

Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Gen Z Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2024 (Studi Kasus Pemilih Generasi Z Di Universitas Kristen Indonesia)

Paulina Kurniawati Fau

Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia

Kata Kunci :

Media Sosial,
Partisipasi Politik,
Gen Z, Pemilu
2024, Universitas
Kristen Indonesia.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z pada Pemilihan Presiden 2024 di Universitas Kristen Indonesia. Latar belakang dari penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan generasi muda serta besarnya proporsi pemilih dari generasi Z pada Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 98 responden yang diambil menggunakan teknik *cluster random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam membentuk kesadaran politik dan mempengaruhi bentuk partisipasi politik mahasiswa, seperti menyebarkan informasi politik, berdiskusi di media sosial, hingga memengaruhi keputusan untuk memilih. Platform seperti Instagram, TikTok, dan X menjadi media utama dalam menyampaikan pesan politik yang dikonsumsi oleh Gen Z. Berdasarkan hasil uji statistik, terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan partisipasi politik Gen Z di UKI. Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi alat strategis dalam meningkatkan partisipasi politik generasi muda dalam pemilu.



Kata Kunci :

Social Media,
Political
Participation, Gen
Z, 2024 Election,
Indonesian
Christian
University.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of social media on Gen Z political participation in the 2024 Presidential Election at the Christian University of Indonesia. The background of this study is the increasing use of social media among the younger generation and the large proportion of voters from Generation Z in the 2024 Election. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through distributing questionnaires to 98 respondents who were selected using a cluster random sampling technique. The results of the study indicate that social media plays a role in shaping political awareness and influencing the form of political participation of students, such as disseminating political information, discussing on social media, and influencing voting decisions. Platforms such as Instagram, TikTok, and X are the main media in conveying political messages consumed by Gen Z. Based on the results of statistical tests, there is a significant influence between social media use and Gen Z political participation at UKI. Therefore, social media can be a strategic tool in increasing the political participation of the younger generation in elections.

I. Pendahuluan

Dalam perjalanan sejarah politik suatu negara, pemilihan umum merupakan mekanisme utama dalam sistem demokrasi yang menentukan kualitas demokrasi suatu negara, termasuk Indonesia. Melalui pemilu, rakyat sebagai pemegang kedaulatan dapat secara langsung memberikan mandat kepada calon pemimpin dan wakil rakyat yang akan menentukan arah kebijakan negara. Pemilu juga menjadi sarana utama untuk memastikan adanya pergantian kepemimpinan secara teratur dan damai, serta memberikan kesempatan kepada setiap warga negara untuk menggunakan hak politiknya. Khususnya pada Pemilihan Presiden 2024, ini menjadi puncak demokrasi yang sangat dinantikan oleh masyarakat.

Partisipasi masyarakat dalam pemilu menjadi faktor kunci yang memengaruhi kualitas demokrasi. Pelaksanaan Pemilu 2024 didasarkan pada dua payung hukum utama, yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pemilukada. Pemilihan Presiden merupakan wadah bagi rakyat untuk menyalurkan kepentingan dan aspirasi mereka melalui hak suara. Dalam konteks tersebut, pemilih memegang peranan penting, dimana pilihan mereka akan mencerminkan arah politik negara pada periode yang akan datang.

Media sosial telah menjadi wadah yang sangat berpengaruh dalam membentuk perilaku Gen Z di era digital. Informasi politik yang tersebar luas melalui berbagai platform, termasuk X, Instagram, TikTok dan Facebook, memungkinkan Gen Z untuk mengakses berbagai perspektif politik secara langsung dan cepat. Penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik Generasi Z sangat penting untuk mengisi kesenjangan kajian yang ada, khususnya dalam konteks Pemilu 2024.





Meskipun Gen Z merupakan kelompok pemilih dominan dengan karakteristik digital native yang sangat bergantung pada media sosial, masih terdapat keterbatasan pemahaman mendalam tentang bagaimana media sosial secara konkret membentuk sikap, pengetahuan, dan partisipasi politik mereka. Studi yang ada cenderung fokus pada gambaran umum tanpa mengurai secara rinci mekanisme pengaruh media sosial terhadap perilaku politik Gen Z, terutama dalam konteks kampanye dan dinamika politik terkini.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Indonesia dengan populasi utama mahasiswa yang termasuk dalam kelompok Generasi Z, yaitu berusia antara 13 hingga 28 tahun. Para responden telah menunjukkan bentuk partisipasi politik baik secara konvensional maupun non-konvensional pada Pemilu 2024. Dalam penelitian ini digunakan kerangka teori ekologi media, teori pengaruh selektif media, serta konsep partisipasi politik untuk mengkaji apakah media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh terhadap partisipasi politik Gen Z di lingkungan Universitas Kristen Indonesia. Fokus penelitian dibatasi pada media sosial Instagram sebagai platform utama yang dianalisis dalam konteks partisipasi politik mahasiswa.

Generasi Z sebagai kunci dalam pemilu 2024 dan ketergantungan pada media sosial, maka rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada sejauh mana pengaruh signifikan media sosial terhadap perilaku politik generasi Z dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 di Universitas Kristen Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai bentuk partisipasi politik yang dilakukan oleh generasi Z, baik dalam bentuk partisipasi konvensional, seperti memberikan suara langsung di Tempat Pemungutan Suara (TPS), maupun partisipasi non-konvensional yang meliputi keterlibatan aktif dalam diskusi politik di media sosial, partisipasi dalam debat daring, penandatanganan petisi online, serta keikutsertaan dalam organisasi atau komunitas sosial yang berbasis di platform media sosial seperti Instagram. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penyebaran kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengukur tingkat pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi Z, khususnya mahasiswa Universitas Kristen Indonesia.





Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis apakah bentuk partisipasi politik yang dominan di kalangan mahasiswa UKI cenderung bersifat konvensional atau non-konvensional.

Variabel	Definisi	Parameter	Alat Pengukuran	Skala
Media Sosial	Sarana berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi serta ide dalam komunitas virtual.	1.Frekuensi penggunaan. 2.Jenis platform yang digunakan. 3.Aktivitas yang dilakukan.	Kuisisioner	Interval
Partisipasi Politik	Keterlibatan individu dalam kegiatan politik yang bertujuan mempengaruhi keputusan politik atau memilih dalam pemilu.	1.Memberikan suara dalam pemilu. 2.Diskusi politik. Partisipasi nonkonvensional lainnya.	Kuisisioner	Interval

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel (Sumber; diolah oleh peneliti, 2025)

II. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini didasarkan pada dua teori utama, yaitu Teori Ekologi Media oleh Marshall McLuhan dan Teori Pengaruh Media Selektif oleh Joseph Klapper. Teori Ekologi Media menekankan bahwa medium komunikasi memiliki peran besar dalam membentuk perilaku sosial. Sementara itu, teori pengaruh selektif menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih dan menafsirkan pesan berdasarkan preferensi dan nilai pribadi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 98 mahasiswa yang tergolong dalam kategori Gen Z di Universitas Kristen Indonesia. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik cluster random sampling. Instrumen diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan dengan uji korelasi dan uji t untuk mengetahui hubungan signifikan antara variabel media sosial dan partisipasi politik.





III. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif korelasional, karena bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik Generasi Z. Pendekatan ini dipilih untuk mengukur sejauh mana pengaruh media sosial, khususnya Instagram, terhadap perilaku politik mahasiswa Gen Z di Universitas Kristen Indonesia. Penelitian dilaksanakan di lingkungan Universitas Kristen Indonesia (UKI) yang berlokasi di Jakarta Timur. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama periode semester genap tahun akademik 2023/2024.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert kepada 98 responden yang merupakan mahasiswa aktif UKI yang termasuk dalam kategori usia Generasi Z (lahir tahun 1997–2012). Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik cluster random sampling, berdasarkan fakultas dan angkatan. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan indikator variabel X (penggunaan media sosial) dan variabel Y (partisipasi politik), yang disusun berdasarkan teori ekologi media dan teori pengaruh media selektif. Sebelum disebarkan, instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS 25.0. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yakni uji korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antar variabel, serta uji t untuk menguji hipotesis secara parsial. Selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas untuk memastikan data memenuhi persyaratan regresi.

IV. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 98 responden mahasiswa Generasi Z di Universitas Kristen Indonesia, ditemukan bahwa partisipasi politik yang paling dominan dilakukan adalah bentuk partisipasi konvensional, yaitu memberikan suara dalam Pemilu Presiden 2024. Selain itu, terdapat pula partisipasi non-konvensional seperti menyebarkan informasi politik melalui Instagram, ikut diskusi di media sosial, serta keterlibatan dalam komunitas atau organisasi dengan isu-isu politik dan sosial.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 76% responden secara aktif menggunakan Instagram untuk memperoleh informasi politik, dan lebih dari 60% di antaranya mengaku pernah membagikan ulang konten politik atau mengajak orang lain untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik. Ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai alat mobilisasi dan ruang interaksi politik. Dari hasil uji korelasi Pearson, ditemukan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial (variabel X) dengan partisipasi politik (variabel Y), dengan nilai signifikansi $p < 0,05$. Ini diperkuat oleh hasil uji T, yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa Gen Z.





Hasil uji juga menunjukkan bahwa algoritma media sosial memperkuat paparan informasi sesuai minat politik pengguna, yang selaras dengan Teori Pengaruh Media Selektif (*Selective Exposure*) oleh Joseph Klapper. Hasil ini mendukung temuan penelitian sebelumnya oleh Devianti et al. (2022) yang menyatakan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Penelitian ini juga memperluas kerangka Teori Ekologi Media dari McLuhan yang menyatakan bahwa media adalah ekstensi dari manusia, dan bahwa medium memiliki pengaruh yang sama kuatnya dengan isi pesan. Media sosial, khususnya Instagram, membentuk ekosistem informasi politik baru yang lebih terpersonalisasi dan interaktif.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye digital sangat relevan dan efektif dalam menjangkau pemilih muda, khususnya Generasi Z yang cenderung lebih responsif terhadap pendekatan visual, interaktif, dan berbasis algoritma. Secara teoritis, temuan ini menguatkan peran media sosial sebagai agen sosialisasi politik baru di era digital yang menggeser dominasi media konvensional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar ruang hiburan atau interaksi sosial, melainkan telah menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik generasi muda, khususnya Gen Z, pada Pemilu 2024.

Correlations			
		PX	PY
PX	Pearson Correlation	1	.471**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	98	98
PY	Pearson Correlation	.471**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	98	98
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Tabel 2. Hasil Uji Corelasi
Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 4.20, uji corelasi diperoleh nilai koefien korelasi person antara variabel X dan Y sebesar 0,471 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan anatara variabel X (media sosial) dan Y (Partisipasi Gen Z), karena nilai korelasi berada pada rentang 0,471-0,60 yang termasuk kategori kuat, serta nilai signifikan lebih kecil 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai X, maka cenderung diikuti dengan peningkatan pada Y. Berdasarkan penelitian terdahulu, uji korelasi menggunakan nilai signifikansi (sig.) sebagai dasar pengambilan keputusan untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel.





Jika nilai signifikansi yang diperoleh dari uji korelasi lebih kecil dari 0,05 (sig. < 0,05), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara variabel yang diuji. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. di bawah 0,05 menjadi syarat utama untuk menyatakan adanya korelasi yang bermakna secara statistik dalam penelitian.

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	TotalX - TotalY	36,653	3,503	0,354	35,951	37,355	103,585	97	0,000

Tabel 3. Hasil Uji T Variabel X dan Y
Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.21, maka dapat dilihat hasil t pada signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengambilan keputusan pada uji t didasarkan pada nilai signifikansi (sig.) yang dihasilkan. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (sig. < 0,05), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. di bawah 0,05 menjadi syarat utama untuk menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dalam uji t.

Berdasarkan penelitian terdahulu, pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik terbukti signifikan melalui uji t dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Uji regresi linier sederhana dan uji t dengan bantuan SPSS menunjukkan nilai t hitung sebesar 5,116 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa anggota organisasi PMII di Kutai Timur. Penelitian lain menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh sebesar 29% terhadap tingkat partisipasi politik generasi milenial di Aceh Selatan, dengan analisis regresi linier berganda yang juga menunjukkan signifikansi pengaruh media sosial (Julpahmi, 2022). Semua penelitian tersebut membuktikan bahwa uji t dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan pengaruh media sosial yang signifikan terhadap partisipasi politik.





V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan penelitian lanjutan di masa mendatang. Penelitian ini secara khusus menyoroti pengaruh media sosial terhadap partisipasi Gen Z dalam konteks Pemilihan Presiden 2024 di Universitas Kristen Indonesia. Namun, untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas lingkup objek kajian ke perguruan tinggi lain, baik negeri maupun swasta, guna memperoleh gambaran yang lebih representatif mengenai perilaku pemilih muda secara nasional. Selain itu, penelitian lanjutan perlu menggali lebih dalam dimensi kualitas partisipasi politik, bukan hanya dari segi kuantitas atau frekuensi keterlibatan. Artinya, penting untuk menilai sejauh mana pemilih muda memahami isu-isu politik secara substansial, dan bagaimana mereka mengevaluasi informasi yang diperoleh dari media sosial. Di sini, aspek literasi media menjadi krusial dan layak dijadikan variabel penelitian tersendiri.

Penelitian mendatang juga disarankan untuk mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau campuran (mixed methods) agar mampu menangkap dinamika sosial dan psikologis yang lebih kompleks dalam membentuk keputusan politik pemilih muda. Aspek emosional, ideologis, dan keterlibatan diskursif dalam komunitas daring dapat memperkaya analisis yang sebelumnya bersifat kuantitatif. Terakhir, dalam menghadapi tantangan era digital yang sarat dengan informasi tidak terverifikasi, penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengkaji lebih dalam pengaruh hoaks, misinformasi, dan disinformasi terhadap pembentukan preferensi politik pemilih muda, serta strategi mitigasi yang dapat dilakukan melalui edukasi digital dan kebijakan media.

VI. Daftar Pustaka

- Andriyendi, Dimaz Oktama, Nurman, S., & Dewi, Susi Fitria. (2022). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, Vol. 3, No. 1.
- Al Hindwan, Syarifah Nadya, & Putri, Nora Eka. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang dalam Menghadapi Pilpres 2024. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, Vol. 3, No. 2.
- Ashiddiqi, Muhammad. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa PMII di Kutai Timur. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*.
- Anggaraini, Devianti, Ariesta, Aang Wahyu, & Wuryanta, A.G. Eka Wenats. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11, No. 1.
- Cahyani, T. (2019). *SPSS untuk Analisis Data*. Bandung: Alfabeta.



- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). *Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption*. New York: Oxford University Press.
- Fitria, S., Juliardi, B., & Rahmat, I. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilu Presiden Tahun 2024. *Wawasan Nusantara*, Vol. 9, No. 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. A. (2022). *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Julpahmi. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Generasi Milenial di Aceh Selatan. *Wawasan Nusantara*, Vol. 9, No. 2.
- Landman, T. (2017). *Issues and Methods in Comparative Politics: An Introduction*. London: Routledge.
- McQuail, D. (2015). *McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.)*. London: SAGE Publications.
- Sari, E. T. P., Mahmud, T. A., & Prianti, E. N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024. *Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, dan Politik*, Vol. 7, No. 2.
- Turner, G. (2013). *Understanding Celebrity*. London: SAGE Publications Ltd.
- West, R. L., & Turner, L. H. (2011). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application (4th ed.)*. New York: McGraw-Hill Education
- Aspiras. (2018). Pentingnya Partisipasi Politik dalam Demokrasi Modern. Diakses dari: <https://aspiras.id>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020. Diakses dari: <https://www.bps.go.id>
- FNISTATISTICS. (2023). Dasar Pengambilan Keputusan Statistik. Diakses dari: <https://fnistatistics.id>
- Unesa. (2023). 56,45% Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Milenial dan Gen Z. Diakses dari: <https://www.unesa.ac.id>
- UKI. (2021). Visi & Misi. Diakses dari: <https://uki.ac.id/page/index/visi-misi-20210926>