



Judul Skripsi:

Pengaruh Kampanye Negatif Di Media Sosial TikTok Terhadap Voting Behavior Generasi Z Pilpres 2024 (Studi Kasus: Siswa/i SMAN 9 Jakarta Timur)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh Gelar sarjana Ilmu Politik pada Prodi Ilmu Politik

Nama : Aanisah Rizq Amalia

NIM 2010413149



PROGRAM STUDI ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

**Pengaruh Kampanye Negatif di Media Sosial TikTok Terhadap
Voting Behavior Generasi Z Pilpres 2024 (Studi Kasus: Siswa/i
SMAN 9 Jakarta Timur)**

Dosen Pembimbing:

Lia Wulandari, S.Sos., M.PP



Disusun oleh :

Aanisah Rizq Amalia

2010413149

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Aanisah Rizq Amalia
NIM : 2010413149
Program Studi : Ilmu Politik

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Desember 2024

Yang menyatakan,



(Aanisah Rizq Amalia)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aanisah Rizq Amalia
NIM : 2010413149
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KAMPANYE NEGATIF DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP VOTING BEHAVIOR GENERASI Z PILPRES 2024 (STUDI
KASUS: SISWA/I SMAN 9 JAKARTA TIMUR)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi/Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 5 Februari 2025

Yang menyatakan,


Aanisah Rizq Amalia

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR JURNAL

NAMA : Aanisah Rizq Amalia
NIM : 2010413149
PROGRAM STUDI : Ilmu Politik
JUDUL : Pengaruh Kampanye Negatif Di Media Sosial Tiktok Terhadap Voting Behavior Generasi Z Pilpres 2024 (Studi kasus: Siswa/ SMAN 9 Jakarta Timur)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Lia Wulandari, S.Sos.,M.,)

Penguji 1



(Fatkhuri, SIP.,MA.,MPP.)

Penguji 2



(Restu Rahmawati, Sos.,Ma.,)

Ketua Program Studi
Ilmu Politik



Restu Rahmawati, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 6 Januari 2025

Pengaruh Kampanye Negatif di Media Sosial TikTok Terhadap Voting Behavior Generasi Z Pilpres 2024 (Studi Kasus: Siswa/i SMAN 9 Jakarta Timur)

AANISAH RIZQ AMALIA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh kampanye negatif di media sosial tiktok terhadap voting behavior pemilih pemula dari generasi z di pilpres 2024. Penelitian ini berfokus pada bagaimana konten kampanye negatif di media sosial tiktok dapat mempengaruhi voting behavior dan adopsi konten negatif pada pemilih pemula generasi z. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan pemilih pemula generasi z di pilpres 2024, khususnya siswa/i SMAN 9 Jakarta Timur. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi hubungan antara *eksposure* konten kampanye negatif di media sosial tiktok terhadap voting behavior adopsi konten negatif, serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *eksposure* konten kampanye negatif di tiktok terhadap voting behavior dan adopsi konten negatif pemilih pemula generasi z pada pilpres 2024. Responden yang memilih pertama kali saat pilpres 2024, merasa adanya perubahan sikap memilih mereka dengan adanya rasa simpati pada kandidat yang mendapatkan serangan dan menjadi ragu dalam menentukan pilihannya setelah adanya paparan konten kampanye negatif di tiktok. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku memilih (voting behavior) di tengah maraknya kampanye negatif di media sosial. Selain itu, temuan ini juga memberikan implikasi strategis bagi partai politik dalam merancang kampanye di media sosial untuk menarik perhatian pemilih pemula dari generasi

Kata Kunci: TikTok, Kampanye Negatif, Generasi Z, Pilpres 2024, Voting Behavior

***The Influence of Negative Campaigns on TikTok Social Media on
the Voting Behavior of Generation Z in the 2024 Presidential
Election (Case Study: Students of SMAN 9 East Jakarta)***

AANISAH RIZQ AMALIA

ABSTRACT

This research aims to understand the influence of negative campaigns on social media TikTok on the voting behavior of first-time voters from Generation Z in the 2024 presidential election. This research focuses on how negative campaign content on social media TikTok can influence voting behavior and the adoption of negative content among first-time voters of Generation Z. . The research method used is a quantitative approach with a survey design. Researchers distributed questionnaires to respondents who were beginner voters of the Z generation in the 2024 presidential election, especially students of SMAN 9 East Jakarta. The data collected was analyzed using statistical techniques to identify the relationship between exposure to negative campaign content on TikTok social media and voting behavior, adopting negative content, as well as testing the hypotheses that have been established. The results of the research show that there is a significant influence from exposure to negative campaign content on TikTok on voting behavior and the adoption of negative content by first-time Generation Z voters in the 2024 presidential election. Respondents who voted for the first time in the 2024 presidential election felt that there had been a change in their voting attitudes due to their feeling of sympathy for the candidate. who received attacks and became doubtful in making their choices after being exposed to negative campaign content on TikTok. These findings provide an important contribution in understanding voting behavior amidst the rise of negative campaigns on social media. Apart from that, these findings also provide strategic implications for political parties in designing campaigns on social media to attract the attention of first-time voters from generation z.

Keywords: *TikTok, Negative Campaign, Generation Z, 2024 Presidential Election, Voting Behavior*

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kampanye Negatif Di Media Sosial TikTok Terhadap Voting Behavior Generasi Z Pilpres 2024 (Studi Kasus: Siswa/I SMAN 9 Jakarta Timur)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana di UPNVJ. Banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan bimbingan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Lia Wulandari, S.Sos.,M., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
2. Fatkhuri, SIP.,MA.,MPP. Dan Restu Rahmawati, S.Sos.,MA., selaku dosen penguji I dan II yang telah memberikan saya kritik, saran, dan penilaian yang membangun juga membuat skripsi saya menjadi lebih baik.
3. Ayah dan Ibu yang selalu menanyakan proses penulisan skripsi saya dan tetap mendukung kegiatan saya yang lain agar saya tetap semangat dalam menulis skripsi.
4. Teman-teman SMA, Vonny, Farah, Aca, dan Amal yang selalu membantu saya apabila saya ada kebingungan dan kesulitan dalam menyusun skripsi.
5. Teman-teman kuliah saya dan juga teman konser saya Risyia yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi ini dan memberi saya semangat untuk segera mengerjakan agar event konser selanjutnya akan dihadiri dengan tenang.

Penulis menyadari bahwa dalam tulisan saya dalam skripsi ini belum sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi materi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karna ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi para pembaca.

Terakhir, penulis berharap agar karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Politik.

Jakarta, 25 Desember 2024,

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aanisah Rizq Amalia', with a stylized flourish at the end.

Aanisah Rizq Amalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademik	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Teori dan Konsep penelitian.....	15
2.2.1 Teori Voting Behavior.....	15
2.2.2 Teori Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	19
2.2.3 Konsep Penelitian	21
2.3 Alur Penelitian.....	26
2.4 Perumusan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	29

3.4 Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1 Populasi	32
3.4.2 Sampel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1 Survei.....	33
3.6 Sumber Data	34
3.6.1 Data Primer.....	34
3.6.2 Data Sekunder	34
3.7 Metode Analisis.....	34
3.7.1 Skala Pengukuran	35
3.7.2 Uji Validitas.....	36
3.7.3 Uji Reliabilitas	36
3.7.4 Uji Regresi Sederhana	37
3.7.5 Kriteria Tingkat Kekuatan Korelasi	38
3.8 Pengujian Hipotesis	38
3.9 Jadwal Penelitian	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.1.1 Generasi Z Siswa/i SMAN 9 Jakarta Timur.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Analisis Variabel X (Eksposure Kampanye Negatif TikTok).....	44
4.2.2 Analisis Variabel Y1 (Voting Behavior)	53
4.2.3 Analisis Variabel Y2 (Adopsi Konten Negatif).....	59
4.3 Analisis Data	65
4.3.1 Uji Normalitas Data.....	65
4.3.2 Uji Reabilitas	66
4.3.3 Uji Validitas.....	67
4.3.4 Uji Korelasi Spearman	71
4.3.5 Uji Regresi Linear dan Uji T	72
4.3.6 Uji Determinasi.....	75
4.4 Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	92

LAMPIRAN	93
A. Formulir Persetujuan Sidang Akhir	93
B. Surat Izin Penelitian	94
C. Kuesioner Penelitian	95
D. Transkrip Wawancara	96
E. Dokumentasi Wawancara.....	107
F. Lembar Perbaikan Hasil Sidang Skripsi.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Alur Penelitian.....	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert	35
Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai r	36
Tabel 3. 4 Rencana Penelitian	39
Tabel 4. 1 Uji Normalitas Data.....	66
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	66
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y1.....	67
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y2.....	67
Tabel 4. 5 Uji Validitas Variabel X.....	68
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel Y1	69
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel Y2.....	70
Tabel 4. 8 Uji Korelasi	71
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linear Sederhana X terhadap Y1	72
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linear Sederhana X terhadap Y2	74
Tabel 4. 11 Tabel Uji Determinasi Variabel X terhadap Y1	75
Tabel 4. 12 Tabel Uji Determinasi Variabel X terhadap Y2	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Classification of Social Media by social presence/media richness and self-presentation/self-disclosure	23
Gambar 4. 1 Gambar Lokasi Penelitian.....	40
Gambar 4. 2 Usia Responden	42
Gambar 4. 3 Jenis Kelamin Responden.....	42
Gambar 4. 4 Agama Responden	43
Gambar 4. 5 Hasil Kuesioner X1	44
Gambar 4. 6 Hasil Kuesioner X2	45
Gambar 4. 7 Hasil Kuesioner X3	46
Gambar 4. 8 Hasil Kuesioner X4	47
Gambar 4. 9 Hasil Kuesioner X5	48
Gambar 4. 10 Hasil Kuesioner X6	49
Gambar 4. 11 Hasil Kuesioner X7	50
Gambar 4. 12 Hasil Kuesioner Y1_1.....	53
Gambar 4. 13 Hasil Kuesioner Y1_2.....	54
Gambar 4. 14 Hasil Kuesioner Y1_3.....	55
Gambar 4. 15 Hasil Kuesioner Y1_4.....	56
Gambar 4. 16 Hasil Kuesioner Y1_5.....	57
Gambar 4. 17 Hasil Kuesioner Y2_1.....	60
Gambar 4. 18 Hasil Kuesioner Y2_2.....	61
Gambar 4. 19 Hasil Kuesioner Y2_3.....	62
Gambar 4. 20 Hasil Kuesioner Y2_4.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Persetujuan Sidang Akhir	93
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	94
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	98
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Online Via Google Meet.....	108
Lampiran 6 Lembar Perbaikan Hasil Sidang Skripsi	109