

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tren media sosial YouTube sebagai platform peluang re-branding persona politik dengan konsep 'Milenial' yang diidentifikasi pada vlog Presiden Joko Widodo di masa pemerintahan tahun 2017-2019. Penelitian juga akan melihat peluang korelasi re-branding persona politik dengan preferensi politik pemilih pemula UGM di pilpres 2019. Konten #JKWVLOG Joko Widodo diidentifikasi tidak hanya menampilkan dan membentuk branding citra politik sebagai pemimpin yang dekat dan ideal bagi generasi Milenial di Indonesia. Melainkan juga menaikkan isu elektabilitas politiknya untuk pemilu presiden 2019 yang mana segmentasi kelompok pemilih terbesar adalah kalangan Milenial muda. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi *concurrent embedded* dengan metode kuantitatif sebagai 70% metode primer dan kualitatif sebagai 30% metode sekunder. Segmentasi populasi penelitian adalah Mahasiswa UGM dengan kriteria kelompok kelahiran tahun 1996-2001, merupakan pemilih pemula terdaftar pada pilpres 2019, pengguna aktif YouTube dan telah menonton #JKWVLOG. Teknik sampling adalah *non-probability* dengan *proportioned quota sampling* yang menetapkan sampel berdasarkan proporsi kuota seimbang dan kriteria tertentu. Jenis penelitian adalah deskriptif dengan format survei menggunakan kuesioner dan korelasional dua variabel. Data primer kuesioner dihitung dan diolah menggunakan SPSS dengan frekuensi tabulasi data, jumlah nilai rata-rata pada masing-masing indikator, uji nilai ANOVA/Z dan uji korelasional *Pearson Correlation* untuk nilai korelasi. Data pendukung kualitatif menggunakan observasi #JKWVLOG melalui grafik statistik SocialBlade.com dan studi kepustakaan terkait. Kedua data kemudian diolah secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan, *positioning re-brand* "Pemimpin Milenial" Presiden Joko Widodo yang ditampilkan melalui #JKWVLOG periode pemerintahan 2017-2019, mampu menarik atensi 250 responden dan peluang keberhasilan terhadap personalitas baru Joko Widodo. Rata-rata responden dari mahasiswa pemilih pemula UGM setuju video-video YouTube bertagat #JKWVLOG menampilkan karakter pemimpin yang ideal bagi kalangan Milenial Indonesia. Terdapat korelasi dengan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula UGM dengan korelasi paling kuat adalah preferensi politik *rational choice* yang memiliki tingkat kekuatan korelasi hampir sempurna sebesar 70,4%. Pada preferensi politik *rational choice*, responden rata-rata sangat setuju atas kualitas dan hasil kerja pemerintahan Jokowi periode 2017-2019. Data penelitian juga menunjukkan lebih dari 70 persen responden mengatakan bahwa media memang memberikan pengaruh bagi mereka untuk menentukan pilihan politik masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa pemaparan informasi dan opini politik melalui media sangatlah signifikan terhadap preferensi politik pemilih dan kesediaan untuk menggunakan hak pilih mereka.

**Keywords:** *Re-branding persona politik, Jokowi, #JKWVLOG, Milenial, dan preferensi politik.*

### **ABSTRACT**

This study examines YouTube trends as a social media platform for the re-branding of political persona within the 'Millennial' concept as identified in President Joko Widodo's vlog during the 2017-2019 administration. The research will also look at opportunities for correlation between political persona re-branding and the political preferences of UGM voters in the 2019 presidential election. #JKWVLOG contents were identified as not only displaying and shaping Joko Widodo's political branding reputation as a close and ideal leader type of Millennial generation in Indonesia. It also raises the issue of political electability for the 2019 presidential election in which the largest voter group segmentation is young Millennial. This study uses a combination of concurrent embedded methods with quantitative methods as 70% primary and qualitative methods as 30% secondary methods. The population was UGM students with certain criteria such as birth groups in 1996-2001, who were beginner voters registered in the 2019 presidential election, were active YouTube users and had watched #JKWVLOG. The sampling technique is non-probability with proportioned quota sampling which sets the sample based on the proportion of the balanced quota and certain criteria. This type of research is descriptive survey format using a questionnaire and correlations format between two variables. The questionnaire primary data were calculated and processed using SPSS with frequency of tabulation data, the average number of values for each indicator, ANOVA / Z value test and Pearson Correlation test for correlation values. Qualitative supporting data using related literature and #JKWVLOG observations through SocialBlade.com statistical charts studies. Both data are then processed descriptively.

The results showed that President Joko Widodo's "Millennial Leader" re-brand position presented through the #JKWVLOG 2017-2019 administration period, was able to attract the attention of 250 respondents and a chance of success towards Joko Widodo's new personality. The average respondents from UGM beginner voter students agreed that the #JKWVLOG YouTube videos displayed their ideal leader character for Indonesian Millennials. There is correlation between the political preferences of UGM beginner voter students with the strongest correlation being the rational choice political preference which has almost perfect correlation strength of 70.4%. In rational choice political preferences, the average respondent strongly agreed based on the quality and work outcomes of the Jokowi administration for the 2017-2019 period. Research data also shows that more than 70 percent of respondents said that the media did influence them to decide their political choices. This shows that the exposure of information and political opinions through the media is very significant to the political preferences of voters and their willingness to use their voting rights.

**Keywords:** *Re-branding political persona,, Jokowi, #JKWVLOG, Millennial, dan political preferences.*