

TWITTER DAN PENGARUHNYA PADA PEMILU PRESIDEN 2014 DILIHAT DARI DIMENSI SOSIOLOGIS, PSIKOLOGIS DAN RASIONAL

Rahma Santhi Zinaida, Dwi Maharani
Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma
rahmasanthi@mail.binadarma.ac.id, dwimaharani@mail.binadarma.ac.id

Abstract: *The year 2014 is a historic year for Indonesian leadership. In this year, Indonesian people celebrate the democracy party. It is at this feast that the fate of the people and the government of Indonesia is determined through elections. Beginner voters are among the voters who often do not count their prospects as pockets of votes in the previous general election. Along with the development of information technology and its equipment, the novice voters as the biggest users of information technology began to show the stretching to get involved in the arena of Indonesian politics. In 2014 the number of beginner voters in Indonesia is estimated to amount to 40,749,503, a very potential amount. So this study aims to see how the influence of social media as a means of popular interaction among young people affect the political attitude of these beginner voters. The beginner population of voters in Palembang is 20% of the total voters about 200 thousand more beginner voters, the sample obtained from the formula slovin as many as 99 people and rounded up to 100 orang. Hasil this research is social media, especially twitter effect on behavior and political attitude beginners.*

Keywords: *Media Effect, Twitter, Political Attitudes, Beginner Voters*

Abstrak: *Tahun 2014 adalah tahun yang bersejarah bagi kepemimpinan Indonesia. Pada tahun ini masyarakat Indonesia merayakan pesta demokrasi. Pada pesta inilah nasib rakyat dan pemerintahan Indonesia ditentukan melalui pemilihan umum. Pemilih pemula adalah kalangan pemilih yang sering kali tidak diperhitungkan prospeknya sebagai kantong suara di pemilihan umum sebelumnya. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan perangkatnya, kalangan pemilih pemula sebagai pengguna terbesar teknologi informasi mulai menunjukkan geliatnya untuk ikut dilibatkan dalam kancah perpolitikan Indonesia. Tahun 2014 jumlah pemilih pemula di Indonesia diperkirakan berjumlah 40.749.503, jumlah yang sangat potensial. Maka penelitian ini bertujuan melihat bagaimana pengaruh sosial media sebagai sarana interaksi populer dikalangan anak muda mempengaruhi sikap politik para pemilih pemula ini. Populasi pemilih pemula di Palembang adalah 20% dari total pemilih sekitar 200 ribu lebih pemilih pemula, sampel didapatkan dari rumus slovin sebanyak 99 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Hasil penelitian ini adalah media sosial khususnya twitter berpengaruh terhadap perilaku dan sikap politik pemula.*

Kata Kunci: *Pengaruh Media, Twitter, Sikap Politik, Pemilih Pemula*

1. PENDAHULUAN

Pada pemilihan umum periode 2014 ini, masyarakat Indonesia akan memilih anggota legislatif dan eksekutif. Sesuai dengan jadwal Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada bulan April 2014 seluruh masyarakat Indonesia akan melakukan pemilihan umum anggota legislatif, menyusul pada bulan Juli pemilihan Presiden Indonesia, sebuah perhelatan akbar yang tentu sangat prestisius. Masyarakat Indonesia akan

secara langsung memilih anggota DPR, DPRD, dan DPD untuk periode jabatan 2014 – 2018 dan memilih langsung Presiden dan Wakil Presiden mereka yang kelak akan memimpin sampai 5 tahun kedepan. Disisi lain, potensi pemilih pemula dalam sebuah pemilihan umum sangat besar. Setidaknya diperkirakan dalam setiap pemilu, jumlah pemilih pemula berkisar diangka 20 - 30% dari keseluruhan jumlah pemilih dalam pemilu tersebut (KPU, 2013). Di Indonesia sendiri, pada Pemilu tahun 2004, jumlah pemilih

pemula sekitar 27 juta dari 147 juta pemilih. Pada Pemilu tahun 2009 sekitar 36 juta pemilih dari 171 juta pemilih. Sedangkan dari data BPS tahun 2010 penduduk Indonesian usia 15-19 tahun saat ini 20.871.086 orang, usia 20 - 24 tahun 19.878.417 orang. Dengan demikian, jumlah pemilih muda pada pemilu 2014 ini diperkirakan sebanyak 40.749.503 pemilih pemula. Dalam pemilu, jumlah itu sangat besar dan bisa menentukan kemenangan partai politik atau kandidat tertentu yang berkompetisi dalam pemilihan umum.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Desain penelitian disini mengacu kepada variable yang diteliti, yaitu variable X pengaruh media online dan Y perilaku pemilih pemula Metode yang digunakan adalah metode *deskriptif*.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa dan mahasiswi yang ada di lima Universitas di Kota Palembang yaitu pada Universitas PGRI, Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Universitas Bina Darma, Universitas Muhammadiyah, Stisipol Chandradimuka.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara mengumpulkan data secara primer dan sekunder, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek

penelitian melalui survey dengan cara penyebaran kuesioner pada mahasiswa dan mahasiswi yang ada di lima Universitas di Kota Palembang.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui media perantara yaitu berupa dokumen, foto, dan studi pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

2.3 Teknik Pengolahan Data

Tahap-tahap pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Mengolah data kuesioner tentang Pengaruh Sosial Media terhadap Sikap Politik Pemilih Pemula
- b. Uji kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas

2.4 Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan Uji Regresi Sederhana.

2.5 Sosial Media

Social media adalah salah satu elemen dari media baru atau *new media* yang mengusung kombinasi antara ruang lingkup elemen dunia maya, produk layanan *online* seperti blog, forum diskusi, *chat room*, *email*, dan *website*. Kekuatan komunitas yang dibangun sosial media adalah yang terpopuler di Indonesia saat ini (Juju & Feri, 2010: 1-2). Facebook, Twitter, dan Youtube adalah 3 sosial media yang paling populer di Indonesia saat ini. Hal ini seperti yang dilaporkan oleh situs berita *tribunnews.com* bahwasanya saat ini Indonesia menduduki ranking pertama di Asia sebagai pengguna

layanan *twitter* dan *facebook*. Berdasarkan sumber yang sama bahkan didapatkan angka 47 juta orang warga Indonesia adalah pengguna ketiga layanan sosial media tersebut. Maka bisa disimpulkan bahwa 25 % dari total seluruh masyarakat Indonesia yang sejumlah 245.000.000 lebih menghabiskan waktunya di internet untuk bersosialisasi di media sosial.

2.6 Internet dan Perkembangannya

Seiring dengan pertumbuhan teknologi yang sangat pesat, maka pengguna internet, di Indonesia juga ikut melejit angkanya. Tidak hanya itu, internet sebagai bagian dari dunia digital kini semakin marak dengan adanya teknologi *mobile*, dan internet *mobile*.

Sebuah riset dari MarkPlus Insight mengungkapkan bahwa 41,5% penduduk Indonesia telah terkoneksi dengan internet pada tahun 2011. Sebaran pengguna internet yang lazim disebut netizen ini diperkirakan 50 juta jiwa di area perkotaan se-Indonesia, dan 5 juta jiwa diluar area perkotaan. Hal ini juga ditegaskan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa penetrasi internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 24,3 % dari total populasi penduduk Indonesia Berdasarkan asumsi jumlah total masyarakat Indonesia saat ini maka jumlah tersebut berada diangka 64 juta jiwa.

2.7 Teori SOR

Teori S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus-Organism-Response yang semula berasal dari psikologi. Yang kemudian juga menjadi teori pada bidang ilmu komunikasi. Tidak mengherankan, karena objek material dari

psikologi dan komunikasi adalah sama, yaitu manusia, yang mana jiwanya meliputi komponen; sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendi, 2003: 254)

Teori ini merupakan prinsip yang sederhana, yaitu: respon merupakan reaksi balik dari komunikasi/ individu ketika menerima stimulus dari media. Sehingga seseorang dapat mengartikan dan memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan dari media dan reaksi *audiens* atau khalayaknya, dan dapat juga dikaitkan dengan efek yang akan ditimbulkan, yaitu reaksi khusus terhadap stimulus khusus. Unsur-unsur pada model ini yaitu: (Effendi,2003:254): Pesan (stimulus, S), Komunikasi (organism,O), dan Efek (Response,R).

Menurut Bungin (2007: 277), *stimulus-respon* ini merupakan dasar dari teori jarum suntik, yaitu teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh.

2.8. Sikap Politik Pemilih Pemula

Menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU) Pemilih Pemula adalah istilah yang diberikan kepada mereka yang berusia 17-21 tahun, dan memilih dalam Pemilu adalah merupakan pengalaman pertama kali bagi mereka (KPU; 2012). Selain itu ada juga kalangan muda lainnya yang baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya dalam pemilu, yakni para mahasiswa semester awal dan kelompok pemuda lainnya yang pada Pemilu periode lalu belum genap berusia 17 tahun, juga termasuk dalam kategori ini. Secara umum bisa disimpulkan bahwa dalam politik, kelompok muda yang baru pertama kali akan menggunakan

hak pilihnya dalam Pemilu, disebut dengan Pemilih Pemula.

2.9 Perilaku Pemilih Pemilu

Pemilu adalah lembaga sekaligus prosedur praktik politik untuk mewujudkan kedaulatan rakyat yang memungkinkan terbentuknya sebuah pemerintahan perwakilan (*representative government*) yang menurut Robert Dahl merupakan gambaran ideal dan maksimal bagi suatu pemerintahan demokrasi di zaman modern (Gantara 2009:207).

Ikut serta dalam pemilihan merupakan pengamalan Pancasila, khususnya sila Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan. Pemilihan yang bersifat umum mengandung makna menjamin kesempatan yang berlaku menyeluruh bagi semua warga Negara yang telah memenuhi persyaratan tertentu tanpa diskriminasi. Sebagai warga Negara yang baik, kita hendaknya dapat mengembangkan kesadaran berperan serta dalam pemilu. Peran serta tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti kampanye atau ikut serta dalam pemilihan langsung.

Terdapat tiga pendekatan teori yang seringkali digunakan oleh para sarjana untuk memahami perilaku pemilih yakni: (ejournal.unp.ac.id) : Pendekatan Sosiologis, Pendekatan Psikologis dan Pendekatan Pilihan Rasional (*rational choice theory*).

Menurut Josef Kristiadi (1991) Dalam <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jd/article/viewFile/1199/1033> penelitian mengenai perilaku memilih (*Voting Behavior*) dalam pemilu pada dasarnya mempergunakan beberapa pendekatan yang telah berkembang selama ini yakni :

- 1) Pendekatan Sosiologis Pendekatan sosiologis pada awalnya berasal dari Eropa yang kemudian berkembang di Amerika Serikat, yang pertama kali dikembangkan oleh Biro Penerapan Ilmu Sosial Universitas Colombia (*Colombia's University Bureau of Applied Social Science*), sehingga lebih dikenal dengan kelompok Colombia. Kelompok ini melakukan penelitian mengenai voting (Kristiadi, 1993) ekonomi, afiliasi etnik, tradisi keluarga, keanggotaan terhadap organisasi, usia, jenis kelamin, pekerjaan, tempat tinggal, dan lain-lain. Gerald Pomper yang termasuk dalam mazhab ini merinci pengaruh pengelompokan sosial dalam studi voting behavior ke dalam dua variabel, yaitu variabel predisposisi sosial ekonomi keluarga pemilih dan predisposisi sosial ekonomi pemilih mempunyai hubungan yang signifikan dengan perilaku memilih seseorang. Dengan kata lain, preferensi politik keluarga, apakah preferensi politik ayah atau ibu akan berpengaruh pada preferensi politik anak.

Hal lain yang menjadi sorotan dalam pendekatan ini adalah agama, pendidikan, jenis kelamin, faktor geografis, budaya serta variabel sosial adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi seorang pemilih dalam menentukan pilihannya. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa seorang pemilih cenderung untuk memilih partai yang memiliki agama yang sama dengannya, kemudian juga dalam beberapa daerah memiliki rasa kedaerahan yang kuat untuk mempengaruhi dukungan seseorang

terhadap partai politik. Seperti PDI P yang dominan di Provinsi Bali dan Sumatera Utara, atau loyalitas terhadap PKB di Jawa Timur, PPP di Kalimantan dan Loyalitas Sulawesi Selatan terhadap Partai Golkar.

- 2) Pendekatan Psikologis Pendekatan ini pertama kali dipergunakan oleh Pusat Penelitian dan Survey Universitas Michigan (University of Michigan's Survey Research Centre), sehingga dikenal dengan sebutan kelompok Michigan. Hasil penelitian kelompok ini yang dikenal luas adalah *The Voter's Decide* (1954) dan *The American Voter* (1960). Pendekatan ini muncul karena timbulnya ketidakpuasan terhadap pendekatan sosiologis yang kurang dapat menjelaskan secara metodologis kecenderungan - kecenderungan yang ada dalam suatu masyarakat, misalnya sulitnya menentukan kriteria pengelompokan masyarakat dan mengapa suatu kelompok mendukung atau memilih partai politik tertentu. Mazhab sosiologis hanya menjelaskan kecenderungan kelompok masyarakat mendukung partai tertentu.

Selain itu, ada kecenderungan bahwa semakin lama dominasi kelas/kelompok masyarakat tertentu terhadap partai politik tertentu tidak lagi mutlak. Menurut mazhab ini terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi pilihan seseorang yaitu keterikatan seseorang dalam partai politik, orientasi seseorang terhadap calon anggota parlemen, orientasi seseorang terhadap isu-isu politik. Misalnya, kalau seseorang mempunyai kecenderungan

mengidentifikasi diri dengan Partai Demokrat, dan kemudian terpikat isu-isu dan kandidat, maka dalam pemilu ia akan memilih Partai Demokrat. Inti mazhab ini adalah identifikasi seseorang terhadap partai tertentu yang kemudian akan mempengaruhi sikap orang tersebut terhadap para calon dan isu-isu politik yang berkembang. Kekuatan dan arah identifikasi kepartaian adalah kunci dalam menjelaskan sikap dan perilaku pemilih. Proses yang paling dekat dengan perilaku pemilih adalah kampanye sebelum pemilu maupun kejadiankejadian yang diberitakan oleh media massa. Masing-masing unsur dalam proses tersebut akan mempengaruhi perilaku pemilih, meskipun titik berat studi Kelompok Michigan adalah identifikasi kepartaian dan isu-isu politik para calon, dan bukan latar belakang sosial atau budayanya.

- 3) Pendekatan Rasional Dalam memahami pendekatan rasional ada faktor-faktor situasional yang ikut berperan dalam mempengaruhi pilihan politik seseorang. Dengan begitu pemilih tidak hanya pasif tetapi juga aktif, bukan hanya terbelenggu oleh karakteristik sosiologis tetapi juga bebas bertindak. Faktor-faktor situasional bisa merupakan isu-isu politik atau kandidat yang dicalonkan. Perilaku memilih berdasarkan pertimbangan rasional tidak hanya berupa memilih alternatif yang paling menguntungkan atau mendatangkan keraguan yang paling sedikit. Tetapi juga dalam hal memilih alternatif dengan resiko yang paling kecil. Dengan begitu asumsi

pemilih mempunyai kemampuan untuk menilai isu-isu politik yang diajukan.

2.10. Twitter dan Perkembangannya



Sumber : <https://about.twitter.com/id/company>

Twitter di Indonesia sedikit demi sedikit mulai banyak digemari, mungkin setelah sedikit bosan dengan Facebook, maka para netter (terutama mungkin pengguna Blackberry) pun mulai mencari alternatif komunikasi lain selain Facebook, dan Twitter menjadi pilihan yang memang banyak digemari. Tak hanya itu di televisi-televisi Indonesia pun kita mulai menambahkan Twitter (Disamping Facebook dan YM) sebagai sarana komunikasi interaktif antara pemirsa televisi dengan acara yang sedang berlangsung.

Twitter adalah Miniatur Blog (Mikro Blogging), Mikro Blogging adalah sebuah update singkat tentang sesuatu (entah itu sebuah kejadian, yang sedang dijalani atau berita update) yang disajikan dalam karakter singkat. Kalau anda pengguna Facebook, mungkin tak asing lagi dengan yang namanya Status Update, nah kegiatan utama di Twitter adalah tak jauh berbeda dengan status update tersebut. Dengan twitter anda bisa mengupdate status anda, sehingga para pengikut (follower) anda bisa

mengetahui apa, dimana atau sedang apa anda saat menulis status tersebut.

Mikro Blogging telah menjadi alternatif bagi orang yang ingin sebuah blog tapi tidak ingin nge-blog. Sebuah blog pribadi akan berisi berbagai informasi yang penting yang memang layak untuk disajikan ke khalayak umum, namun kenyataannya tidak semua orang suka menulis yang panjang dan lebar atau menerangkan secara detil tentang sesuatu. Suatu waktu anda hanya ingin mengatakan pada teman-teman atau khalayak umum “Habis Nonton Film Transformer dan Ternyata Filmnya sangat mengesankan” Cukup seperti itu untuk mengungkapkan kekaguman anda pada film Transformer dan anda memang tidak berniat menulis ringkasan atau sinopsis film tersebut secara panjang dan lebar, seperti halnya yang banyak di bahas di Blog-blog.

Twitter adalah sebuah *Social Messaging*, Dengan adanya kemampuan untuk mengikuti orang (Follow People) ataupun mempunyai pengikut (Follower) maka Twitter pun telah menjadi semacam social messaging, dimana kita bisa berkomunikasi dengan orang-orang yang menjadi pengikut kita atau dengan orang yang kita follow. Dengan adanya Twitter kita bisa dengan cepat dan mudah berkomunikasi dan mengumpulkan orang atau teman-teman kita. Cukup kita update Twitter “Kumpul di Kampus jam 18.00”, maka semua orang (pengikut ataupun teman-teman) kita bakal secara serentak menerima informasi tersebut, dan akhirnya kegiatan kumpul-kumpul pun bisa terkoordinasi dengan baik. (Handayana, 2009)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kami menggunakan beberapa uji asumsi klasik yang akan menentukan hasil regresi linier sederhana ini sempurna dalam perhitungannya, sebelumnya kami mengukur karakter responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

3.1 Karakter Responden

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 5 Universitas yang dijadikan tempat penelitian dimana 20 mahasiswa/i dari masing-masing Universitas menjadi sampel penelitian. Universitas tersebut di antaranya adalah: Universitas Bina Darma, Universitas Muhammadiyah, Universitas PGRI, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fattah, dan Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Politik (STISIPOL) Chandradimuka.

Sesuai dengan perhitungan rumus slovin pada bab sebelumnya, sample yang digunakan adalah 100 orang dengan karakteristik yaitu berusia antara 17 – 23 tahun, laki-laki atau perempuan, warga Negara Indonesia, pertama kali melakukan pemilihan suara di pemilu 2014 lalu, dan memiliki akun di twitter. Karakteristik responden sesuai penjabaran di atas adalah sesuai dengan kuesioner yang telah dibagikan yaitu: berdasarkan usia dan berdasarkan jenis kelamin. Mahasiswa perempuan berjumlah 71 orang dan mahasiswa Laki-Laki berjumlah 29 orang. Karakteristik selanjutnya adalah usia, diaman usia mahasiswa yang mengisi kuesioner adalah berkisar antara 17 sampai 23 tahun.

Tabel 1. Pertanyaan perdimensi

Perilaku Politik pemilih pemula	Sosiologis	Memilih capres 2014 karena keluarga, kerabat, teman juga memilih capres tersebut
		Memilih capres 2014 karena banyak netizen juga memilih capres tersebut
		Memilih capres 2014 karena akun capres tersebut memiliki banyak pengikut follower dibanding akun capres lainnya di twitter
	Psikologis	Memilih capres 2014 karena intuisi diri / pandangan personal terhadap capres tersebut baik
		Memilih capres karena memiliki etnis / suku / daerah yang sama dengan kita
		Memilih capres 2014 karena <i>personal appearance</i> capres yang kharismatik / berwibawa
	Rasional	Memilih capres 2014 karena mengalami / melihat / mendengar apa yang dilakukan sesuai dengan foto (tweetpic) yang diunggah di akun twitternya
		Memilih capres karena akun capres tersebut paling aktif (posting tweet, tautan,

	unggah tweetpic, banyak respon retweet, banyak follower, dll) di twitter dibanding akun capres lainnya
	Memilih Capres karena popularitasnya di twitter (ex. Banyak hashtag # positif tentang capres tersebut)
	Saya tidak memilih capres manapun karena bagi saya yang mereka tulis di twitter (tweet / tweetpic) hanya untuk pencitraan personal branding semata

1. Dimensi Sosiologis

Tabel 2. Dimensi Sosiologis

		sosiologis		
		Freq uenc y	Perc ent	Valid Percent
Valid	sangat tidak setuju	71	17,8	23,7
	tidak setuju	138	34,5	46,0
	setuju	68	17,0	22,7
	sangat setuju	23	5,8	7,7
Missing	Total System	300 100	75,0 25,0	100,0
Total		400	100,0	0

Dari table diatas terlihat bahwa pada perhitungan dimensi sosiologis, mahasiswa yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 71 orang (17,8%), yang menjawab tidak setuju 138 orang (34,5%), yang memberikan jawaban setuju 68 orang (17%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang (5,8%).

2. Dimensi Psikologis

Tabel 3. Korelasi dimensi Psikologis

Valid	sangat tidak setuju	21	5,3	7,0	7,0
	tidak setuju	78	19,5	26,0	33,0
	setuju	152	38,0	50,7	83,7
	sangat setuju	49	12,3	16,3	100,0
Total		300	75,0	100,0	
Missing System		100	25,0		
Total		400	100,		

Dari tabel di atas terlihat bahwa pada perhitungan dimensi psikologis, mahasiswa yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 21 orang (5,3%), yang menjawab tidak setuju 78 orang (19,5%), yang memberikan jawaban setuju 152 orang (38%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang (12,3%).

3. Dimensi Rasional

Tabel 4. Korelasi dimensi Rasional rasional

	Fre que ncy	Perce nt	Vali d Perce nt	Cu mul ativ e Per cent
Valid	sangat tidak setuju	57	14,3	14,3
	tidak setuju	185	46,3	60,5
	setuju	130	32,5	93,0
	sangat setuju	28	7,0	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Dari table di atas ini terlihat bahwa pada perhitungan dimensi rasional, mahasiswa yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 57 orang (14,3%), yang menjawab tidak setuju 185 orang (46,3%), yang memberikan jawaban setuju 130 orang (32,5%) dan yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang (7%).

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil akhir, yaitu:

Secara sosiologis, terdapat 34,5% yang tidak setuju akan pertanyaan di dimensi ini, hal ini berarti Memilih capres 2014 karena keluarga, kerabat, teman juga memilih capres tersebut. Mereka memilih atas dasar keinginan dan kesukaan mereka sendiri. Mereka juga tidak Memilih capres 2014 karena banyak netizen juga memilih capres tersebut, netizen memang banyak memberikan informasi seputar capres namun tidak signifikan mempengaruhi keputusan pemilih pemula. Pemilih pemula juga tidak Memilih capres 2014 karena akun capres tersebut memiliki banyak pengikut follower dibanding akun capres lainnya di twitter.

Secara psikologis, terdapat 38% yang memberikan jawaban setuju atas pertanyaan di dimensi ini. Memilih capres 2014 karena intuisi diri / pandangan personal terhadap capres tersebut baik adalah pendapat para pemilih pemula yang setuju akan pertanyaan ini. Mereka cenderung sangat mengandalkan insting dan *feeling* dalam pengambilan keputusan politisnya. Sebagian besar dari mereka pun Memilih capres karena memiliki etnis / suku / daerah yang sama

dengan kita. Memilih capres 2014 karena personal appearance capres yang kharismatik / berwibawa.

Secara rasional, terdapat hasil yang cukup seimbang yang menjawab tidak setuju 185 orang (46,3%), yang memberikan jawaban setuju 130 orang (32,5%).

<http://ibudanmama.com/topikhangat/10anak-syndrome-yang-menakjubkan-dunia/>

DAFTAR RUJUKAN

- Briggs, Asa & Burke, Peter. 2006. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg sampai Internet*. Terjemahan A. Rahman Zainuddin. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2014. *Edisi kedua Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto, 2010, *Ilmu Komunikasi*, cetakan I, Bandung: Satu Nusa
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana.2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Handoyo, 2003, Pengantar Immunoasai, Surabaaya: Universitas Airlangga.
- Hery Susanto, Agus. 2011. *Genetika*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Hurlock, Elisabeth. 2006. *Psikologi Perkembangan Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong, Lexy. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Afriyana Qaharana .2010. *Melatih Motorik Anak Down syndrome dengan Metode Persiapan Menulis di TK Pemata Bunda Surakarta*.Skripsi.