

Hubungan Media Sosial dengan Komunikasi Politik di Era Kontemporer: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Palangka Raya Tahun 2025

Matelia Dis, Olla Mardianti, Fitriana Selvia, S.I.Kom., MPA, Prof. Bhayu Rhama, ST., M.B.A., Ph.D,
Subhan Ilham Thareq, S.I.P., M.P.A.

¹ Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Palangkaraya

² Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Palangkaraya

³ Dosen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Palangkaraya

⁴ Dosen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Palangkaraya

⁵ Dosen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Palangkaraya

E-mail: mateliadiss@gmail.com, ollamardianti@gmail.com

Published: December , 2025

ABSTRAK

Media sosial kini menjadi ruang utama bagi generasi muda dalam mengakses dan berdiskusi mengenai isu politik, termasuk bagi mahasiswa Universitas Palangka Raya yang memanfaatkannya sebagai medium komunikasi politik di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan media sosial berpengaruh terhadap komunikasi politik mahasiswa tahun 2025. Dengan populasi 150 mahasiswa dan 109 responden yang dipilih melalui purposive sampling, data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis melalui regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi politik, yang dibuktikan dengan nilai t hitung $(8,054) > t$ tabel $(1,98260)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji determinasi menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi sebesar 37,7% terhadap peningkatan komunikasi politik mahasiswa, sedangkan 62,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian seperti literasi digital, lingkungan pergaulan, aktivitas organisasi, dan konsumsi media lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan media sosial untuk memperoleh dan bertukar informasi politik, semakin tinggi keterlibatan mereka dalam komunikasi politik digital. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga ruang deliberatif yang memperkuat literasi politik dan partisipasi generasi muda dalam kehidupan politik, sejalan dengan amanat Pasal 28F UUD 1945 mengenai hak memperoleh informasi dan menyampaikan pendapat.

Kata kunci: media sosial, komunikasi politik, mahasiswa, era kontemporer, Universitas Palangka Raya

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kini terus tumbuh dan berkembang dengan cepat, sesuai dengan kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Perubahan yang terjadi bisa memberikan dampak positif atau negatif, tergantung dari perspektif dan cara orang melihatnya (Marshall McLuhan dan Jacques Ellul 2017). Manusia menggunakan teknologi untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi, dan saat ini teknologi terus berkembang pesat, membuat manusia lebih mudah dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Kemunculan internet membawa perubahan dalam cara berkomunikasi di masyarakat, media sosial hadir dan mengubah cara orang berinteraksi. Saat ini,

komunikasi tidak dibatasi oleh jarak, waktu, atau ruang. Komunikasi bisa terjadi di mana saja, kapan saja, tanpa harus bertemu langsung (Dwi & Watie, 2011).

Menurut Andrew Chadwick, hubungan antara media sosial dan komunikasi politik di masa kini semakin rumit karena munculnya sistem media campuran yang menggabungkan unsur-unsur tradisional dan digital. Informasi politik dan interaksi antar warga negara dapat dengan cepat disebarkan dan dibagikan melalui platform digital (Dwiyanti, et.al, 2023; Jatmiko, 2019).

Era kontemporer ditandai oleh percepatan inovasi dalam pemasaran, khususnya pasca-pandemi COVID-19, di mana media sosial menjadi arena utama untuk komunikasi politik. Di Indonesia, pemilu presiden dan legislatif tahun 2024 menjadi titik balik, di mana kampanye digital memperluas cakupan dan efektivitas pemasaran politik. Calon presiden seperti Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo memanfaatkan fitur short-video di platform seperti TikTok dan Instagram untuk menyampaikan visi mereka, dengan hashtag seperti #Pemilu2024 yang mencapai miliaran views. Namun, secara bersamaan, peran media sosial ini juga membawa tantangan, seperti penyebaran misinformasi dan polarisasi sosial, yang terlihat dalam kasus hoaks pemilu yang memicu demonstrasi di berbagai daerah. Di tingkat lokal, di Kalimantan Tengah sebagai pusat studi kasus ini, isu politik semakin viral melalui media sosial. Misalnya, perdebatan seputar pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) di Kalimantan Timur berdampak langsung ke Kalimantan Tengah, di mana isu lingkungan (deforestasi hutan tropis) dan ekonomi (relokasi penduduk) menjadi topik hangat di platform seperti Twitter/X dan TikTok. Mahasiswa Universitas Palangka Raya (UPR), sebagai bagian dari generasi Z dan Alpha yang lahir di era digital, aktif terlibat dalam diskusi ini. Akses internet berkecepatan tinggi (dengan coverage 5G mencapai 80% di Palangka Raya pada 2025) memungkinkan partisipasi real-time mereka dalam gerakan seperti #ReformasiDikorupsi atau kampanye lingkungan lokal.

Di era kontemporer tahun 2025, media sosial tidak lagi sekadar alat hiburan atau koneksi sosial, melainkan ekosistem digital yang didominasi oleh kecerdasan buatan (AI) dan algoritma canggih yang mempersonalisasi konten bagi miliaran pengguna global. Menurut Anshari (2013), banyak manfaat yang diberikan media sosial sebagai platform branding pemimpin politik tidak lepas dari beberapa faktor penting yang harus diperhatikan dalam konteks politik. Karena media sosial telah menjadi sarana utama untuk berkomunikasi dengan audiens dan calon pemilih, komponen komunikasi harus tetap dijaga secara ketat setiap saat. Mengingat hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana dinamika hubungan antara internet, media sosial, dan politik di era sekarang, yang dilihat dari sudut pandang hubungan antara negara dan masyarakat sebagai bagian penting dari pertumbuhan bangsa dan negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media sosial (variabel X) dengan komunikasi politik (variabel Y) pada mahasiswa Universitas Palangka Raya tahun 2025. Populasi penelitian berjumlah 150 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 109 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling sesuai kriteria penelitian serta accidental sampling berdasarkan ketersediaan responden di lapangan. Karakteristik responden terdiri atas 57 laki-laki dan 52 perempuan, dengan rentang usia: 17–18 tahun sebanyak 10 orang, 19–20 tahun sebanyak 52 orang, 21–22 tahun sebanyak 36 orang, dan lebih dari 23 tahun sebanyak 11 orang. Selain itu, responden berasal dari berbagai fakultas, yaitu FEB (8 orang), FISIP (39 orang), FKIP (20 orang), HUKUM (9 orang), KEDOKTERAN (8 orang), FMIPA (5 orang), TEKNIK (10 orang), dan FAPERTA (10 orang).

Variabel X disusun berdasarkan indikator pemanfaatan media sosial dengan 10 item pertanyaan, sedangkan variabel Y mengacu pada teori komunikasi politik dengan 10 item pertanyaan yang mencakup aspek pemahaman, partisipasi, dan keterlibatan dalam proses politik. Seluruh instrumen penelitian telah diuji validitas menggunakan Korelasi Product Moment serta reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach sehingga memenuhi kriteria kelayakan dan konsistensi pengukuran. Sebelum dilakukan analisis regresi, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dilaksanakan untuk

memastikan model regresi memenuhi syarat analitis. Dengan demikian, regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh langsung variabel penggunaan media sosial terhadap komunikasi politik mahasiswa secara kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis data penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Hubungan Media Sosial Dengan Komunikasi Politik Di Era Kontemporer terhadap partisipasi politik mahasiswa Universitas Palangka Raya tahun 2025. Analisis dilakukan secara bertahap, meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis penelitian.

1.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil korelasi antara item X1–X10 dan skor total variabel X serta item Y1–Y10 dengan skor total variabel Y, seluruh item memiliki nilai korelasi yang signifikan. Dan berada di atas r tabel untuk $N = 105–109$, yaitu sekitar 0,188. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan pada variabel X dan Y dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

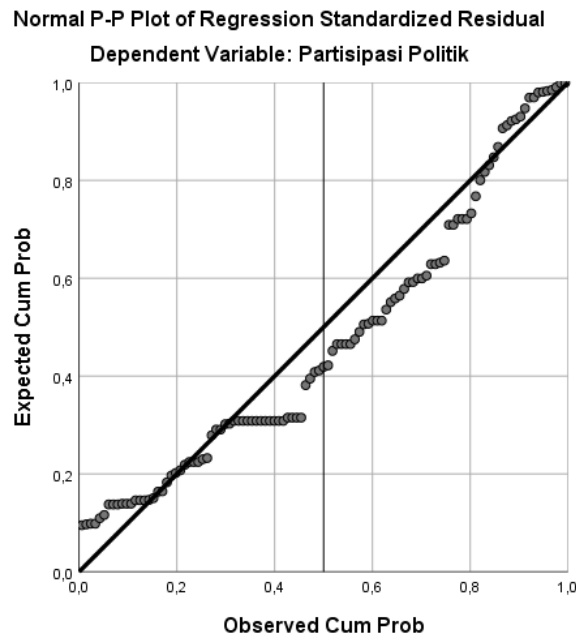
Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS dengan metode Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal instrumen. Variabel X diolah menggunakan 108 data valid dan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,808, sedangkan variabel Y dengan 105 data valid memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,768. Ringkasan hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

VARIABLE	NILAI CRONHACH'S ALPHA	KETERANGAN
Media Sosial (X)	0,808	Relabel
Komunikasi Politik (Y)	0,768	Relabel

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk kedua variabel berada di atas batas minimal 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Artinya, setiap item pernyataan memiliki konsistensi jawaban yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

3.2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Linearitas dan Uji Heteroskedastitas)

Sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana, data penelitian diuji menggunakan asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik yang valid dan reliabel. Pengujian ini meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pemenuhan asumsi-asumsi ini penting agar hasil analisis regresi tidak bias dan dapat menggambarkan hubungan yang sebenarnya antara variabel yang diteliti.



Gambar 2 . Uji Normalitas

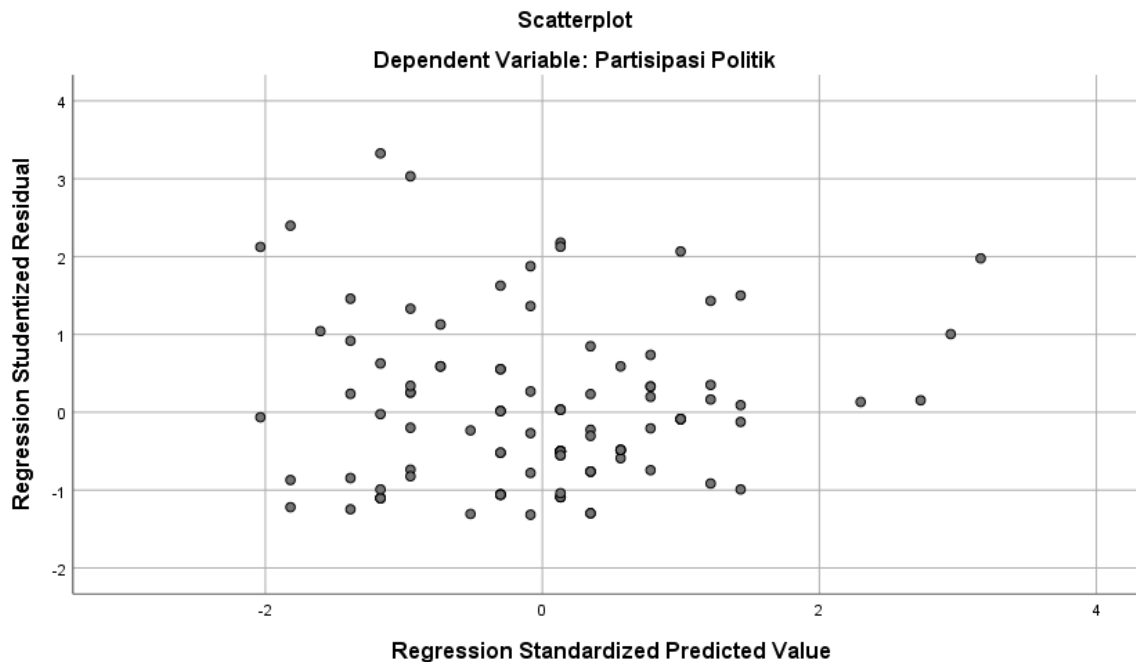
Dari gambar 2. Berdasarkan grafik Normal P–P Plot di atas, titik-titik data berada di dekat dan mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi sehingga data layak digunakan untuk analisis regresi linier. Selanjutnya, uji linearitas dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear secara signifikan atau tidak. Uji ini penting karena regresi linear hanya dapat digunakan jika hubungan antara variabel bersifat linear .

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KOMUNIKASI POLITIK * MEDIA SOSIAL	Between Groups	(Combined)	961,852	20	48,093	5,883	,000
		Linearity	634,597	1	634,597	77,625	,000
		Deviation from Linearity	327,255	19	17,224	2,107	,010
	Within Groups		719,414	88	8,175		
	Total		1681,266	108			

Gambar 3 . Uji Lineritas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan antara variabel independen Media Sosial (X) dan variabel dependen Komunikasi Politik (Y) bersifat linear. Berdasarkan tabel ANOVA pada uji linearitas, nilai signifikansi pada Linearity sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti hubungan antara kedua variabel terbukti linear. Dengan demikian, secara umum hubungan antara variabel dapat dikatakan linear dan layak untuk dianalisis menggunakan regresi linear.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4 scatterplot, titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal tanpa membentuk pola tertentu seperti mengerucut atau melebar. Pola penyebaran acak ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik dan cocok untuk digunakan.

1.2 Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	12,695	2,018		6,290
	MEDIA SOSIAL	,525	,065	,614	8,054
					Sig.

a. Dependent Variable: KOMUNIKASI POLITIK

Gambar 5 . Uji Regresi Sederhana

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada Tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi $Y = 12,695 + 0,525X$. Nilai konstanta (a) sebesar 12,695 menunjukkan bahwa apabila variabel Media Sosial (X) bernilai nol, maka tingkat Komunikasi Politik (Y) diprediksi berada pada angka 12,695. Sementara itu, nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,525 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Media Sosial akan meningkatkan Komunikasi Politik sebesar 0,525 satuan. Karena koefisien regresi bernilai positif, hal ini menandakan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh positif terhadap Komunikasi Politik. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial oleh responden, maka semakin tinggi pula tingkat komunikasi politik yang mereka tunjukkan.

Hipotesis ini digunakan untuk melihat sejauh mana variabel Media Sosial (X) mempengaruhi Komunikasi Politik mahasiswa (Y). Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi koefisien regresi parsial, yaitu apakah variabel independen tersebut benar-benar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Data yang digunakan untuk menguji hipotesis ini ditampilkan dalam tabel Coefficients dari hasil analisis regresi linier sederhana.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12,695	2,018		6,290	,000
	MEDIA SOSIAL	,525	,065	,614	8,054	,000

a. Dependent Variable: KOMUNIKASI POLITIK

Gambar 6. Uji Hipotesis dan Uji T

Uji Hipotesis

Ha: Ada pengaruh signifikan antara Media Sosial terhadap Komunikasi Politik.

Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara Media Sosial terhadap Komunikasi Politik.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Coefficients, diketahui bahwa nilai t hitung = 8,054, sedangkan nilai t tabel = 1,98260 (df = n-k). Karena nilai t hitung (8,054) lebih besar daripada nilai t tabel (1,98260) dan nilai signifikansi (Sig. = 0,000) lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Media Sosial (X) dan Komunikasi Politik (Y). Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin meningkat pula komunikasi politik yang ditunjukkan oleh responden.

Uji R Square digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Semakin besar nilai RI, semakin baik model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel X dan Y. Nilai RI dapat dilihat pada tabel Model Summary dari hasil analisis regresi linier sederhana. Nilai RI yang tinggi mengindikasikan bahwa variabel Media Sosial memiliki kontribusi besar dalam menjelaskan perubahan tingkat Komunikasi Politik responden.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,614 ^a	,377	,372	3,12761

a. Predictors: (Constant), MEDIA SOSIAL

Gambar 7. Uji Determinan (R)

Berdasarkan Gambar 7, hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square = 0,377, yang berarti bahwa sebesar 37,7% variasi pada variabel Komunikasi Politik dapat dijelaskan oleh variabel Media Sosial. Sementara itu, 62,3% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti lingkungan sosial, pengetahuan politik, minat politik, maupun faktor komunikasi lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Media Sosial memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam

memengaruhi tingkat Komunikasi Politik responden. Semakin tinggi penggunaan media sosial, semakin besar pula kecenderungan individu untuk terlibat dalam aktivitas komunikasi politik.

Diskusi

Penelitian ini menunjukkan bahwa Media Sosial memberikan dampak positif dan berarti terhadap Komunikasi Politik mahasiswa Universitas Palangka Raya. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung (8,054) > t tabel (1,98260) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Politik mahasiswa diterima. Temuan ini menegaskan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan media sosial, semakin aktif pula mereka dalam menyampaikan pendapat, berdiskusi, dan terlibat dalam komunikasi politik. Selanjutnya, hasil uji determinasi memperlihatkan bahwa Media Sosial berkontribusi sebesar 37,7% terhadap perubahan Komunikasi Politik mahasiswa, sedangkan 62,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, penggunaan media sosial memiliki peran penting sebagai salah satu faktor yang mendorong meningkatnya komunikasi politik mahasiswa di era kontemporer. Hal ini juga sejalan dengan semangat demokrasi digital yang memberi ruang bagi generasi muda untuk mendapatkan informasi dan mengekspresikan pandangan mereka, sebagaimana dijamin dalam Pasal 28F UUD 1945 mengenai hak memperoleh informasi dan berkomunikasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Konsep 4C yang dikemukakan oleh Chris Heuer, yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*, yang menjelaskan bahwa media sosial mampu meningkatkan keterlibatan publik melalui proses komunikasi yang interaktif dan partisipatif. Pada konteks mahasiswa, paparan informasi politik yang relevan (*context*), kemudahan berkomunikasi (*communication*), kolaborasi dalam diskusi isu publik (*collaboration*), serta keterhubungan antar pengguna (*connection*) secara signifikan meningkatkan aktivitas komunikasi politik. Hal ini terlihat dari tren mahasiswa yang semakin sering berdiskusi, mengomentari dinamika politik, serta mengikuti perkembangan isu nasional melalui platform digital.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung Teori Partisipasi dan Mobilisasi Politik, yang menegaskan bahwa partisipasi politik tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal mahasiswa, tetapi juga oleh mobilisasi informasi dari luar. Media sosial dalam konteks ini berfungsi sebagai medium mobilisasi politik karena mampu menyebarkan ajakan, opini, dan narasi politik dengan cepat. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang efektif dalam mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam komunikasi politik, baik melalui komentar, diskusi, unggahan konten, maupun interaksi lainnya terkait isu publik.

Temuan ini juga sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial efektif menjangkau generasi muda dan meningkatkan literasi politik mereka. Jika beberapa studi sebelumnya menyoroti bahwa pengaruh media sosial lebih kuat pada aspek kognitif dibandingkan perilaku, penelitian ini justru menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya meningkatkan pengetahuan politik mahasiswa, tetapi juga mendorong mereka untuk aktif terlibat dalam komunikasi politik. Hal ini sesuai dengan Teori Kultivasi, yang menyebutkan bahwa paparan intens terhadap konten politik di media akan membentuk persepsi dan kesadaran politik individu. Paparan konten politik di feed media sosial mahasiswa terbukti mendorong mereka untuk lebih sering berkomentar, mengkritisi, atau membahas isu-isu politik yang sedang berkembang.

Selain itu, temuan penelitian Sari dan Basit yang menyatakan bahwa Instagram dan platform digital lainnya mampu memicu respons kognitif, afektif, dan konatif juga mendukung hasil penelitian ini. Media sosial bukan hanya membentuk pemahaman mahasiswa tentang isu politik (ranah kognitif), tetapi juga memengaruhi emosi dan sikap mereka (ranah afektif) serta mendorong tindakan komunikasi politik seperti berdiskusi, menyebarkan informasi, dan memberikan opini (ranah konatif). Dengan kontribusi

sebesar 37,7%, media sosial dalam penelitian ini terbukti mampu memfasilitasi transformasi mahasiswa dari sekadar konsumen informasi menjadi aktor aktif dalam ruang komunikasi politik digital.

Temuan ini dipertegas dengan pernyataan bahwa generasi muda secara aktif menggunakan media sosial untuk belajar politik, berdiskusi, dan berpartisipasi dalam urusan publik. Pola ini tampak jelas pada mahasiswa Universitas Palangka Raya dalam penelitian ini, di mana mereka menggunakan media sosial sebagai ruang publik digital untuk menyuarakan pendapat, menyampaikan kritik, dan berdialog mengenai isu-isu politik secara terbuka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sarana penting bagi mahasiswa untuk terlibat dalam proses komunikasi politik secara lebih cepat, responsif, dan demokratis, terutama di era kontemporer yang ditandai oleh perkembangan teknologi informasi yang pesat.

KE SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komunikasi politik mahasiswa Universitas Palangka Raya, dengan kontribusi sebesar 37,7% terhadap peningkatan aktivitas komunikasi politik, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa paparan informasi, interaksi, dan kemudahan berkomunikasi di platform digital mendorong mahasiswa untuk lebih aktif berdiskusi, menyampaikan pendapat, dan mengikuti isu politik. Untuk penelitian mendatang, disarankan agar peneliti menambahkan variabel lain seperti literasi digital, lingkungan organisasi, serta perbandingan antar-platform, dan menggunakan metode campuran agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dalam memahami perilaku komunikasi politik generasi muda.

Saran untuk Penelitian Mendatang

Penelitian mendatang disarankan untuk menambah variabel lain selain media sosial seperti literasi digital, lingkungan pergaulan, aktivitas organisasi, dan pola konsumsi media karena media sosial hanya berkontribusi 37,7% terhadap komunikasi politik mahasiswa. Pendekatan mixed methods juga perlu dipertimbangkan agar aspek-aspek kualitatif seperti motivasi dan dinamika diskusi politik dapat tergali lebih mendalam. Selain itu, penelitian dapat diperluas pada populasi yang lebih beragam serta melakukan perbandingan antar-platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X untuk melihat efektivitas masing-masing media. Studi longitudinal juga direkomendasikan guna memahami perubahan perilaku komunikasi politik seiring perkembangan isu nasional.

DAFTAR PUSTAKA

1. Anshari, M. (2013). Social Media and Political Branding: Strategi Baru Komunikasi Politik di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 112–124.
2. Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
3. Dwi, A., & Watie, E. (2011). Komunikasi dan Media Sosial: Implikasi Perubahan Komunikasi dalam Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 6(2), 41–54.
4. Dwiyanti, L., Prasetyo, A., & Ramadhan, F. (2023). Media Sosial dan Komunikasi Politik Generasi Muda pada Pemilu 2024. *Jurnal Politik Digital*, 2(1), 55–70.
5. Ellul, J., & McLuhan, M. (2017). *The Technological Society and Media Logic*. MIT Press.
6. Fahresi, M. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Literasi Politik Generasi Muda di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Politik*, 8(2), 101–115.
7. Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
8. Heuer, C. (2011). *The Four C's of Social Media: Context, Communication, Collaboration, and Connection*. Social Media Club.
9. Jatmiko, A. (2019). Media Baru dan Perubahan Perilaku Politik di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 14(3), 230–242.

10. Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. (1945). Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
11. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
12. Morgan, K., & Krejcie, R. V. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610.
13. Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
14. Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
15. Pratama, Y., & Rahmawati, L. (2023). Media Sosial dan Aktivisme Politik Generasi Muda: Studi Perilaku Politik Digital Mahasiswa. *Jurnal Politik dan Masyarakat*, 12(2), 115–129.
16. Putra, R. A., & Lestari, S. (2022). Pengaruh Intensitas Konsumsi Media terhadap Sikap Politik Generasi Z: Studi pada Akun Instagram @ radar_bogor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 33–47.
17. Putri, R., & Nugroho, D. (2020). Generasi Z dan Politik Digital: Studi tentang Pola Partisipasi Politik di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 101–117.
18. Ramadhany, R. (2024). *Buku Saku Digital: Penggunaan Aplikasi SPSS Versi 29*. FISIP Universitas Palangkaraya.
Available: <https://fisip.upr.ac.id/wp-content/uploads/2024/10/Buku-Saku-Digital-Aplikasi-SPSS-Versi-29.pdf>
19. Sari, N., & Basit, A. (2021). Instagram sebagai Media Pendidikan Politik Mahasiswa: Analisis Respons Kognitif, Afektif, dan Konatif. *Jurnal Studi Media*, 5(1), 45–57
20. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
21. Sugiyono. (2019). *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta.
22. S. Anwar. (2016). *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
23. Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press.