |
| 4.2.1.6 Sifat- sifat internal .....                                                                           | 46 |
| 4.2.1.7 Faktor Pendukung.....                                                                                 | 48 |
| 4.2.1.8 Faktor Pendorong .....                                                                                | 49 |
| 4.3. Pembahasan .....                                                                                         | 51 |
| 4.3.1 Media Sosial dan Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilu Tahun 2024 di<br>Kota Palembang .....              | 52 |
| 4.3.1.1 Share ( Berbagi melalui jaringan).....                                                                | 52 |
| 4.3.1.2 Optimize (Mengoptimalkan pesan).....                                                                  | 53 |
| 4.3.1.3 Manage ( Mengelola informasi dengan cepat).....                                                       | 54 |
| 4.3.1.4 Engage ( Terlibat dalam Percakapan).....                                                              | 55 |
| 4.3.1.5 Aspek dalam media sosial dan perilaku pemilih pemula pada pemilu<br>Tahun 2024 diKota Palembang ..... | 56 |
| 4.3.1.6 Sifat-sifat Internal .....                                                                            | 56 |
| 4.3.1.7 Faktor Pendukung .....                                                                                | 57 |
| 4.3.1.8 Faktor Pendorong.....                                                                                 | 58 |

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 60 |
| 5.2 Saran .....      | 61 |

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**LAMPIRAN**

**LEMBAR PERBAIKAN TESIS**



## DAFTAR TABEL

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....           | 23 |
| Tabel 2. Informan Penelitian .....            | 35 |
| Tabel 3. Pedoman Wawancara Media Sosial ..... | 37 |
| Tabel 4. Pedoman Wawancara Perilaku .....     | 46 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 1. The Circular Model of SoMe ..... | 13 |
| Gambar 2. Kerangka Berpikir .....          | 26 |

