

Pengaruh Penggunaan Media Sosial untuk Berita Politik terhadap Partisipasi Politik Daring pada Mahasiswa Jawa Barat

Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

140-160

© The Author(s) 2025



Volume 22.2 Juli-Desember 2025

Publikasi online: 30 Desember 2025

<https://jisip.jurnaliisipjakarta.id>

Received: 24 Desember 2025

Revised: 17 April 2025

Accepted: 2 Desember 2025

DOI : 10.36451/jisip.v22i2.87.

The Influence of Social Media Use for Political News on Online Political Participation among West Javanese Students

Defrio Saka Wahid¹ , Benazir Bona Pratamawaty² , Purwanto³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Indonesia

³ Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta, Indonesia

Corresponding author:

Benazir Bona Pratamawaty, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Ir. Sukarno No.KM. 21, Hegarmanah, Jatinangor, Sumedan, Jawa Barat, 45363, Indonesia. E-mail: benazir.bona@unpad.ac.id

Abstrak

Artikel ini melaporkan hasil penelitian yang bertujuan menerangkan pengaruh intensitas penggunaan media sosial untuk berita politik terhadap kecenderungan partisipasi politik daring di kalangan mahasiswa di Provinsi Jawa Barat. Metode yang digunakan termasuk dalam pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner daring. Sampel terdiri atas 407 mahasiswa aktif

yang dipilih dengan teknik *convenience sampling* dan analisis data dengan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, meskipun lemah, antara penggunaan media sosial untuk berita politik terhadap partisipasi politik secara daring ($R = 0,109$; $R^2 = 1,2\%$; $p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi frekuensi mahasiswa mengakses berita politik melalui media sosial, semakin besar kecenderungan mereka untuk terlibat dalam aktivitas politik digital, seperti mengikuti kampanye daring, mengunggah opini politik, atau menjadi sukarelawan *online*. Kendati demikian, rendahnya nilai koefisien determinasi mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, seperti minat politik, efikasi politik, dan diskusi interpersonal, kemungkinan memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap partisipasi politik daring.

Kata Kunci

Berita politik; Daring; Media sosial; Partisipasi politik

Abstract

This article reports the results of a study aimed at explaining the influence of the intensity of social media use for political news on the tendency of online political participation among students in West Java Province. The method used is the quantitative approach with the survey technique through an online questionnaire. The sample consisted of 407 active students selected using a convenience sampling technique and data analysis with simple linear regression. The results of the study indicate a significant, albeit weak, influence between the use of social media for political news and online political participation ($R = 0.109$; $R^2 = 1.2\%$; $p < 0.05$). This means that the higher the frequency of students accessing political news through social media, the greater their tendency to engage in digital political activities, such as participating in online campaigns, posting political opinions, or volunteering online. However, the low coefficient of determination indicates that other factors, such as the political interest, political efficacy, and interpersonal discussions, may have a greater contribution to online political participation.

Keywords

Online; Political news; Political participation; Social media

Pendahuluan

Media sosial adalah aplikasi maupun situs internet yang memungkinkan penggunaannya untuk melihat dan membagikan konten-konten yang berasal dari pengguna itu sendiri (Rodriguez & Shelton, 2019). Kemampuan untuk dapat mengunggah konten pribadi inilah yang membedakan media sosial dengan media-media kontemporer lainnya (Kaplan & Haenlein, 2010). Karena pembeda tersebut, hampir seluruh jenis konten yang diinginkan oleh pengguna lainnya dapat dilihat di media sosial, mulai dari konten politik (Zhuravskaya et al., 2020), gaya hidup (Perloff, 2014), bahkan kesehatan (Smailhodžić et al., 2016). Pengguna media sosial pun dapat menggunakan media sosial dengan cara apa pun yang mereka mau dan tidak terikat pada satu topik saja.

Media sosial juga memiliki bermacam-macam jenis sesuai dengan keinginan penggunaannya

dan dapat diklasifikasikan dalam dua nilai, yaitu nilai presentasi dan nilai kehadiran sosial atau *social presences*. Media sosial dapat dibedakan dari tinggi rendahnya nilai presentasi yang mereka miliki serta tiga tingkatan (tinggi, sedang, dan rendah) nilai kehadiran sosial yang terdapat di media sosial tersebut. Media sosial seperti blog memiliki nilai presentasi yang tinggi namun kehadiran sosial yang rendah. Sebaliknya, permainan video yang terhubung dengan internet memiliki kehadiran sosial yang tinggi namun rendah akan presentasi sosial (Kaplan & Haenlein, 2010).

Media sosial juga memiliki berbagai jenis sesuai dengan cara penggunaannya dan bagaimana pengguna dapat memanfaatkan media sosial itu dengan baik (Hoffman & Novak, 2012). Media sosial dapat berubah menjadi tempat tanya jawab yang unik dan personal seperti Quora. Media sosial juga dapat menjadi tempat khusus untuk membagikan hasil tes genetik dan etnis. Media sosial telah berkembang begitu besarnya, bahkan jumlah video yang diunggah ke media sosial YouTube dalam kurun waktu satu bulan telah melebihi jumlah video yang telah dibuat oleh tiga yayasan media besar di Amerika Serikat, yaitu NBC, CBS, dan ABC.

Oleh karena masifnya pengguna media sosial dan beragamnya jenis konten yang tersedia, dimungkinkan terjadi belakangan ini karena adanya konvergensi media. Konvergensi media memiliki arti “Kemampuan untuk menghantarkan beberapa saluran media berbeda melalui suatu platform digital tunggal” (McPhillips & Merlo, 2008). Konvergensi media sejatinya bermacam-macam, namun karena seperti yang telah disinggung di awal, banyak saluran dan perusahaan media berkonvergen untuk melebarkan salurannya pada media sosial melihat masifnya penggunaannya. Contohnya saja Kompas.com yang berhasil melakukan konvergensi media ke beberapa media sosial seperti Twitter dan Youtube, hal ini memungkinkan pembaca untuk menikmati konten Kompas.com melalui media sosial yang sering mereka kunjungi (Putri, 2021). Hal ini menguntungkan bagi media, karena memiliki cara untuk menjaring pembaca lebih banyak lagi dan memunculkan konten berita yang kredibel dan terstruktur di media sosial untuk penggunaannya.

Dalam penggunaan media sosial, salah satu konten yang kerap kali ramai diperbincangkan dan dapat ditemui adalah konten tentang politik. Salah satu alasan mengapa hal ini terjadi adalah karena dengan adanya media sosial, pengguna dapat memiliki kesempatan untuk menjadi komentator politik mereka masing-masing. Hal ini didukung juga oleh banyaknya jurnalis berita politik yang menggunakan media sosial untuk mengekspresikan opini pribadi mereka dan untuk ikut berkecimpung dalam diskusi politik dan isu-isu politis (Podger, 2009). Menurut Rogstad (2013), fenomena banyaknya jurnalis yang menggunakan media sosial untuk membuka forum diskusi dan memberikan opini mereka terhadap isu tersebut dinamakan dengan *political commentators*.

Banyaknya berita politik yang muncul di media sosial juga disebabkan oleh konvergensi media yang telah disinggung di atas. Konvergensi media tersebut memunculkan banyaknya berita yang terinstitusi dalam media sosial masing-masing. Berbeda dengan jurnalis politik seperti

kata Podger, media ini mengatasnamakan institusi mereka dan menjalankan norma-norma dan nilai-nilai jurnalisme. Menurut Rogstad (2013), hal inilah yang membedakan antara *political commentators* dan *political reporters*.

Sepanjang sejarah sejak adanya media sosial di era modern, media sosial memiliki peranan penting dalam menentukan alur politik atau setidaknya memiliki pengaruh yang besar dalam rangkaian berlangsungnya pemilihan umum di suatu daerah atau negara. Salah satu contoh yang dapat kita lihat dampaknya adalah penggunaan akun Instagram Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden tahun 2019 (Sunarwan & Surlia, 2021). Penelitian yang ada menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempermudah kampanye politik dan membuktikan adanya koneksi antara media sosial dan politik.

Lebih lanjut, media sosial dapat memengaruhi masyarakat untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam berjalannya politik. Semakin besarnya paparan pengguna terhadap konten-konten politik di media sosial, semakin besar kemungkinan mereka untuk menemukan orang-orang yang kita ketahui, namun dengan minim kedekatan untuk mengembangkan kognisi mereka tentang politik dan berpartisipasi lebih lanjut (De Zúñiga et al., 2012). Alasan berikutnya tentang mengapa paparan berita politik dapat berpengaruh dengan partisipasi politik di dunia nyata adalah pengguna media sosial dapat mempelajari berita tentang politik dari apa yang orang lain unggah. Paparan tidak sengaja ini dapat diakibatkan karena terdapat kontak yang mendorong isu tersebut ke dalam media sosial (Bode, 2012). Hal ini pun mendorong partisipasi atas isu yang telah mereka ketahui bahkan kaji sebelumnya.

Pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi juga dapat disebabkan meningkatnya kesempatan seseorang untuk dihubungi oleh suatu organisasi politik jika ia lebih banyak menggunakan media sosial (Halpern et al., 2017). Pengguna yang dihubungi oleh suatu organisasi politik berkemungkinan besar untuk berpartisipasi politik atas ajakan dan persuasi organisasi tersebut. Berikutnya, partisipasi politik juga dapat dipengaruhi oleh penyebaran antar pengguna media sosial. Jika ada pengguna yang mengunggah tentang isu politik, besar kemungkinan hal tersebut akan tersebar antar pengguna media sosial yang ada, dan nantinya mendorong partisipasi politik lebih lanjut (Bond et al., 2012).

Dalam penelitian ini, akan dijelaskan pengaruh penggunaan media sosial untuk berita politik terhadap partisipasi politik. Apakah dengan paparan berita politik di media sosial akan mendorong tingginya partisipasi politik terutama bagi mahasiswa di Universitas-universitas yang berada di Provinsi Jawa Barat.

Politik dalam Media Sosial

Seperti yang telah dibahas di atas, yang membedakan antara media sosial dan media konvensional adalah kemampuan untuk menyebarkan konten yang dibuat oleh pengguna media sosial sendiri (*user generated content*). Berbeda dengan media yang lain, konten di media sosial tidak perlu melewati proses berkepanjangan tentang kurasi, sensor, peninjauan bahkan

penyuntingan. Dengan begitu, konten-konten media sosial dapat lebih mudah dibuat karena spontanitas dan aktualitas konten yang beredar (Kitsa, 2022). Menurut Kitsa (2022), ditekankan kembali bahwa konten-konten dan fitur yang ada dalam media sosial sangat bergantung dan dapat menimbulkan satu fenomena dasar yaitu partisipasi. Semenjak dimungkinkannya umpan balik instan seperti di Facebook, kebutuhan untuk melakukan *focus group* memudar karena kalah efektif dengan rubrik bahasan yang ada di media sosial.

Hal ini dapat dihubungkan dengan berita politik yang kerap ditemui di media sosial. Berita politik adalah sebuah berita atau informasi, atau bahkan peristiwa terkini (*current affairs*) yang berkaitan dengan politik (Shehata & Strömbäck, 2018). Lebih lanjut, berita politik meliputi institusi politik, pelaku, proses dan kebijakan politik (Albæk et al., 2019). Pada dasarnya, adanya fasilitas dengan fitur-fitur tertentu seperti media sosial merupakan kebutuhan yang mendasar dari politik itu sendiri. Salah satu hal yang paling mendasar dari demokrasi adalah keputusan dan pemilihan konstituen pemilih harus didasarkan oleh pemikiran yang mengerti (*informed*) isu-isu politik (Bode, Edgerly, Sayre, Vraga, & Shah, 2013 dalam Bode, 2015). Media sosial memudahkan orang-orang dari berbagai latar belakang untuk menjadi lebih teredukasi dengan isu politik. Hal ini pun bisa didapatkan dari pencarian yang disengaja maupun dari paparan tidak disengaja. Secara garis besar, media sosial membantu sistem politik berjalan dengan baik.

Dalam Chaffee dan Kanihan (1997), dijelaskan bagaimana media dapat meningkatkan pengetahuan politik masyarakat secara keseluruhan. Peningkatan pengetahuan tersebut dapat dilihat dari pengetahuan tentang kandidat, isu politik, kepartaian, dan bahkan wawasan tentang peristiwa-peristiwa terkini. Bode (2015) menambahkan bahwa dengan adanya media sosial, paparan dan peningkatan pengetahuan ini dapat tumbuh dengan subur. Berita politik dalam media sosial, kampanye daring, laman berita daring, dan lain-lain dapat menambah pengetahuan kita dalam politik. Terdapat hubungan pula antara penggunaan situs media sosial dengan peningkatan partisipasi sipil, pembentukan modal sosial, dan partisipasi politik (Bode, 2015; De Zúñiga et al., 2012).

Namun, hal yang perlu digarisbawahi adalah bagaimana peningkatan partisipasi politik dan hubungannya terhadap media sebetulnya tidak serta merta berdasarkan penggunaannya, namun dari motivasi penggunaanya (De Zúñiga et al., 2012). Dalam sebuah penelitian, media akan memiliki pengaruh positif terhadap partisipasi politik jika pengguna menggunakan media tersebut untuk mencari informasi dan menambah wawasan. Sebaliknya, pengguna yang menggunakan media sosial hanya untuk hiburan saja atau sebagai pengalih perhatian, memiliki efek yang tidak nampak (Katz, 1974).

Dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik, motivasi tersebut juga dipengaruhi oleh kepentingan dan kebermanian seseorang terhadap politik. Semakin seseorang memiliki ketertarikan atau bahkan kepentingan dalam suatu topik politik tertentu atau bahkan suatu tokoh politik, semakin tinggi kemungkinan ia menggunakan sebuah media untuk mencari informasi (David, 2009). Namun dalam masa kampanye dan di tahun-tahun politik, animo

masyarakat dalam bidang politik meningkat. Banyak sekali konten yang berkulat tentang politik partai dan calon presiden (Majid & Andriani, 2023). Semakin banyaknya konten tersebut diunggah di media sosial, semakin tinggi pula paparan yang diterima masyarakat di media sosial.

Partisipasi Politik Daring

Menurut Milbrath (1981), partisipasi politik dapat dilakukan dengan berbagai cara namun tidak terbatas pada: voting (pemilihan), melakukan kampanye, bergabung dengan partai politik, menjadi aktivis masyarakat/komunitas, menghubungi pejabat publik, demonstrasi, dan lain-lain. Meski demikian, banyaknya contoh partisipasi politik, namun terdapat tren turunnya partisipasi politik pada beberapa kasus khususnya untuk generasi X dan Y. Hal ini ditunjukkan dalam turunnya tingkat pemilihan, ketidakpedulian terhadap pemerintahan, dan menghindari media berita tentang politik (Bennet dalam Meng & Berezina, 2020).

Partisipasi politik memiliki pengembangan konsep dari tahun ketahun. Di awal pengembangannya, partisipasi politik selalu berkaitan dengan pemilihan dalam konsep demokrasi (Smith et al., 1955). Namun, lambat laun, konsep partisipasi politik berubah menjadi lebih inklusif dan juga menggolongkan bentuk partisipasi selain pemilihan. Milbrath (1981) mendefinisikan partisipasi politik sebagai kegiatan masyarakat sipil untuk memengaruhi/mendukung pemerintahan dan politik. Milbrath mengatakan bahwa definisi ini tidak hanya melibatkan partisipasi aktif, namun aktivitas seperti upacara dan dukungan-dukungan politik juga terlibat.

Dalam perkembangannya, partisipasi politik tidak terbatas pada partisipasi yang bersifat konvensional, seperti pemilihan dan kampanye luar jaringan. Dewasa ini, partisipasi politik lebih banyak dilakukan secara non-konvensional seperti demonstrasi politik, dan lain-lain (Theocharis & Van Deth, 2017). Partisipasi politik pun berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi dan internet. Seperti yang telah disinggung di atas, dengan kemampuan media sosial untuk mengunggah konten yang dibuat oleh penggunanya, isu-isu politik dapat dibahas dengan mudah.

Karena pengembangan tersebut, bentuk-bentuk partisipasi politik selalu berubah-ubah dan bervariasi sesuai dengan jenis dan metode pelaksanaannya. Gibson dan Cantijoch (2013) mengidentifikasi jenis-jenis partisipasi politik sebagai berikut. Partisipasi aktif terdiri dari voting, kegiatan partai, demonstrasi/protes, menghubungi politisi, komunal dan konsumerisme. Partisipasi pasif terdiri atas konsumsi berita, diskusi, dan pengekspresian. Kedua bentuk partisipasi ini memiliki padanannya dalam partisipasi luring maupun daring.

Partisipasi secara aktif dan pasif sangat dimungkinkan dilakukan secara daring. Negara seperti Estonia telah berhasil melakukan pemilihan secara daring (*e-voting*) (Sindermann et al., 2022). Kegiatan partai seperti penggalangan simpatisan dan kampanye juga sering dilakukan di media sosial. Protes-protes juga dapat dikoordinir dan bahkan dilakukan secara daring. Semenjak adanya media sosial, akses untuk menghubungi tokoh politik menjadi lebih mudah dan transparan. Dengan menggunakan fitur media sosial tertentu, obrolan seseorang dengan tokoh politik dapat dengan mudah dilihat oleh orang lain, meningkatkan transparansi, dan meningkatkan kredibilitas.

Dalam berpartisipasi politik secara pasif dan *online*, seseorang dapat dengan mudah menggunakan media sosial dalam mengonsumsi berita. Konten-konten yang disajikan juga dapat dengan mudah ditelusuri dan dapat digali lebih dalam dengan suatu topik tertentu. Dalam penerapannya, media sosial juga memberi kemampuan untuk berdiskusi dalam isu-isu politik, seperti di forum-forum terbuka. Media sosial juga memberi ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan pandangan politiknya dengan cara melakukan *repost* dan berbagai macam cara lainnya.

Partisipasi politik secara daring juga memiliki kelebihan lain, partisipasi politik daring lebih digemari oleh audiens yang lebih muda (Vitak et al., 2011). Dalam dunia dengan partisipasi politik pemuda yang menurun, hal tersebut menjadi peluang tersendiri. Dengan adanya partisipasi politik secara daring, pemuda yang ingin memiliki kontribusi dan/atau ingin memengaruhi pemerintahan daerahnya atau negaranya memiliki kesempatan tanpa harus menjalankan hak tersebut secara luring.

Seperti yang telah dicontohkan oleh Gibson dan Cantijoch (2013), konsumsi berita dan diskursus politik, yang salah satunya bisa menggunakan media sosial, merupakan salah satu bentuk partisipasi politik pasif. Namun, timbul pertanyaan lainnya, jika konsumsi berita merupakan partisipasi politik dan partisipasi politik dapat ditingkatkan dengan menambahkan wawasan, apa sebenarnya pengaruh kedua hal tersebut? Singkatnya, apa pengaruh penggunaan media sosial untuk berita politik terhadap partisipasi politik. Mengingat urgensi dari menurunnya partisipasi politik pemuda, dan bagaimana pemuda lebih tertarik untuk berpartisipasi secara daring, bagaimana pengaruh hal tersebut pada partisipasi politik secara daring?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut sebenarnya telah dikaji sebelumnya dalam penelitian De Zúñiga, Jung, dan Valenzuela (2012), yang menjadi rujukan utama dalam penelitian ini. Dalam penelitian tersebut, mereka menguji hubungan antara penggunaan situs jejaring sosial untuk konsumsi berita (*Social Network Sites use for news*) dengan partisipasi politik, baik dalam bentuk *civic engagement*, *social capital*, maupun *political participation*, khususnya dalam konteks politik *offline*. Penelitian ini mengadopsi variabel utama dari penelitian tersebut, yakni keterkaitan antara penggunaan media sosial untuk berita dan kecenderungan partisipasi politik. Namun, penelitian ini mengarahkan fokus pada bentuk partisipasi politik secara daring (*online political participation*) yang belum dikaji secara spesifik oleh De Zúñiga, et al.

Pentingnya meneliti variabel yang sama dalam konteks Indonesia, khususnya pada mahasiswa di Provinsi Jawa Barat, terletak pada realitas sosial dan politik yang berbeda secara struktural, kultural, serta tingkat perkembangan media digitalnya. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) tertinggi di Indonesia pada Pemilu 2024, sehingga keterlibatan politik mahasiswa di wilayah ini memiliki potensi signifikan dalam membentuk dinamika politik nasional. Selain itu, tahun politik di Indonesia menghadirkan intensitas konten politik yang tinggi di media sosial, sehingga memberikan latar yang kuat untuk menguji sejauh mana paparan terhadap berita politik melalui media sosial berdampak pada partisipasi politik secara daring.

Penelitian ini juga memberikan tambahan analisis dari sisi praktik dan persepsi penggunaan media sosial oleh mahasiswa, serta membedakan bentuk partisipasi aktif dan pasif secara daring, yang menjadi kontribusi tersendiri dalam pemetaan bentuk partisipasi politik kontemporer. Berbeda dengan De Zúñiga et al. (2012) yang tidak membahas secara mendalam faktor demografis, penelitian ini memang menguji status variabel demografis dalam pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik daring, namun menjelaskan keterkaitan demografi dengan penggunaan media sosial dan partisipasi politik daring. Dengan demikian, dapat dianalisis keterkaitan konteks demografis mahasiswa dengan perilaku penggunaan media dan partisipasi politik daring yang menjadi landasan penting dalam memilih populasi target penelitian. Kelompok mahasiswa merupakan representasi generasi muda yang paling aktif di dunia digital dan memiliki potensi signifikan dalam politik elektoral dan wacana publik.

Berdasarkan studi terdahulu jawaban terhadap permasalahan penelitian dapat dirumuskan dalam hipotesis: H1: Penggunaan Media Sosial untuk Berita Politik Memiliki Berpengaruh terhadap Partisipasi Politik Daring.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menerangkan pengaruh penggunaan media sosial pada berita politik sebagai variabel independen terhadap partisipasi politik secara daring sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2018). Secara operasional penelitian ini akan menguji secara empirik pengaruh paparan berita politik di media sosial terhadap kecenderungan mahasiswa dalam berpartisipasi politik secara daring. Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden secara sukarela.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang berada di Provinsi Jawa Barat. Pemilihan populasi ini didasarkan pada dua alasan utama. Pertama, secara historis dan sosiologis, mahasiswa memiliki peran signifikan dalam pergerakan politik dan sosial di Indonesia. Kedua, berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (2023), Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) tertinggi di Indonesia, sehingga relevan untuk memetakan perilaku partisipatif mahasiswa dalam konteks digital menjelang momentum politik nasional. Adapun jumlah populasi mahasiswa yang dijadikan acuan adalah 859.997 (Badan Pusat Statistik, 2022).

Karena tidak tersedianya kerangka sampling yang dapat diakses secara publik, teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *convenience sampling*. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan perhitungan ukuran minimal sampel melalui aplikasi *Sample Size Calculator* dari SurveyMonkey. Berdasarkan perhitungan dengan tingkat kepercayaan 95%, ukuran minimum sampel yang diperlukan adalah 384 responden. Namun, untuk meningkatkan akurasi data dan mengantisipasi adanya outlier, peneliti mengumpulkan data dari 430 responden. Kuesioner disebarakan secara daring melalui berbagai saluran komunikasi digital seperti grup

WhatsApp dan media sosial, dengan metode pengisian yang bersifat sukarela.

Instrumen dalam penelitian ini disusun dengan mengadopsi kuesioner dari penelitian De Zúñiga, Jung, dan Valenzuela (2012), yang meneliti hubungan antara penggunaan media sosial untuk konsumsi berita dengan keterlibatan politik dalam bentuk *civic engagement* dan *political participation*, khususnya dalam konteks politik luring (*offline*). Adopsi instrumen dilakukan melalui proses translasi bahasa, adaptasi istilah, serta penyesuaian terhadap konteks sosial dan budaya mahasiswa Indonesia, khususnya yang berdomisili di Jawa Barat. Penyusunan butir pertanyaan dilakukan dengan mempertimbangkan validitas isi dan struktur logis antar item, sehingga instrumen tetap merepresentasikan konstruk teoritis yang diukur.

Pengukuran variabel penggunaan media sosial untuk berita politik dilakukan melalui empat item pertanyaan yang mencerminkan intensitas dan tujuan responden dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi politik, baik dari media berita resmi maupun dari jejaring sosial. Seluruh pertanyaan dalam variabel ini menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Sementara itu, variabel partisipasi politik secara daring diukur dengan enam item pertanyaan yang mencakup kegiatan seperti menuliskan opini kepada politisi, mengikuti kampanye daring, berlangganan *newsletter* politik, serta terlibat sebagai sukarelawan dalam kampanye digital. Skala pengukuran juga menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 (tidak pernah) hingga 5 (sangat sering), untuk merepresentasikan frekuensi aktivitas politik digital responden.

Validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan telah diuji secara empiris. Penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengukur validitas konstruk, di mana seluruh item pada kedua variabel memiliki nilai r -hitung lebih tinggi dari r -tabel (0,097), yang menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Sementara itu, reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial untuk berita politik memiliki nilai alpha sebesar 0,721, sedangkan partisipasi politik secara daring memiliki nilai sebesar 0,846. Kedua nilai tersebut melebihi batas minimum reliabilitas sebesar 0,6 (Yusup, 2018), sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji- t untuk melihat signifikansi pengaruh secara parsial, uji- F untuk melihat signifikansi model secara keseluruhan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Seluruh pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.0. Untuk menguji korelasi antara faktor demografis dilakukan dengan uji statistik korelasi pearson, dan uji beda.

Interpretasi hasil dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan temuan empiris yang diperoleh dengan hasil dari penelitian terdahulu, terutama penelitian utama yang menjadi

rujukan, yaitu De Zúñiga et al. (2012). Penelitian tersebut ditemukan bahwa penggunaan situs jejaring sosial untuk berita memiliki korelasi signifikan terhadap civic engagement dan partisipasi politik secara umum. Sementara itu, dalam penelitian ini, fokus ditujukan secara lebih spesifik pada partisipasi politik daring dan dilakukan dalam konteks demografis yang lebih terfokus, yaitu mahasiswa di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, yang merupakan salah satu segmen pengguna internet terbesar dan merupakan bagian dari pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Interpretasi hasil tidak hanya dilakukan secara statistik, tetapi juga secara kontekstual dengan melihat kondisi sosial politik Indonesia dan momentum tahun politik yang menjadi latar penelitian ini.

Peneliti juga membandingkan temuan dengan studi lain yang sejenis, seperti penelitian Bode (2015) dan Halpern, et al. (2017), yang menemukan bahwa motivasi dan intensitas penggunaan media sosial dapat mendorong keterlibatan politik secara daring. Perbandingan ini bertujuan membuktikan apakah fenomena partisipasi politik daring terjadi di negara-negara dengan demokrasi mapan, dan dapat dianalisis dalam konteks demokrasi berkembang seperti Indonesia. Dengan karakteristik responden yang berusia antara 17–24 tahun dan mayoritas adalah pengguna aktif media sosial selama lebih dari 4 jam per hari, penelitian diharapkan memberikan konteks empiris yang lebih segar dan representatif terhadap generasi muda digital-native yang potensial menjadi penggerak partisipasi politik baru di era digital.

Interpretasi juga dilakukan dengan melihat kaitan faktor demografis, yaitu jenis kelamin, usia, pendapatan mahasiswa dengan penggunaan media dan partisipasi politik. Namun, analisis deskriptif terhadap karakteristik demografis disajikan untuk memberi gambaran siapa yang lebih dominan dalam penggunaan media sosial dan keterlibatannya dalam isu-isu politik daring. Hal ini menjadi landasan awal untuk penelitian lanjutan yang dapat secara lebih eksplisit meneliti hubungan antara faktor demografis dengan partisipasi politik secara daring maupun luring.

Uji Validitas

Suatu instrumen pengukuran, baik atau tidaknya ditentukan apakah instrumen tersebut valid atau tidak. Validitas instrumen dilihat dari seberapa tepat instrumen tersebut mengukur hal yang sedari diukur, sedangkan reliabilitas berarti seberapa instrumen tersebut dapat dipercaya dan menghasilkan alat ukur yang akurat (Yusup, 2018). Lebih lanjut, Arikunto (2010) mengatakan bahwa instrumen dapat terbilang reliabel ketika mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 27.0, teknik analisis *Pearson's Correlation*. Dengan uji ini akan diketahui korelasi antar item dari kuesioner yang telah disebar. Kami membandingkan r-hitung dan r-tabel, nantinya ketika r-hitung dinyatakan lebih besar dari r-tabel, item tersebut dinyatakan valid. R-tabel dicari dengan menggunakan df (degree of freedom) dengan keterangan $df = N - 2$. Dengan responden sebanyak 407, kami memiliki df sebesar 405. Dengan signifikansi 0.05 maka nilai r-tabel adalah 0.097. Dari pengolahan data

melalui SPSS, keseluruhan indikator pengukuran variabel penggunaan media sosial untuk berita dan partisipasi politik secara daring, nilai R hitung untuk semua indikator lebih besar dari 0.7. Angka tersebut menunjukkan lebih besar dari nilai R tabel (0.097). Dengan demikian, dapat disimpulkan instrumen pengukuran kedua variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penghitungan penelitian, instrumen yang digunakan haruslah valid dan reliabel. Semakin reliabel suatu instrumen, maka sesering apa pun instrumen tersebut diujikan, hasil yang disajikan akan selalu akurat dan sesuai dengan apa yang ada di dunia nyata. Untuk menghitung reliabilitas, digunakan tes nilai *Cronbach's Alpha* dimana setiap variabel harus selalu lebih besar daripada nilai kritis yang berupa konstanta sebesar 0,6. Semakin besar *Cronbach's Alpha* yang dimiliki suatu variabel, dan semakin mendekati 1.0 nilainya, maka semakin reliabel pula variabel tersebut. Melalui pengolahan data SPSS 27.0 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha*, untuk variabel penggunaan media sosial untuk berita 0.721 dan partisipasi politi daring 0.846. Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,6.

Dalam menghitung reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel harus selalu lebih besar daripada nilai kritis yang berupa konstanta sebesar 0,6. Semakin besar *Cronbach's Alpha* yang dimiliki suatu variabel, dan semakin mendekati 1.0 nilainya, maka semakin reliabel pula variabel tersebut. Dengan demikian, dapat dinyatakan seluruh variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,6.

Uji Linearitas

Analisis pengaruh penggunaan media untuk berita terhadap partisipasi politik daring dilakukan dengan menggunakan regresi liner sederhana, karena yang dikukur satu variabel X dan satu variabel Y, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu dilakukan tes linearitas antara kedua variabel tersebut dan tes perbandingan rata-rata (*Compare means*). Berdasarkan pengolahan data statistik dengan SPSS 27.0 diketahui penyimpangan terhadap linieritas dengan signifikan > 0.05 yaitu pada angka 0.677. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa ada antara variabel penggunaan media daring dengan partisipasi politik daring hubungannya bersifat liner yang memenuhi syarat untuk dilakukan uji regresi.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Setelah melalui proses *data cleaning* dan penghapusan *outlier* sebanyak 26 responden, total data yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 407 responden. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan sebanyak 290 orang (71,3%),

sedangkan laki-laki berjumlah 117 orang (28,7%). Dari segi usia, mayoritas responden berada pada usia 19 tahun sebanyak 142 orang (34,9%), disusul usia 20 tahun sebanyak 97 orang (23,8%), dan usia 18 tahun sebanyak 86 orang (21,1%). Usia responden secara umum berkisar antara 17 hingga 24 tahun, yang mencerminkan dominasi generasi muda digital native dalam populasi ini.

Durasi penggunaan media sosial per hari juga menjadi aspek penting dalam karakteristik demografis. Responden yang menggunakan media sosial selama 4–6 jam per hari menjadi yang terbanyak, yakni sebesar 43,2%, diikuti oleh pengguna 7–9 jam sebesar 26%, dan pengguna 1–3 jam sebesar 19,7%. Hanya sebagian kecil yang menggunakan media sosial lebih dari 10 jam per hari.

Platform yang paling sering digunakan dalam satu bulan terakhir, tiga besar yang dominan adalah Instagram (37,3%), TikTok (32,4%), dan Twitter (18,7%). Ketika ditanya platform mana yang paling sering mereka temui konten atau berita politik, responden menjawab Twitter (38,3%), TikTok (30%), dan Instagram (28,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa platform yang paling sering digunakan tidak selalu identik dengan platform yang paling tinggi paparan politiknya, dan persepsi terhadap “political content exposure” cenderung dipengaruhi oleh durasi dan interaksi dalam platform tersebut.

Karakteristik demografis ini digunakan dalam pembahasan untuk melihat kecenderungan hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik daring. Misalnya, dominasi usia 19–20 tahun yang berada dalam masa perkuliahan aktif menunjukkan potensi kognitif dan afektif mereka terhadap isu politik melalui media digital.

Gambaran Hasil Penelitian

Gambaran deskriptif terhadap variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami kecenderungan umum responden dalam menjawab item pertanyaan yang diajukan. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 1–5, dengan kategori penilaian untuk variabel Penggunaan Media Sosial untuk Berita Politik (X) dan Partisipasi Politik secara Daring (Y). Rata-rata dan simpangan baku dari masing-masing variabel dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Skor Rata-rata (Mean)	Simpangan Baku (Std. Deviation)	Kategori Skor
Penggunaan Media Sosial untuk Berita Politik (X)	4	3.86	0.74	Tinggi Sedan
Partisipasi Politik secara Daring (Y)	6	2.91	0.89	Sedan Rendah

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai rata-rata untuk variabel penggunaan media sosial untuk

berita politik berada pada angka 3,86 yang menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik. Nilai ini mendekati kategori tinggi, yang berarti bahwa akses terhadap berita politik melalui media digital merupakan bagian dari rutinitas media responden.

Sementara itu, nilai rata-rata untuk variabel partisipasi politik secara daring sebesar 2,91, yang tergolong sedang cenderung rendah. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi politik dalam bentuk daring, seperti menulis opini politik, mengikuti kampanye digital, atau berinteraksi dengan isu-isu politik secara aktif di media sosial, masih belum menjadi praktik umum yang dilakukan mayoritas mahasiswa. Gap antara konsumsi berita politik dan keterlibatan politik digital ini mengindikasikan bahwa akses terhadap informasi tidak selalu mendorong partisipasi aktif secara langsung.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial untuk Berita Politik terhadap Partisipasi Politik secara Daring

Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel **Tabel 2**, dapat dilihat bahwa hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 4.858 dengan nilai Sig 0.028. Karena nilai Sig lebih kecil daripada *alpha* ($p\text{-value} < \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial untuk berita terhadap partisipasi politik secara daring. Daya pengaruhnya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 2. Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.701	1	1.701	4.858	.028 ^b
	Residual	141.835	405	.350		
	Total	143.536	406			

a. Dependent Variable: Partisipasi politik *online*

b. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial untuk akses berita

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.109 ^a	.012	.009	.59179

a. Predictors: (Constant), Penggunaan media sosial untuk akses berita

Pada **Tabel 3** terlihat nilai R yang tersaji adalah 0,109 dan memiliki R² sebesar 0,012 atau 1,2%. Walaupun dalam pengujian lainnya terdapat korelasi antara kedua variabel, jumlah pengaruh variabel independen terhadap partisipasi politik secara daring hanyalah 1,2%, sebesar 98,8% dipengaruhi oleh variabel lain pada penelitian ini.

Tabel 4: Coefficient

Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.985	.223		4.418	.000
	Penggunaan media sosial untuk akses berita	.114	.052	.109	2.204	.028

a. *Dependent Variable:* Partisipasi politik online

Sejalan dengan hasil uji di atas, pada hasil uji t (**Tabel 4**) nilai t lebih besar daripada *alpha*, yaitu dengan N = 407, maka didapatkan df = 405, lalu dengan jumlah signifikansi 0,05 didapatkan hasil t-tabel sebesar 1.9658 dan dibandingkan dengan T hitung 2.204). Dengan demikian, variabel penggunaan media untuk tujuan berita dianggap berpengaruh secara signifikan.

Pengaruh Faktor Demografis

Jika dikaitkan dengan faktor demografis pada tabel 5, tingkat pendapatan dan usia responden tidak signifikan jika dikorelasikan dengan penggunaan media via korelasi pearson (signifikansi lebih besar dari 0.05). Demikian juga untuk faktor jenis kelamin responden, tidak menunjukkan signifikansi antara pria dan wanita dalam mengakses media. Namun, dalam kaitannya dengan partisipasi politik daring variabel jenis kelamin dan usia tampak berpengaruh, terlihat terdapat perbedaan yang signifikan (0.027) antara responden pria dan wanita dalam partisipasi politik daring. Korelasi variabel partisipasi politik dengan usia signifikan (0.00) dengan nilai korelasi 0.24.

Tabel 5. Hasil uji korelasi antara faktor demografis dengan penggunaan media dan partisipasi politik daring

Hubungan Variabel	Nilai Korelasi	Significancy
Hubungan antara pendapatan dengan penggunaan media	0.043	0.338
Hubungan antar jenis kelamin dengan penggunaan media*		0.449
Hubungan antara usia dengan penggunaan media	0.000	0.993
Hubungan antara pendapatan dengan partisipasi politik	0.06	0.909
Hubungan antara jenis kelamin dengan partisipasi politik daring*		0.027
Hubungan antara Usia dengan partisipasi politik daring	0.204	0.000

*Hasil uji beda nilai rata-rata antara pria dan wanita.

Partisipasi politik dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah konsumsi berita yang implementasinya adalah menggunakan media sosial untuk mencari berita dan informasi tentang politik. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan media sosial untuk mengakses berita politik terhadap partisipasi politik secara daring di kalangan mahasiswa di Provinsi Jawa Barat. Hasil uji regresi menunjukkan nilai R

sebesar 0,109, yang mengindikasikan adanya hubungan positif yang sangat lemah antara kedua variabel. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.012 atau 1,2%, mengandung makna bahwa hanya 1,2% dari variasi dalam partisipasi politik daring dapat dijelaskan oleh frekuensi penggunaan media sosial untuk berita politik. Dengan demikian, sebesar 98,8% variasi lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Nilai R yang kecil menunjukkan korelasi positif tetapi lemah, sementara R^2 yang sangat rendah mencerminkan bahwa hubungan antar variabel tidak bersifat determinatif. Temuan ini sejalan dengan penelitian De Zúñiga, Jung, dan Valenzuela (2012) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial untuk berita memang berkaitan dengan keterlibatan sipil dan politik, tetapi efeknya akan lebih signifikan apabila disertai dengan motivasi politik, minat terhadap isu-isu publik, dan efikasi politik individu. Dengan kata lain, hanya dengan paparan berita saja tidak cukup untuk mendorong seseorang melakukan partisipasi politik secara aktif, khususnya dalam konteks daring.

Beberapa studi lain juga menemukan bahwa ada variabel antara atau *moderating variables* yang menjembatani hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Misalnya, Bode (2015) menyatakan bahwa *political interest*, *internal political efficacy*, serta kepercayaan terhadap media berperan penting dalam membentuk perilaku politik di media sosial. Sementara itu, Halpern et al. (2017) menyebutkan bahwa bentuk partisipasi daring sangat dipengaruhi oleh kolektivitas (*collective efficacy*) dan kemampuan individu untuk merasa bahwa tindakannya dapat berpengaruh secara sosial atau politik.

Selanjutnya, beberapa peneliti memperkirakan bahwa ada hubungan antara suatu bentuk partisipasi politik (konsumsi berita) yang pasif, dengan bentuk partisipasi politik lainnya, baik aktif maupun pasif, dalam jaringan maupun luar jaringan (*online/offline*). Salah satu hal yang diperkirakan memiliki hubungan adalah antara penggunaan media sosial untuk berita (*social media use for news*) dan partisipasi politik, lebih tepatnya partisipasi politik secara daring.

Dalam penelitian sebelumnya oleh De Zúñiga et al. (2012), ditemukan bahwa penggunaan media sosial untuk mengakses berita politik memang berkorelasi secara signifikan terhadap partisipasi politik, baik daring maupun luring. Namun, dalam analisis regresi mereka, terdapat beberapa variabel lain yang juga memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik, seperti *political efficacy*, *political interest*, *interpersonal discussion*, *civic engagement*, dan *traditional media use*. Misalnya, *political interest* terbukti menjadi prediktor yang sangat kuat terhadap partisipasi politik *online*, sementara *interpersonal discussion* dan *civic engagement* lebih banyak berpengaruh pada partisipasi politik luring. Hal ini menunjukkan bahwa paparan berita politik di media sosial hanyalah salah satu elemen dalam ekosistem partisipasi politik digital yang kompleks.

Dengan merujuk pada temuan tersebut, penelitian ini mempertegas bahwa penggunaan media sosial untuk berita memang memiliki hubungan dengan partisipasi politik daring, namun pengaruhnya relatif kecil ($R^2 = 1,2\%$). Temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan

faktor psikologis dan motivasi personal, seperti minat terhadap politik, keyakinan individu akan efektivitas tindakan politiknya, serta seberapa sering seseorang berdiskusi tentang isu politik, dalam menjelaskan perilaku partisipatif mahasiswa di ranah daring.

Dalam konteks penelitian ini, karakteristik demografis responden juga perlu diperhitungkan dalam interpretasi hasil. Tiga variabel demografis yang diteliti yaitu usia, pendapatan, dan jenis kelamin. Sebab mahasiswa usia mereka homogen berumur usia 17–24 tahun, yang secara kumulatif yang berumur 17 sampai 20 tahun sebanyak 82.1% secara psikososial berada dalam fase eksplorasi identitas, termasuk identitas politik. Aspek pendapatan mahasiswa dalam konteks ini bukanlah penghasilan mereka tetapi pengeluaran mereka sehari-hari sebagai mahasiswa yang dananya diperoleh dari keluarganya, yang terdapat Rp500.000 dan tertinggi Rp2.000.000. Dari jenis kelamin, yang terdapat dalam penelitian ini perempuan lebih banyak yaitu 71.3%.

Semua unsur demografis temuan penelitian tidak menunjukkan korelasi dengan karakteristik penggunaan media sosial. Artinya, tidak ada kecenderungan tertentu baik jenis media sosial maupun penggunaannya. Dalam hal ini, partisipasi politik daring ditemukan ada korelasi antara usia dan jenis kelamin mahasiswa. Mahasiswa yang lebih muda cenderung tingkat partisipasi politik yang lebih tinggi. Namun, usia muda ini tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat keterlibatan politik, tetap perlu didukung oleh minat terhadap isu politik bahkan pengalaman organisasi. Hal ini sejalan dengan temuan Vitak et al. (2011) dan Bode (2015).

Walaupun begitu, terdapat perbedaan nilai rata-rata dalam partisipasi politik antara laki-laki dan perempuan yaitu nilai rata-rata laki-laki lebih tinggi daripada perempuan. Posisi partisipasi perempuan dalam politik daring sebabnya masih menjadi topik yang beragam, tergantung konteks budaya, ruang diskursus, dan keterbukaan lingkungan digital.

Sebagai catatan penting, alih-alih menyimpulkan bahwa partisipasi politik perempuan rendah atau bahwa pemuda pasti lebih partisipatif, pembacaan terhadap hasil ini sebaiknya dikaitkan dengan keterbatasan ruang lingkup penelitian. Maka, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji lebih dalam peran variabel, seperti *political efficacy*, *political interest*, dan intensitas diskusi politik, serta menghubungkannya dengan variabel demografis secara kuantitatif.

Selain itu, beberapa keterbatasan lain turut diidentifikasi. Penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ternyata tidak secara otomatis menunjukkan keberagaman orientasi atau fungsi, karena masing-masing platform memiliki karakter ekosistem digital yang berbeda. Twitter, TikTok, dan Instagram misalnya, meski sama-sama populer, memiliki dinamika percakapan dan algoritma yang berbeda dalam menyajikan konten politik. Hal ini dapat memengaruhi bagaimana individu menangkap dan merespons isu-isu politik.

Dalam hal ini, persepsi responden mengenai platform mana yang paling banyak memuat berita politik sangat mungkin dipengaruhi oleh durasi penggunaan, tingkat keterlibatan, serta afiliasi sosial yang mereka ikuti di media tersebut. Maka, penelitian ini merekomendasikan agar studi-studi selanjutnya juga mempertimbangkan analisis per platform sebagai salah satu variabel penting dalam menjelaskan paparan dan efek berita politik di media sosial.

Akhirnya, perlu dicatat bahwa waktu pelaksanaan penelitian yang bertepatan dengan periode intens kampanye politik menuju Pemilu 2024, termasuk debat capres pertama, turut memberikan pengaruh terhadap tingginya paparan berita politik. Ini berarti, hasil yang ditemukan bisa berbeda jika penelitian dilakukan di luar momentum politik. Oleh karena itu, hasil ini bersifat kontekstual dan dapat menjadi pijakan bagi penelitian longitudinal di masa mendatang.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial untuk mengakses berita politik dengan partisipasi politik secara daring di kalangan mahasiswa Provinsi Jawa Barat. Melalui uji regresi linear sederhana, ditemukan bahwa meskipun hubungan tersebut signifikan secara statistik, kekuatannya relatif lemah ($R = 0,109$) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 1,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial untuk berita politik hanya mampu menjelaskan sebagian sangat kecil dari variasi dalam partisipasi politik daring mahasiswa. Dengan kata lain, terdapat 98,8% faktor lain yang belum dimasukkan dalam model dan dapat berpengaruh terhadap keterlibatan politik mahasiswa secara daring. Temuan ini memperkuat bukti dari studi-studi sebelumnya, termasuk penelitian De Zúñiga et al. (2012) bahwa akses terhadap berita politik melalui media sosial merupakan salah satu elemen penting dalam membangun keterlibatan politik, namun bukan satu-satunya faktor penentu. Variabel lain yang teridentifikasi dalam literatur sebagai faktor signifikan meliputi minat politik (*political interest*), efikasi politik (*political efficacy*), diskusi interpersonal mengenai politik, paparan media tradisional, serta keterlibatan sipil dan organisasi sosial. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan karakteristik media sosial yang digunakan, mengingat perbedaan ekosistem platform dapat memengaruhi sejauh mana konten politik disebarluaskan dan diterima oleh pengguna.

Dari sisi kontribusi ilmiah, penelitian ini relevan karena mengisi celah pada studi-studi lokal di Indonesia yang mengkaji keterkaitan antara media digital dan perilaku politik mahasiswa di era politik digital. Penelitian ini dilakukan pada masa kampanye Pemilu 2024, memberikan dimensi kontekstual penting mengenai tingginya arus informasi politik di media sosial dan potensi keterlibatan generasi muda dalam ruang digital. Ke depan, penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan mengembangkan model yang lebih komprehensif melalui penambahan variabel-variabel psikologis dan sosial yang relevan, seperti efikasi politik, orientasi ideologis, serta pengaruh komunitas atau kelompok sebaya. Selain itu, penting juga untuk mengevaluasi secara lebih rinci bagaimana masing-masing platform media sosial berkontribusi terhadap eksposur dan intensi partisipasi politik digital, termasuk melalui pendekatan kualitatif yang dapat menangkap dinamika persepsi dan motivasi pengguna secara lebih mendalam.

ORCID ID

Defrio Saka Wahid  <https://orcid.org/0009-0006-0322-6867>

Benazir Bona Pratamawaty  <https://orcid.org/0000-0002-8641-3986>

Purwanto  <https://orcid.org/0009-0009-9171-7923>

Daftar Pustaka

- Albæk, E., Hopmann, D., & Skovsgaard, M. (2019). Political coverage. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, 1–11. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0213>
- Altbach, P. G. (1989). Perspectives on student political activism. *Comparative Education*, 25(1), 97–110. <https://doi.org/10.1080/0305006890250110>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Menurut Provinsi*. Retrieved December 22, 2023, from <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRIIyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMw==/jumlah-perguruan-tinggi-tenaga-pendidik-dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-set-kebudayaan-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi.html?year=2022>
- Bennet, S. E. (2000). Political Apathy and Avoidance of News Media among Generations X and Y. *Education for Civic Engagement in Democracy: Service Learning and Other Promising Practices*. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED447065.pdf>
- Bode, L. (2012). Facebooking it to the polls: A study in online social networking and political behavior. *Journal of Information Technology & Politics*, 9(4), 352–369. <https://doi.org/10.1080/19331681.2012.709045>
- Bode, L. (2015). Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24–48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Bond, R. M., Fariss, C. J., Jones, J., Kramer, A. D. I., Marlow, C., Settle, J. E., & Fowler, J. H. (2012). A 61-million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489(7415), 295–298. <https://doi.org/10.1038/nature11421>
- Buchholz, K. (2023, February 28). How politically divided are social media networks? *Statista Daily Data*. <https://www.statista.com/chart/29395/political-preference-social-media/>
- Chaffee, S. H., & Kanihan, S. F. (1997). Learning about Politics from the Mass Media. *Political Communication*, 14(4), 421–430. <https://doi.org/10.1080/105846097199218>
- David, C. C. (2009). Learning political information from the news: A closer look at the role of motivation. *Journal of Communication*, 59(2), 243–261. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01414.x>
- De Zúñiga, H. G., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>

- Gibson, R., & Cantijoch, M. (2013). Conceptualizing and measuring participation in the age of the internet: Is online political engagement really different to offline? *The Journal of Politics*, 75(3), 701–716. <https://doi.org/10.1017/s0022381613000431>
- Halpern, D., Valenzuela, S., & Katz, J. E. (2017). We Face, I Tweet: How Different Social Media Influence Political Participation through Collective and Internal Efficacy. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(6), 320–336. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12198>
- Hayes, A. F. (2005). *Statistical methods for communication science*. <https://www.afhayes.com/public/chapter16.pdf>
- Hoffman, D. L., & Novak, T. (2012). Toward a deeper understanding of social media. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 69–70. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.03.001>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E. J. (1974). Utilization of mass communication by the individual. *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 19–32. <https://ci.nii.ac.jp/naid/20001645141>
- Kitsa, M. (2022). The peculiarities of popular social networks: interface, functionality, content. *Deržava I Regioni*, 3(51), 73. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3\(51\).10](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2022.3(51).10)
- Komisi Pemilihan Umum. (2023a). *DPT Pemilu 2024 Dalam Negeri dan Luar Negeri, 204,8 Juta Pemilih*. KPU. Retrieved December 22, 2023, from <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>
- Komisi Pemilihan Umum. (2023b). *DPT Pemilu 2024 nasional, 204,8 juta pemilih*. KPU. <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11702/dpt-pemilu-2024-nasional-2048-juta-pemilih>
- Majid, M. N., & Andriani, E. D. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*.
- McPhillips, S., & Merlo, O. (2008). Media convergence and the evolving media business model: an overview and strategic opportunities. *The Marketing Review*, 8(3), 237–253. <https://doi.org/10.1362/146934708x337663>
- Meng, D. L. W., & Berezina, E. (2020). The role of Personality and Self-Motivation in Political (Dis)Engagement. *Makara Hubs-Asia*, 24(1), 87. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.2070220>
- Milbrath, L. W. (1981). Political participation. In *Springer eBooks* (pp. 197–240). https://doi.org/10.1007/978-1-4684-3878-9_4
- Perloff, R. M. (2014). Social media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Podger, P. J. (2009). The Limits of Control. *American Journalism Review*. http://www.ajr.org/article_printable.asp?id=4816
- Putri, V. K. M. (2021, December 27). Konvergensi Media: Pengertian dan Dampaknya. *KOMPAS.com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/27/090000369/konvergensi-media-->

pengertian-dan-dampaknya

- Rodriguez, M. Y., & Shelton, J. (2019). Social media. *Encyclopedia of Social Work*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780199975839.013.1327>
- Rogstad, I. D. (2013). Political news journalists in social media. *Journalism Practice*, 8(6), 688–703. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.865965>
- Saifulloh, M., & Ernanda, A. (2018). MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PADA REMAJA PENGGUNA AKUN ALTER EGO DI TWITTER. *Wacana (Jakarta)*, 17(2), 235. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652>
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative research methods in communication: The Power of Numbers for Social Justice*. Routledge.
- Sekretariat Jenderal MPR RI. (2023, March 17). *Peningkatan Partisipasi Perempuan dalam Politik Butuh Dukungan semua Pihak*. mpr.go.id. Retrieved December 23, 2023, from <https://www.mpr.go.id/berita/Peningkatan-Partisipasi-Perempuan-dalam-Politik-Butuh-Dukungan-semua-Pihak>
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2018). Learning Political news from social media: network media logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research*, 48(1), 125–147. <https://doi.org/10.1177/0093650217749354>
- Sindermann, C., Rozgonjuk, D., Solvak, M., Realo, A., & Vassil, K. (2022). Internet voting: the role of personality traits and trust across three parliamentary elections in Estonia. *Current Psychology*, 42(30), 26555–26569. <https://doi.org/10.1007/s12144-022-03644-4>
- Smailhodžić, E., Hooijsma, W., Boonstra, A., & Langley, D. (2016). Social media use in healthcare: A systematic review of effects on patients and on their relationship with healthcare professionals. *BMC Health Services Research*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s12913-016-1691-0>
- Smith, D. R., Berelson, B., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1955). Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign. *The American Catholic Sociological Review*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.2307/3709070>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*.
- Sunarwan, W., & Surlia, S. P. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram : Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(01), 18–33. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/download/547/406>
- SurveyMonkey. (n.d.). SurveyMonkey. Retrieved December 22, 2023, from <https://www.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Tridewiyanti, K. (2012). Kesetaraan Dan Keadilan Gender Di Bidang Politik “Pentingnya Partisipasi Dan Keterwakilan Perempuan Di Legislatif” (Gender Equality And Justice In Field Of Politics “The Importance Of Participation And Representation Of Women In Legislative”). [41] *Jurnal Legislasi Indonesia*, 9(1), 73–90. <https://doi.org/10.54629/jli.v9i1.377>

- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(3), 107–114. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0226>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1). <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Ениколопов, Р. (2020). Political effects of the internet and social media. *Annual Review of Economics*, 12(1), 415–438. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-050239>