

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU PEMILIH
PADA PEMILIHAN PRESIDEN 2019
DI KOTA LUBUKLINGGAU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Publik



WILDA EFRIANI

(2015/15042157)

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NEGARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2020

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih
Pada Pemilihan Presiden 2019 Di Kota
Lubuklinggau

Nama : Wilda Efriani

NIM/TM : 15042157/2015

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Jurusan : Ilmu Administrasi Negara

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 11 Februari 2020

Disetujui oleh,

Pembimbing



Drs. M. Fachri Adnan, M.Si., Pd.D

NIP.19581017 198503 1001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji
Program Studi Ilmu Administrasi Negara Jurusan Ilmu Administrasi Negara
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Hari Rabu, 6 Februari 2020 Jam 11.00 WIB - 12.00 WIB

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan

Presiden 2019 Di Kota Lubuklinggau

Nama : Wilda Efriani
NIM/TM : 15042157/2015
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 11 Februari 2020

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Drs. Fachri Adnan, M.Si., Ph.D	1. 
Anggota	Drs. Syamsir., M.Si., Ph.D	2. 
Anggota	Adil Mubarak, S.IP., M.Si	3. 

Mengesahkan

Dekan FIS UNP



Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum

NIP.19610218 198403 2 001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wilda Efriani
NIM/TM : 15042157/2015
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Fakultas : Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Presiden 2019 Di Kota Lubuklinggau”** adalah benar dan merupakan karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya, apabila ada kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, sepenuhnya merupakan tanggung jawab saya sebagai penulisnya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 11 Februari 2020

Saya yang menyatakan,



Wilda Efriani

2015/15042157

ABSTRAK

Wilda Efriani (2015) : Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Presiden 2019 di Kota Lubuk Linggau

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook terhadap perilaku pemilih pada pemilihan Presiden 2019 di Kota Lubuklinggau. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat Kota Lubuklinggau yang menjadi pemilih aktif pada pemilihan Presiden 2019 sebanyak 160.885. Sedangkan sampel penelitian yang digunakan adalah 157 responden yang ditentukan melalui Teknik Sempel Random Sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan angket kuesioner dengan memberi daftar pertanyaan kepada masyarakat Kota Lubuklinggau yang menjadi pemilih aktif pada pemilihan Presiden 2019. Kemudian teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial penggunaan WhatsApp sebesar 64%, Instagram sebesar 48% dan Facebook sebesar 3,8% dan hasil uji hipotesis media sosial memiliki pengaruh sebesar 53,9% terhadap perilaku pemilih pada pemilihan Presiden 2019 di Kota Lubuklinggau.

Kata Kunci: Media sosial, Perilaku Pemilih, Pemilihan Presiden 2019

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur ke hadirat Allah SWT Rabb semesta alam, karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pada Pemilihan Presiden 2019 Di Kota Lubuklinggau”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah mendapatkan banyak batuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih untuk pihak-pihak yang secara integratif memiliki andil dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Bapak Aldri Frinaldi, SH, M.Hum, Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Drs. M. Fachri Adnan, M.Si. Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Nora Eka Putri, S.IP. M.Si dan Bapak Adil Mubarak, S.IP. M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran – saran dalam

penyempurnaan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar pada jurusan Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Negeri Padang.
5. Staf karyawan dan karyawan keputakaan dan staf administrasi Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Negeri Padang.
6. Masyarakat di Kota Lubuklinggau yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini.
7. Kedua orang tua, kakak dan abang yang peneliti cintai dan sayangi dan terimakasih untuk selalu memberikan semangat serta bantuan moril maupun materil.
8. Rekan-rekan mahasiswa seperjuangan dan untuk keluarga besar Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang terimah kasih untuk ide-ide dan semangatnya.

Penulis sadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna sehingga sangat membutuhkan kritik dan saran yang konstruktif dan relevan agar skripsi ini bisa menjadi layak. Sebelumnya penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan dan semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat yang positif untuk para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padang, Februari 2020

WILDA EFRIANI

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
A. Kajian Teori	
1. Konsep Perilaku Politik	10
2. Perilaku Pemilih	11
3. Pendekatan Dalam Perilaku Memilih	12
4. Pengertian Media Sosial	14
5. Karakteristik Media Sosial	16
6. Jenis - Jenis Media Sosial	19

7. Jenis Media Sosial	21
8. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih	23
9. Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih	24
B. Penelitian Relevan	26
C. Kerangka Konseptual	28
D. Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian	31
C. Definisi Operasional	31
D. Populasi dan Sampel	32
E. Metode Pengumpulan Data	35
F. Jenis dan Sumber	36
G. Teknik Pengambilan Data.....	37
H. Instrumen Penelitian.....	38
I. Validitas dan Reliabilitas Item.....	40
J. Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum	45
B. Profil Responden	47
C. Temuan Khusus	49
D. Pembahasan	73
E. Keterbatas Penelitian	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	80
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Masyarakat Yang Sudah Memiliki Hak Pilih di Kota Lubuklinggau	33
2. Sampel Penelitian	35
3. Penyekoran Angket	37
4. Pengukuran Variabel	39
5. Profil Responden Menurut Klasifikasi Umur	50
6. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	51
7. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Jaringan	51
8. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Informasi	52
9. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Interaksi	53
10. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Arsip.....	54
11. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Simulasi	55
12. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Segi Konten Oleh Pengguna	56
13. Gambaran Media Sosial Dilihat Dari Penyebaran	57
14. Gambaran Perilaku Dilihat Dari Segi Bentuk Dukungan	58
15. Gambaran Perilaku Dilihat Dari Segi Bentuk Minat Memilih	59
16. Uji Validitas Angket	61
17. Uji Kolmogorov – Smirnov Test	63
18. Uji Multikolinearitas	65
19. Hasil Analisis Regresi Berganda	66

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. Kerangka Konseptual	29
2. Uji Normalitas	62
3. Uji Linearitas	64
4. Hasil Uji Heterosedastitas	65
5. Pengaruh Kontribusi X terhadap Y	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sistem pemerintahannya yaitu sistem Presidensial dimana menjalankan roda pemerintahannya ini menggunakan sistem pemilihan presiden untuk mendapatkan kepala negara yang dipilih oleh rakyatnya. Suatu negara tidak dapat berdiri tanpa seorang pemimpin yang dapat melindungi seluruh rakyatnya dari masalah dan bahaya baik yang timbul dari dalam negara itu sendiri maupun yang datang dari luar.

Berdasarkan Undang – Undang No 7 tahun 2017 tentang pemilihan umum, pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat, anggota Dewan Perwakilan Daerah, Presiden dan Wakil Presiden dan untuk memilih anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Intinya pemilihan umum yang dilaksanakan di negara Indonesia merupakan perwujudan dari demokrasi rakyat dan juga sekaligus merupakan pelaksanaan kedaulatan rakyat.

Perkembangan teknologi dalam komunikasi berpengaruh dalam kehidupan manusia baik dalam hal ekonomi, sosial, budaya, dan juga politik. Menurut Ruben (dalam Wilhelm, 2003: 9) menegaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi berpengaruh secara baik terhadap proses politik. Bahkan, kemajuan

komunikasi berbasis internet dengan *e-mail* akan membawa pada pemberian semangat baru demokrasi. Dalam hal ini, salah satu komunikasi berbasis internet yang banyak digunakan adalah media sosial.

Penggunaan media sosial tidak mengenal ruang. Kapan dan dimana saja, seorang dapat memperoleh informasi tentang berbagai hal dan dari berbagai pihak. Demikian pula, seseorang dapat membagikan informasi kepada pihak lain secara cepat dengan menggunakan media sosial, termasuk untuk memanfaatkan media sosial dalam kegiatan politik atau kampanye politik.

Melihat fenomena ini, partai politik dan kandidat mulai melirik media sosial sebagai suatu alat untuk berinteraksi dengan konstituennya, termasuk untuk mempromosikan kepentingan partai mereka. Bahkan, menjelang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, Partai Politik mulai gencar membuat akun untuk melakukan kampanye terhadap calon Presiden dan Wakil Presiden nya.

Menurut Haidir Fitrah Siagian (2015 : 18) Berbagai jenis media sosial yang tengah berkembang dan banyak diminati dalam kegiatan politik di Indonesia adalah Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube, dan sebagainya. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi politik yang memiliki peran untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi tentang politik, kampanye para calon kandidat dari berbagai partai maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat.

Menurut Arfianto Purbolaksono (2018) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia sebesar 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa

setengah atau lebih dari 50% penduduk Indonesia telah mengakses internet. Pengguna media sosial mencapai 49% persen populasi pengguna internet di Indonesia. Dalam pertumbuhan pengguna media sosial sendiri, Indonesia merupakan negara ketiga terbesar dengan tingkat pertumbuhan mencapai 23% atau 24 juta pengguna dalam satu tahun terakhir. Fakta dengan meningkatnya angka pengguna media sosial ini, pada akhirnya telah membawa persaingan baru bagi partai politik dan kandidat dalam Pilkada serentak 2018 dan Pemilu 2019.

Realitasnya, sering dijumpai dalam masa-masa kampanye politik para kandidat calon kepala daerah yang sedang maju dalam kompetisi pemilihan kepala daerah, maupun kandidat calon presiden dalam Pilpres, memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi politiknya kepada khalayouyayak calon pemilih.

Menjelang pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2019 di Indonesia media sosial menjadi alat untuk mensosialisasikan para calon Presiden dan Wakil Presiden seperti yang diunggah dalam akun facebook-nya atau akun Instagram-nya masing-masing pasangan, atau media sosial yang dikembangkan pendukungnya. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia bisa memberikan respon dan menyalurkan aspirasi melalui akun Facebook, Instagram dan WhatsApp. Seperti memberikan dukungan bahkan tidak sedikit yang memberikan kritik maupun menyudutkan salah satu kandidat calon Presiden dan wakil presiden.

Berdasarkan berita Tribun Jateng.com tanggal 26 januari 2018, melaporkan bahwa Warga Desa Pedagangan, Kecamatan Dukuhwaru, Kabupaten Tegal berinisial S (24) terancam menghuni sel penjara lantaran mengumbar ujaran

kebencian di sosial media. Kasatreskrim Polres Tegal AKP Bambang Purnomo menyebut bahwa “tersangka memposting ujaran kebencian di grup Facebook Sisi Lain Kabupaten Tegal (SLKT)”. Dalam postingannya, kata Bambang, berisikan ujaran kebencian yang menyudutkan salah satu paslon Capres tentang latar belakangnya dan postingannya tidak bisa disebutkan. Dari berita ini bisa kita lihat bahwa masyarakat lebih berani berkomentar di media sosial namun tidak berani mempertanggung jawabkan komentarnya di dunia nyata. Ungkapan-ungkapan yang menjatuhkan pasangan calon Presiden di media *Facebook* ini mampu mengubah sikap politik masyarakat.

Berita online juga benar-benar disadari mampu untuk mempengaruhi pembaca bahkan dianggap mampu untuk mengubah orientasi politik pembaca. Media sosial lebih sering diisi oleh akun-akun politik yang ingin memecahbelahkan persatuan serta membuat keributan atau mengganggu ketertiban nasional dengan berbagai tujuan, dimulai dari hanya ingin sekedar mensosialisasikan kandidat calon Presiden dan wakil Presiden dari partai politik masing – masing pendukung agar dikenal masyarakat maupun yang memang berniat jahat untuk merusak.

Contohnya berita online seperti yang disebar di *Facebook*, *Instagram* maupun *WhatsApp* tidak semua benar atau sering disebut berita Hoaks yang isinya rumor, isu, gosip, intimidasi dan persekusi. Kemungkinan terburuk dari beredarnya hoaks ini adalah terbelahnya masyarakat Indonesia yang beragam ini dengan bersenjatakan rasisme serta menimbulkan teror dimana-mana yang disebabkan oleh tulisan orang tidak bertanggung jawab. Berita yang disebar di

media sosial benar-benar disadari mampu untuk memengaruhi pembaca bahkan dianggap mampu untuk mengubah orientasi politik pembaca.

Berpijak pada data Liputan6.com tanggal 04 September 2018, menjelang Pemilihan Presiden 2019, beragam kabar bohong atau hoaks disebar ke masyarakat lewat media sosial. Kabar itu disebar oleh orang yang tidak bertanggung jawab yang ingin memperkeruh suasana politik. Kabar-kabar ini sempat menjadi sorotan berbagai kalangan. Ternyata setelah dikonfirmasi kabar itu tidak benar alias Hoaks. Diantaranya yaitu Ustadz Abdul Somad masuk Times Prabowo - Sandi. Dalam pesan singkat *WhatsApp (WA)*, beredar daftar nama juru kampanye nasional pasangan Prabowo-Sandiaga. Pada urutan kelima, terdapat nama Ustadz Abdul Somad (UAS) pada daftar tersebut. Beliau membantah menjadi tim sukses Prabowo-Sandi. Dalam akun Instagram-nya, Ustadz Abdul Somad mengunggah daftar nama– nama itu dan melingkari namanya dengan menuliskan “*Hoax*”. Ustadz Abdul Somad memang sempat digandang – gandang menjadi cawapres Prabowo, tapi dia menolak. Dia mengaku tidak ingin terlibat ke dunia politik karena ingin fokus ke dakwah.

Melalui wacana-wacana yang disebarluaskan oleh media sosial inilah, lambat laun terjadi konstruksi pemikiran dan pandangan yang relatif sama dalam masyarakat. Sehingga masyarakat tidak bisa membedakan berita yang benar ataupun hoaks. Pengetahuan yang sama inilah yang kemudian bisa menjadi ‘kebenaran baru’ yang bisa saja realitasnya tidak benar. Jika hal ini sudah terjadi, maka media berhasil ‘mencuci otak masyarakat’ dengan informasi-informasi yang

mereka sebar sesuai dengan kepentingannya akibatnya media sosial tidak netral dalam menyebarkan berita.

Berdasarkan *Hootsuite we are social Indonesian* pada Januari 2019 platform media sosial yang paling aktif adalah *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* dengan persentase *WhatsApp* 83%, *Facebook* 81%, *Instagram* 80%.

Kota Lubuklinggau merupakan salah satu kota setingkat Kabupaten yang letaknya paling barat dari wilayah Provinsi Sumatera Selatan. Kota Lubuklinggau merupakan kota yang perkembangan teknologinya berkembang dari tahun ke tahun. Masyarakatnya sudah banyak yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi antar sesama dan juga mencari informasi lewat media sosial antara lain *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram* karena berdasarkan *Hootsuite we are social Indonesian Facebook, WhatsApp dan Instagram* merupakan platform media sosial yang paling aktif. Walikota Lubuklinggau sendiri menggunakan Media Sosial *Instagram* dan *Facebook* sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi tentang perkembangan Kota Lubuklinggau kepada masyarakat, contohnya dalam akun *Instagram* miliknya yang bernama @prana_putra_Sohe, mengunggah berita tentang progres pembangunan dan kesiapan bandara yang berada di Kota Lubuklinggau. Dapat dilihat bahwa perkembangan dan pengaruh media sosial di Kota Lubuklinggau sudah bisa dikatakan maju.

Menjelang pemilihan Presiden 2019 masyarakat diresahkan dengan berita hoaks atau bohong dan mereka tidak bisa membedakannya. Penyebaran berita bohong saat ini sangat mudah beredar baik melalui media sosial seperti di *Facebook*, grup chat *WhatsApp* maupun *Instagram*, mengenai berita bohong yang

sering terjadi akhir-akhir ini, sehingga masyarakat menjadi pusat perhatian sebagai calon pemilih kepala negara yang akan menentukan nasib bangsa ini , khususnya masyarakat Kota Lubuklinggau. Hal ini juga diungkapkan oleh seorang warga Kota Lubuklinggau, andy Kurniawan Permana, tanggal 2 Maret 2018 :

“Saya masih cenderung sulit untuk membedakan mana berita benar dan hoaks, misalnya pada saat menjelang pemilu banyak saya baca berita tentang capres di *Facebook* tetapi tidak tau mana yang hoak mana yang tidak. Dalam kasus ini belum ada turun tangan dari pemerintah setempat untuk mensosialisasikan tentang ciri-ciri berita hoaks”.

Oleh karena itu, untuk meneliti lebih jauh bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku politik masyarakat dalam pemilihan Presiden di Kota Lubuklinggau, maka Peneliti mengangkat judul: **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Masyarakat Pada Pemilihan Presiden 2019 di Kota Lubuklinggau”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Media sosial tidak selalu menyebarkan berita akurat.
2. Media sosial menjadi sarana ungkapan menyudutkan salah satu pasangan calon presiden.
3. Sulit masyarakat membedakan berita benar maupun berita bohong (hoaks).

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah penelitian pada pengaruh media sosial WhatsApp,

Instagram dan Facebook terhadap perilaku pemilih pada Pemilihan Presiden 2019 di Kota Lubuklinggau.

D. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah informasi yang diperoleh dari *WhatsApp* berpengaruh terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau?
2. Apakah informasi yang diperoleh dari *Instagram* berpengaruh terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau?
3. Apakah informasi yang diperoleh dari *Facebook* berpengaruh terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh informasi yang diperoleh dari *WhatsApp* terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau.
2. Untuk mengetahui pengaruh informasi yang diperoleh dari *Instagram* terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau.
3. Untuk mengetahui pengaruh informasi yang diperoleh dari *Facebook* terhadap perilaku pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kota Lubuklinggau.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

sumbangan pemikiran dan penambahan ilmu pengetahuan dalam khasanah Ilmu Administrasi Negara, terutama tentang studi sistem politik Indonesia.

2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi saya, masyarakat dan instansi setempat terkait dengan pengaruh media sosial dalam perilaku politik masyarakat.