

Pengaruh Paparan Informasi Politik di Media Sosial Terhadap Sikap Politik Generasi Muda

Ahmad Daffa Hasan¹, Jeni Minan², Sugeng Agus Subekti³

^{1,2}Universitas Muhamadiyah Tangerang,

³Universitas Yuppentek Indonesia

Email: ¹daffahasan4@gmail.com ³sugengagussubekti@gmail.com

Abstrak

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara komunikasi berlangsung, termasuk dalam hal penyampaian isu-isu publik di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna aktif platform digital. Saat ini, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan dan interaksi, tetapi juga menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan isu publik dan kebijakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana paparan informasi di media sosial dapat memengaruhi sikap generasi muda terhadap isu-isu publik. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), yang diolah menggunakan aplikasi SmartPLS. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin kepada 100 responden generasi muda yang aktif menggunakan media sosial dan sering terpapar informasi terkait. Hasil pengujian pada model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas. Hal ini terlihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) yang berada di atas 0,50, serta nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang telah melampaui batas minimum 0,70. Selanjutnya, pada model struktural ditemukan bahwa paparan informasi di media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap generasi muda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,655 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$. Nilai R-square sebesar 0,429 menunjukkan bahwa variabel paparan informasi mampu menjelaskan sebesar 42,9% variasi sikap generasi muda, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang generasi muda, terutama melalui intensitas paparan dan bagaimana informasi tersebut dikemas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, sekaligus menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan literasi generasi muda agar lebih kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di media sosial.

Kata kunci: *media sosial, paparan informasi politik, komunikasi politik digital, sikap generasi muda, framing.*

Abstract

The development of social media has brought about significant changes in the way communication takes place, including in the dissemination of public issues among the younger generation, who are active users of digital platforms. Currently, social media is not only used as a means of entertainment and interaction but has also become one of the primary sources for obtaining information related to public issues and policies. This study aims to determine the extent to which exposure to information on social media can influence the attitudes of the younger generation toward public issues. The approach used is quantitative, employing the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method, analyzed using the SmartPLS software. Data were collected through the distribution of a five-point Likert scale questionnaire to 100 young respondents who are active social media users and frequently exposed to relevant information. The results of the model testing indicate that all indicators met the criteria for convergent validity and

reliability. This is evident from the Average Variance Extracted (AVE) values exceeding 0.50, as well as Cronbach's Alpha and Composite Reliability values surpassing the minimum threshold of 0.70. Furthermore, the structural model revealed that exposure to information on social media has a positive and significant influence on the attitudes of the younger generation. This is indicated by a path coefficient of 0.655 with a significance level of $p < 0.05$. The R-square value of 0.429 indicates that the information exposure variable explains 42.9% of the variation in the attitudes of the younger generation, while the remainder is influenced by other factors outside the model. These findings demonstrate that social media plays a crucial role in shaping the perspectives of the younger generation, particularly through the intensity of exposure and how the information is presented. Therefore, this study is expected to contribute to the development of digital communication research, while also serving as a basis for efforts to enhance the younger generation's media literacy so they can approach information circulating on social media more critically.

Keywords: social media, exposure to political information, digital political communication, attitudes of the younger generation, framing

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses informasi, di mana media sosial kini menjadi salah satu sumber utama, termasuk untuk informasi politik, khususnya di kalangan generasi muda usia 18–24 tahun. Sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan internet, generasi muda cenderung memperoleh informasi politik melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Melalui platform tersebut, mereka terus-menerus terpapar informasi politik, baik dari tampilan beranda (feeds), kolom komentar, maupun konten yang dibagikan oleh teman sebaya. Paparan informasi tersebut tidak hanya memengaruhi tingkat pengetahuan politik, tetapi juga berpotensi membentuk sikap politik generasi muda dalam konteks pemilu, kebijakan publik, dan partisipasi politik (Nurhaipah & Ramallah, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan adanya pergeseran dari dominasi media konvensional ke media sosial sebagai ruang utama dalam komunikasi publik. Saat ini, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi antarindividu, tetapi juga dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan yang lebih cepat, interaktif, dan bersifat personal. Hal ini terlihat dari tingginya keterlibatan generasi muda dalam berbagai aktivitas, seperti berdiskusi, membagikan konten, hingga mengikuti akun-akun yang berkaitan dengan isu publik di platform digital (Anshori et al., 2024)

Data penggunaan media sosial juga memperlihatkan bahwa generasi muda merupakan kelompok pengguna terbesar di ruang digital. Misalnya, platform seperti TikTok banyak

digunakan oleh kelompok usia 18–24 tahun dan menjadi salah satu sumber utama dalam menerima konten berbasis visual dan video singkat. Berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa paparan media sosial dapat memengaruhi cara individu memahami dan menilai isu publik, termasuk dalam menentukan preferensi terhadap kandidat maupun kebijakan tertentu (Riyanti et al., 2023). Namun demikian, penggunaan media sosial juga memiliki sisi lain, seperti munculnya fenomena echo chamber dan polarisasi. Dalam kondisi tersebut, individu cenderung lebih sering terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan yang sudah dimiliki, sehingga memperkuat keyakinan tersebut. Akibatnya, sikap yang terbentuk bisa menjadi lebih ekstrem atau bahkan mengalami distorsi akibat pengaruh algoritma platform digital (Dwiyantri et al., 2023)

Studi terdahulu

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara paparan informasi di media sosial dengan sikap dan partisipasi generasi muda. Di Indonesia, berbagai studi menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial turut memengaruhi cara generasi muda dalam mengakses serta berinteraksi dengan informasi terkait isu publik. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama dalam membentuk pandangan mereka, khususnya dalam konteks kampanye digital dan perilaku partisipatif (Abidin et al., 2024). Studi kuantitatif di Kabupaten Karawang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram dapat memengaruhi partisipasi politik generasi muda melalui berbagai bentuk interaksi konten politik, meskipun fokusnya adalah partisipasi politik elektoral bukan sikap politik secara langsung (Tamrin et al., 2024). Hasil penelitian lain memperlihatkan bahwa paparan konten politik dari satu akun tertentu di platform X secara signifikan mempengaruhi pandangan politik generasi Z, yang menunjukkan adanya hubungan langsung antara terpapar media dan pembentukan pandangan politik responden muda (Sari & Candrasari, 2023). Kajian mengenai pengaruh media sosial pada literasi politik pemilih pemula mengindikasikan bahwa paparan konten politik lewat platform seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga mempengaruhi pola pikir politik generasi Z, meskipun risiko misinformasi perlu diperhatikan (Putra et al., 2025). Penelitian global juga mendukung temuan ini, yakni hubungan positif antara paparan informasi politik di media sosial dengan keterlibatan politik dan aktivitas

diskusi politik di kalangan pemuda (Huda et al., 2024). Kajian lain menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran sebagai sarana sosialisasi politik yang membantu generasi muda memperoleh informasi sekaligus membentuk pandangan mereka terhadap isu-isu publik (Suswandy et al., 2025). Penelitian kuantitatif yang dilakukan pada mahasiswa di Kota Bandung juga menemukan bahwa semakin sering seseorang mengakses konten politik di platform digital, maka semakin meningkat pula kesadaran dan pemahaman politiknya (Adhani & Sartika, 2025). Selain itu, studi yang dilakukan oleh partisipasi gen z mengungkapkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang untuk membentuk opini kolektif dan melakukan pengawasan terhadap elite politik, tetapi juga dapat memunculkan tantangan berupa polarisasi masyarakat akibat perbedaan pandangan (Saud et al., 2020). Sejalan dengan itu, penelitian internasional menunjukkan bahwa pengaruh media sosial dalam membentuk opini generasi muda tidak hanya terjadi di satu negara, melainkan menjadi fenomena global yang turut memengaruhi dinamika politik di berbagai wilayah (Pratiwi et al., 2024). Secara keseluruhan, berbagai temuan tersebut menegaskan bahwa paparan informasi melalui media sosial memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang dan sikap generasi muda. Meskipun demikian, masih diperlukan penelitian yang lebih mendalam, khususnya terkait bagaimana proses framing konten berperan dalam membentuk sikap tersebut.

Walaupun sejumlah penelitian telah membahas hubungan antara media sosial dan berbagai aspek perilaku generasi muda, seperti literasi, partisipasi, dan akses informasi, kajian yang secara khusus menguji pengaruh langsung paparan informasi terhadap sikap generasi muda masih tergolong terbatas. Keterbatasan ini juga terlihat dari penggunaan pendekatan teori yang belum sepenuhnya menitikberatkan pada perspektif *framing*, yang menjelaskan bagaimana cara penyajian informasi dapat memengaruhi interpretasi individu terhadap suatu isu (Entman, 1993). Penelitian sebelumnya cenderung lebih banyak menyoroti aspek literasi atau partisipasi, dibandingkan membahas secara mendalam bagaimana media sosial membentuk sikap generasi muda, baik dari sisi konseptual maupun empiris.

Literature review

Teori Framing

Teori framing merupakan salah satu pendekatan penting dalam ilmu komunikasi yang digunakan untuk memahami bagaimana media membentuk cara pandang masyarakat terhadap suatu realitas. Proses ini terjadi melalui pemilihan informasi, penekanan pada aspek tertentu, serta cara penyajian yang digunakan oleh media. Dengan demikian, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk makna dari suatu peristiwa. Dalam sudut pandang ini, realitas yang diterima oleh masyarakat sebenarnya merupakan hasil dari proses seleksi dan penonjolan terhadap bagian-bagian tertentu dari sebuah isu, sementara aspek lainnya sering kali tidak ditampilkan. Sejumlah penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa framing memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk cara individu memahami isu publik, terutama dalam konteks sosial yang bersifat kompleks dan terus berkembang (Abhiyasa et al., 2024). Perkembangan teori framing pada era digital menunjukkan perluasan konteks penerapannya, dari media massa konvensional menuju media digital dan media sosial. Media sosial memungkinkan aktor non-jurnalistik, seperti pengguna individu dan kelompok kepentingan, turut serta dalam proses framing melalui produksi dan distribusi konten. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa framing di media digital bersifat lebih cepat, interaktif, dan sering kali dipengaruhi oleh algoritma platform yang menentukan visibilitas pesan (Ayomi, 2021) (Insani et al., 2023). Kondisi ini memperkuat pengaruh framing terhadap sikap dan opini publik karena khalayak terpapar narasi yang berulang dan terpersonalisasi.

Dalam kajian empiris kontemporer, framing sering dioperasionalkan melalui dimensi-dimensi tertentu seperti *frame konflik*, *frame tanggung jawab*, *frame moral*, dan *frame solusi*. Dimensi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pola penyajian isu oleh media dan dampaknya terhadap persepsi khalayak. Penelitian (Amanda, 2021) menunjukkan bahwa framing media terhadap isu ekonomi dan kesejahteraan dapat memengaruhi orientasi kebijakan publik yang dipahami masyarakat. Sementara itu, studi (Chaidir Ali, Eko Priyo Purnomo, 2024) menemukan bahwa perbedaan framing dalam pemberitaan politik berkontribusi terhadap variasi sikap publik terhadap keputusan institusional, meskipun sumber informasinya sama. Selain framing berbasis teks, literatur terbaru juga menekankan pentingnya framing visual dalam membentuk interpretasi khalayak. Elemen visual seperti foto, grafik, dan video memiliki kemampuan memperkuat makna pesan dan memicu respons emosional yang lebih

kuat dibandingkan teks semata. (Rahayu et al., 2025) menegaskan bahwa framing visual berperan signifikan dalam membangun narasi isu publik dan dapat memperkuat bias interpretatif yang dihasilkan oleh framing verbal. Hal ini menunjukkan bahwa analisis framing perlu mempertimbangkan dimensi multimodal agar mampu menangkap kompleksitas pesan media secara utuh. Lebih lanjut, studi-studi mutakhir juga mengkaji efek framing dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Efek framing tidak hanya terbatas pada perubahan pengetahuan, tetapi juga mencakup sikap, emosi, dan kecenderungan perilaku khalayak. (Muharrom et al., 2025) menyatakan bahwa efek framing dipengaruhi oleh faktor moderator seperti tingkat literasi media, orientasi ideologis, serta intensitas paparan media. Dalam konteks komunikasi politik, framing terbukti mampu membentuk preferensi politik generasi muda yang sangat bergantung pada media digital sebagai sumber informasi utama.

Meskipun penelitian mengenai framing terus berkembang, sejumlah celah penelitian masih ditemukan. Beberapa studi menekankan perlunya pendekatan longitudinal untuk memahami dampak framing secara berkelanjutan, khususnya dalam lingkungan media digital yang sarat dengan arus informasi. Selain itu, integrasi metode analisis kualitatif, kuantitatif, dan komputasional dinilai penting untuk memperkaya pemahaman terhadap dinamika framing modern (Kristiyani et al., 2025) (Annisa, 2025). Dengan demikian, teori framing tetap relevan dan strategis digunakan sebagai landasan teoretis dalam penelitian komunikasi kontemporer.

Metode

METODE PENELITIAN

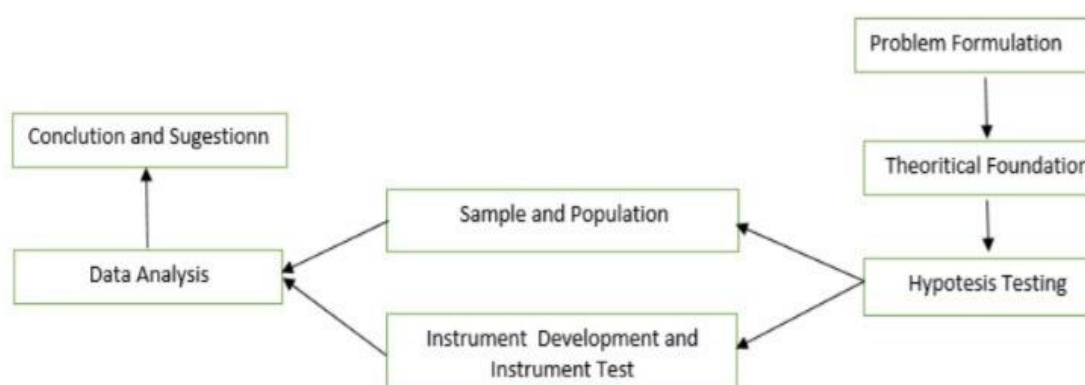
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) yang dianalisis melalui aplikasi SmartPLS. Penggunaan metode Partial Least Squares (PLS-SEM) dipilih dengan mempertimbangkan kesesuaiannya terhadap karakteristik penelitian. Metode ini dinilai tepat untuk penelitian yang bersifat eksploratif maupun prediktif, karena mampu mengkaji hubungan yang cukup kompleks antar variabel laten sekaligus melihat arah serta besarnya pengaruh yang dihasilkan. Selain itu, PLS-SEM memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam mengakomodasi model dengan banyak variabel laten dan indikator yang beragam. Metode ini juga relatif lebih toleran terhadap ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Meskipun penelitian ini melibatkan 100 responden,

PLS-SEM tetap mampu menghasilkan estimasi yang stabil dan dapat diandalkan. Selain itu, PLS-SEM tidak mengasumsikan distribusi normal, sehingga dapat digunakan pada data yang tidak berdistribusi normal, seperti yang ditemukan dalam survei ini. Berdasarkan rumus akar kuadrat terbalik dan gamma-eksponensial untuk menentukan ukuran sampel minimum, studi ini memastikan bahwa ukuran sampel yang digunakan cukup untuk mencapai kekuatan statistik yang diperlukan untuk mendeteksi hubungan antara variabel secara signifikan. Metode SEM diterapkan untuk menilai hubungan antara variabel yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu:

1. Paparan Informasi Politik di Media Sosial (X)
2. Sikap Politik Generasi Muda (Y)

Gambar 3 menunjukkan tahapan penelitian yang digunakan dalam studi ini. Proses penelitian dimulai dengan Formulasi Masalah, diikuti oleh Landasan Teoritis, dan Uji Hipotesis. Setelah itu, tahapan berikutnya melibatkan Pengembangan Alat dan Uji Alat, diikuti oleh Tahap Sampel dan Populasi, serta Analisis Data. Akhirnya, studi ini ditutup dengan Kesimpulan dan Saran.

Figure 3.
Research Stages



Sumber: (Cresswell, 2018)

Populasi dan Sampel

1. **Populasi:** Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda yang aktif menggunakan media sosial serta memiliki paparan terhadap informasi terkait isu publik melalui platform digital.
2. **Sampel:** Penelitian ini menggunakan teknik stratified random sampling dengan melibatkan responden dari 13 kecamatan di Kota Tangerang. Kerangka sampel mengacu pada Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang diperoleh dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Pemilihan responden dilakukan secara acak di setiap kecamatan dengan pembagian jumlah yang disesuaikan secara proporsional berdasarkan banyaknya pemilih aktif.
3. **Ukuran Sampel:** Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), jumlah populasi generasi muda yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan Milenial mencapai sekitar 115,6 juta jiwa.
4. **Rumus Slovin :** Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, yang umum digunakan ketika jumlah populasi telah diketahui. Dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, diperoleh total sampel sebanyak 100 responden.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Penelitian ini menerapkan prosedur pengumpulan data yang memadukan metode daring dan luring. Kuesioner disebarkan melalui platform online, khususnya media sosial, guna menjangkau responden secara lebih luas dan efisien. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan secara langsung di beberapa lokasi strategis di setiap kecamatan untuk menjangkau responden yang sulit diakses melalui media online. Target tingkat respons dalam penelitian ini sebesar 80%, yang didukung melalui pemberian pengingat serta tindak lanjut kepada responden guna meningkatkan partisipasi. Untuk meminimalkan bias non-respons, dilakukan beberapa strategi pengendalian, seperti pengiriman pengingat secara berkala kepada responden yang belum memberikan jawaban, serta memastikan keterwakilan berbagai kelompok secara proporsional berdasarkan wilayah kecamatan dan karakteristik demografis. Hal ini disesuaikan dengan penggunaan teknik sampling acak berstrata yang diterapkan dalam penelitian.
2. **Skala Pengukuran:** Likert menggunakan skala 5 poin, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

3. Etika dan Persetujuan: Penelitian ini telah memperoleh persetujuan dari Komite Etika Penelitian (IRB) sebagai bentuk jaminan bahwa seluruh proses penelitian dilaksanakan sesuai dengan standar etika yang berlaku. Sebelum berpartisipasi, setiap responden—baik yang mengisi kuesioner melalui Google Form (secara daring) maupun melalui pengumpulan langsung (luring)—diberikan lembar persetujuan yang memuat informasi mengenai tujuan penelitian, prosedur yang dilakukan, serta hak-hak responden, termasuk hak untuk mengundurkan diri kapan saja tanpa konsekuensi. Persetujuan tersebut juga dikonfirmasi secara elektronik melalui Google Form sebelum responden mulai mengisi kuesioner. Dalam upaya melindungi data pribadi, penelitian ini menerapkan mekanisme yang mengacu pada ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (PDP). Seluruh data responden dijaga kerahasiaannya dan hanya dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian. Data yang terkumpul akan dianonimkan guna menjaga identitas responden, serta tidak akan disebarluaskan kepada pihak lain tanpa persetujuan yang jelas dari responden.

Alat Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner survei yang disusun untuk mengukur sikap generasi muda terhadap isu publik dalam konteks paparan informasi di media sosial. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi sikap tersebut, dengan berfokus pada dua indikator utama, yaitu tingkat paparan informasi di media sosial dan sikap generasi muda.

Tabel Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Indikator
1	Paparan Informasi Politik di Media Sosial	Intensitas Paparan,
		Frame Konflik
		Frame Tanggung Jawab
		Frame Moral
		Frame Solusi.
2	Sikap Politik Generasi Muda	Ketertarikan Politik
		Evaluasi Aktor Politik
		Kepercayaan Politik
		Sikap Kritis
		Orientasi Sikap Politik

Tabel Pertanyaan

Indikator	Pertanyaan
Intensitas Paparan,	Saya sering melihat konten politik di media

	sosial
Frame Konflik	Konten politik di media sosial sering menampilkan konflik antar pihak politik
Frame Tanggung Jawab	Konten politik sering menyoroti siapa yang bertanggung jawab atas suatu masalah publik
Frame Moral	Konten politik di media sosial sering menilai isu politik dari sisi benar-salah/moral.
Frame Solusi.	Konten politik di media sosial sering menawarkan solusi terhadap masalah politik.
Ketertarikan Politik	Saya tertarik mengikuti isu politik setelah melihatnya di media sosial
Evaluasi Aktor Politik	Media sosial memengaruhi cara saya menilai tokoh atau partai politik.
Kepercayaan Politik	Media sosial memengaruhi tingkat kepercayaan saya terhadap pemerintah/politik.
Sikap Kritis	Saya menjadi lebih kritis terhadap isu politik setelah melihatnya di media sosial.
, Orientasi Sikap Politik	Media sosial memengaruhi posisi atau pandangan politik saya.

KERANGKA TEORI

1. Paparan Informasi Politik di Media Sosial (X)

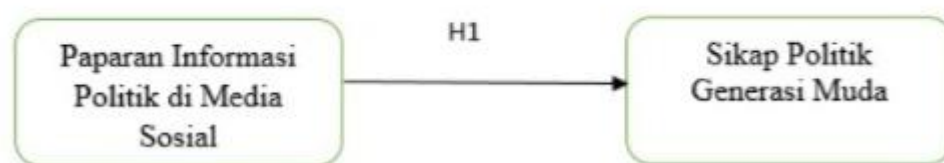
Paparan informasi politik di media sosial dapat diartikan sebagai tingkat intensitas, frekuensi, serta keterlibatan individu dalam menerima dan mengakses berbagai konten politik melalui platform digital. Paparan ini mencakup informasi terkait kebijakan publik, tokoh atau aktor politik, isu-isu aktual, serta wacana yang berkembang di ruang digital. Media sosial memiliki karakteristik interaktif, cepat, dan personal yang memungkinkan informasi politik tersebar luas dan diterima secara berulang oleh pengguna, khususnya generasi muda. Dalam konteks komunikasi politik modern, paparan informasi politik melalui media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi dan pemahaman politik individu karena mampu memengaruhi proses kognitif dan afektif melalui mekanisme pembingkai informasi, algoritma platform, serta interaksi sosial antar pengguna (Judijanto et al., 2023).

Variabel ini terdiri dari lima indikator utama: Intensitas Paparan, Frame Konflik, Frame Tanggung Jawab, Frame Moral, Frame Solusi.

2. Sikap Politik Generasi Muda (Y)

Sikap Politik Generasi Muda merupakan kecenderungan evaluatif generasi muda terhadap fenomena politik yang tercermin dalam dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Dimensi kognitif berkaitan dengan tingkat pengetahuan dan pemahaman generasi muda terhadap isu dan aktor politik, dimensi afektif mencerminkan perasaan, penilaian, serta sikap emosional terhadap politik, sedangkan dimensi konatif berkaitan dengan kecenderungan perilaku dan partisipasi politik. Sikap politik generasi muda terbentuk melalui proses sosialisasi politik yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, pengalaman pribadi, serta paparan informasi politik, terutama melalui media digital. Oleh karena itu, sikap politik menjadi indikator penting dalam menilai tingkat kesadaran politik dan orientasi partisipasi generasi muda dalam kehidupan demokratis (Khakim, 2023). Variabel ini terdiri dari lima indikator utama: Ketertarikan Politik, Evaluasi Aktor Politik, Kepercayaan Politik, Sikap Kritis, Orientasi Sikap Politik

Gambar 4: Paparan Informasi Politik di Media Sosial. Sikap Politik Generasi Muda



Sumber: (Judijanto et al., 2023),(Khakim, 2023)

Berdasarkan Gambar 4. Hubungan antara variabel-variabel dapat diasumsikan sebagai berikut:

H1: Paparan Informasi Politik di Media Sosial memiliki dampak yang signifikan dengan Sikap Generasi Muda

Analisis data

Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) melalui aplikasi SmartPLS versi

4. Pemilihan pendekatan SEM-PLS didasarkan pada kemampuannya dalam menganalisis hubungan yang cukup kompleks antar variabel laten, yang dalam penelitian ini meliputi paparan informasi di platform digital serta sikap generasi muda.

Langkah-langkah Analisis

1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Sebelum masuk ke tahap analisis utama, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas pada model pengukuran. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap indikator yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten.

1. Validitas konvergen diuji menggunakan nilai Average Variance Extracted (AVE). Apabila nilai AVE berada di atas 0,5, maka indikator dianggap mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik.
2. Sementara itu, reliabilitas diukur melalui Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika kedua nilai tersebut melebihi 0,7, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik.

2. Uji R-Square (R^2)

Setelah model dinyatakan valid dan reliabel, langkah berikutnya adalah menghitung nilai R-square (R^2). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Menurut Chin (1998), semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin kuat kemampuan model dalam menjelaskan variasi data. Adapun kriteria interpretasi nilai R^2 adalah sebagai berikut :

1. Nilai 0,19 dikategorikan rendah
2. Nilai 0,33 dikategorikan sedang
3. Nilai 0,67 dikategorikan tinggi

3. Uji hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam studi ini, kami melakukan uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping yang tersedia di SmartPLS. Bootstrapping digunakan untuk memperoleh t-

statistik dan nilai p yang memungkinkan kami menguji signifikansi hubungan antara variabel dalam model.

1. Jika nilai t-statistik lebih besar dari 1.96 dan nilai p lebih kecil dari 0.05, maka hubungan antara variabel dianggap signifikan.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji Ketidakpercayaan terhadap Partai Politik dalam Pemilu 2024, serta untuk memastikan apakah hubungan-hubungan ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam studi ini.

PEMBAHASAN

Demografi Responden

Sebanyak 100 responden berpartisipasi dalam survei. Penyebaran demografinya sebagai berikut:

Tabel Identitas Responden

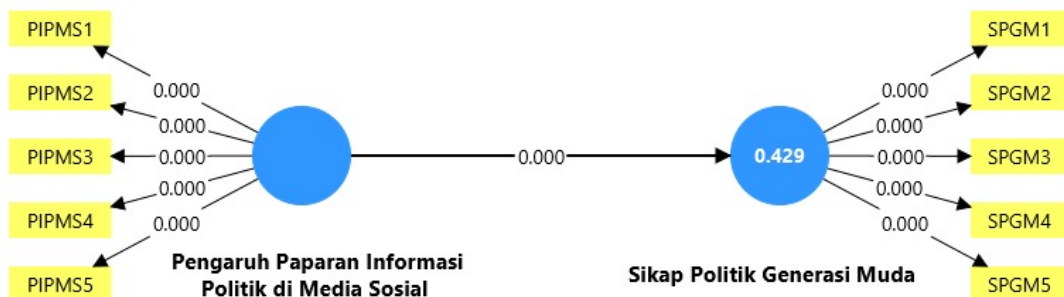
No	Deskripsi	Measurement	Persentase	Skor
1	Usia	17-21	10	10%
		22-25	41	41%
		26-29	33	33%
		30-33	10	10%
		34>	6	6%
		Total	100	100%
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki	55	55%
		Perempuan	45	45%
		Total	100	100%
3.	Tingkat Pendidikan	SD/SMP	0	0%
		SMA/SMK	60	60%
		D3	0	0%
		D4/S1	36	36%
		S2	0	0%
		S3	3	3%
		Total	100	100%
4	Lama Penggunaan Internet	1-2 Tahun	0	0%

		3-4 Tahun	0	0%
		5-6 Tahun	15	15%
		7 >Tahun	85	85%

Data demografis tersebut memberikan konteks yang penting dalam memahami variasi tingkat kepercayaan pengguna serta responsivitas layanan. Bagian selanjutnya menyajikan hasil penelitian yang mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi sikap generasi muda di wilayah Kota Tangerang. Analisis difokuskan pada hubungan antara paparan informasi di platform digital dengan sikap generasi muda. Hubungan antarvariabel tersebut dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM), sebagaimana digambarkan pada diagram berikut.

Visualisasi Model Struktur

Gambar 5. Grafik koefisien jalur



Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode PLS-SEM melalui SmartPLS, konstruk paparan informasi di platform digital ditempatkan sebagai variabel eksogen yang diukur secara reflektif melalui indikator PIPMS1 sampai PIPMS5. Sementara itu, konstruk sikap generasi muda berperan sebagai variabel endogen yang diukur menggunakan indikator SPGM1 hingga SPGM5. Hasil evaluasi pada model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh indikator dari kedua konstruk memiliki nilai signifikansi yang sangat kuat ($p = 0,000$ atau $p < 0,001$). Ini berarti setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik, sehingga semuanya dapat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Pada tahap pengujian model struktural, diperoleh nilai R-square (R^2) sebesar 0,429 untuk variabel sikap generasi muda. Angka ini menunjukkan bahwa paparan informasi di platform digital mampu menjelaskan sekitar 42,9% variasi sikap generasi muda. Sementara itu, sisanya sebesar 57,1% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Jika mengacu pada kriteria dalam PLS-SEM, nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang, yang artinya model ini sudah cukup baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Selain itu, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa hubungan antara paparan informasi digital dan sikap generasi muda bersifat positif dan signifikan ($p = 0,000$). Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dapat diterima. Secara sederhana, temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi paparan informasi yang diterima melalui media digital, semakin kuat pula sikap yang terbentuk pada generasi muda.

Descriptive Statistics (n = Number of Respondents)

Tabel n-statistic

	n	Minimum	Median	Maximum	Mean	Standard Deviation
Paparan Informasi Politik di Media Sosial.	100	1.000	4.000	5.000	3.832	1.069
Sikap Politik Generasi Muda	100	1.000	4.000	5.000	3.690	1.109

Jika dilihat dari output indikator, seluruh item penelitian baik PIPMS1 hingga PIPMS5 maupun SPGM1 sampai SPGM5 tidak memiliki data yang hilang (missing value = 0). Hal ini menandakan bahwa seluruh jawaban responden lengkap dan dapat langsung digunakan dalam analisis. Kuesioner yang digunakan mengacu pada skala Likert 1 sampai 5, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai minimum dan maksimum pada semua indikator berada dalam rentang tersebut. Ini berarti tidak ada kejanggalan dalam pengisian data oleh responden. Secara deskriptif, nilai rata-rata jawaban berada di kisaran 3,340 hingga 4,230, yang menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan penilaian antara cukup setuju hingga setuju. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator PIPMS2, yang menandakan tingkat persetujuan yang cukup kuat pada aspek tersebut. Sebaliknya, nilai terendah terdapat pada PIPMS5 dan SPGM3, yang menunjukkan bahwa pada bagian tersebut responden cenderung lebih netral. Sebagian besar indikator memiliki nilai median di angka 4, yang berarti jawaban responden banyak terkonsentrasi pada kategori setuju. Sementara itu, nilai standar deviasi yang berada pada kisaran 0,958 hingga 1,258 menunjukkan bahwa variasi jawaban masih dalam tingkat sedang. Secara umum, data yang diperoleh dapat dikatakan cukup baik dan menunjukkan kecenderungan respons yang positif.

1. Hasil pengukuran reliabilitas dan validitas

Tabel

	Alpha Cronbach	Composite Reliability (rho_A)	Composite Reliability (rho_C)	Extracted Average Variance (AVE)	
Paparan Informasi Politik di Media Sosial.	0.863	0.879	0.901	0.648	
Sikap Politik Generasi Muda	0.921	0.924	0.941	0.761	

Selanjutnya, dari hasil uji reliabilitas dan validitas, kedua konstruk dalam penelitian ini menunjukkan kualitas yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk PIPMS sebesar 0,863 dan untuk SPGM sebesar 0,921, yang berarti keduanya memiliki konsistensi internal yang tinggi karena sudah melewati batas minimum 0,70. Hasil ini juga diperkuat oleh nilai Composite Reliability (baik rho_a maupun rho_c) yang semuanya berada di atas standar yang direkomendasikan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang digunakan benar-benar

konsisten dalam mengukur konstraknya. Selain itu, hasil pengujian validitas konvergen melalui nilai AVE juga menunjukkan hasil yang memuaskan. Konstrak PIPMS memiliki nilai AVE sebesar 0,648, sedangkan SPGM sebesar 0,761. Karena kedua nilai tersebut sudah di atas 0,50, dapat dikatakan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya. Dengan demikian, model pengukuran dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat reliabilitas dan validitas, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut pada model struktural dan pengujian hipotesis.

R-square

	R-square
Sikap Politik Generasi Muda	0.429

Pada tahap evaluasi model struktural, diperoleh nilai R-square (R^2) sebesar 0,429 untuk variabel sikap generasi muda (SPGM). Angka ini menunjukkan bahwa paparan informasi di platform digital (PIPMS) mampu menjelaskan sekitar 42,9% perubahan atau variasi dalam sikap generasi muda. Sementara itu, sisanya, yaitu 57,1%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Jika mengacu pada kriteria dalam PLS-SEM, nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang, sehingga bisa dikatakan bahwa model ini sudah cukup mampu menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Temuan ini memperlihatkan bahwa paparan informasi digital memang memiliki peran yang cukup penting dalam membentuk sikap generasi muda. Meski demikian, hasil ini juga memberi gambaran bahwa masih ada faktor-faktor lain yang belum terakomodasi dalam model, yang kemungkinan besar juga berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya bisa mempertimbangkan penambahan variabel lain agar hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan kuat.

	Original Sample (O)	Average Sample (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P
Paparan Informasi Politik di Media Sosial > Sikap Politik Generasi Muda	0.655	0.661	0.063	10.408	0.000

Selain itu, dari hasil pengujian koefisien jalur terlihat bahwa hubungan antara paparan informasi di platform digital (PIPMS) dan sikap generasi muda (SPGM) bersifat positif dan signifikan. Nilai koefisien sebesar 0,655 menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan cukup kuat. Hal ini juga didukung oleh nilai t-statistic yang mencapai 10,408, jauh di atas

batas minimal 1,96, serta nilai p-value sebesar 0,000 yang berarti signifikan secara statistik. Dengan hasil tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Secara sederhana, ini menunjukkan bahwa semakin sering dan semakin baik kualitas informasi yang diterima generasi muda dari media digital, maka semakin kuat pula sikap yang terbentuk pada diri mereka. Menariknya, besarnya nilai koefisien jalur ini juga memperlihatkan bahwa paparan informasi menjadi salah satu faktor yang cukup dominan dalam menjelaskan bagaimana sikap generasi muda terbentuk dalam model penelitian ini.

DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paparan informasi dari platform digital ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap generasi muda. Dengan kata lain, media sosial saat ini tidak bisa lagi dipandang hanya sebagai tempat berbagi informasi, tetapi juga punya peran penting dalam proses sosialisasi politik, terutama di tengah perkembangan dunia digital yang semakin cepat. Temuan ini juga sejalan dengan kondisi generasi muda yang sejak awal sudah terbiasa dengan teknologi (digital native). Mereka cenderung membentuk sikap dan pandangannya dari interaksi sehari-hari dengan berbagai konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X. Intensitas paparan tersebut membuat media sosial menjadi salah satu sumber utama dalam memahami isu-isu yang sedang berkembang. Dalam praktiknya, media sosial bukan hanya sekadar tempat menerima informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk menafsirkan dan memberi makna terhadap berbagai hal. Dari sinilah kemudian terbentuk cara pandang generasi muda dalam memahami, menilai, hingga merespons berbagai isu publik yang muncul di tengah masyarakat (Sjoraida et al., 2024)(Nugraha et al., 2025)

Secara empiris, nilai koefisien jalur yang tinggi menunjukkan bahwa paparan informasi politik memiliki kekuatan pengaruh yang substansial dalam menjelaskan variasi sikap politik generasi muda. Hal ini sejalan dengan temuan (Karim et al., 2020) (Tarigan et al., 2024) yang menyatakan bahwa meningkatnya intensitas konsumsi konten politik di media sosial berkontribusi pada pembentukan orientasi politik, baik dalam bentuk ketertarikan, evaluasi aktor politik, maupun sikap kritis terhadap kebijakan publik. Media sosial memungkinkan generasi muda terpapar informasi politik secara berulang dan simultan, sehingga proses internalisasi pesan politik berlangsung lebih cepat dibandingkan media konvensional.

Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui teori framing, yang menekankan bahwa cara media membingkai suatu isu memengaruhi interpretasi dan sikap audiens terhadap isu tersebut (Bock & Bock, 2020). Dalam konteks media sosial, framing politik hadir dalam berbagai bentuk, seperti penonjolan konflik antar aktor politik, atribusi tanggung jawab atas masalah publik, penilaian moral, serta penyajian solusi politik. Paparan berulang terhadap frame-frame tersebut berpotensi membentuk penilaian evaluatif generasi muda terhadap politik secara keseluruhan. Studi (Siagian, 2024) serta (HasanFathan, 2020) menunjukkan bahwa framing konflik dan moral yang dominan di media sosial dapat meningkatkan sikap kritis generasi muda, meskipun pada saat yang sama berpotensi memperkuat polarisasi politik.

Selain itu, dimensi ketertarikan politik dan evaluasi aktor politik yang terbentuk akibat paparan media sosial menunjukkan bahwa generasi muda tidak lagi bersikap pasif dalam menerima informasi politik. Mereka cenderung melakukan penilaian, perbandingan, dan diskusi terhadap tokoh maupun partai politik yang muncul di media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan (Alamri et al., 2024) dan (P-issn et al., 2023) yang menegaskan bahwa media sosial mendorong keterlibatan kognitif dan afektif generasi muda dalam politik, meskipun tidak selalu diikuti oleh partisipasi politik formal. Dengan demikian, sikap politik yang terbentuk lebih bersifat evaluatif dan reflektif terhadap realitas politik yang ditampilkan di ruang digital.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini perlu dipahami dalam konteks kompleksitas dinamika media sosial. Paparan informasi di platform digital tidak selalu bersifat netral, mengingat algoritma yang digunakan cenderung menyesuaikan konten dengan preferensi masing-masing pengguna. Kondisi ini berpotensi memunculkan fenomena *echo chambers* dan *filter bubbles* (Fitriani et al., 2022) (Wirayanti & Putra, 2024) . Situasi tersebut dapat memperkuat pandangan yang telah dimiliki sebelumnya sekaligus membatasi akses terhadap perspektif yang berbeda, sehingga memengaruhi keberagaman sudut pandang yang diterima oleh individu. Studi (Wirayanti & Putra, 2024) dan (Zahro et al., 2023) menunjukkan bahwa meskipun media sosial meningkatkan kesadaran politik generasi muda, terdapat risiko terbentuknya sikap politik yang reaktif dan terpolarisasi akibat dominasi konten emosional dan konflikual.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan politik sebagai salah satu dimensi sikap politik generasi muda dipengaruhi oleh paparan informasi politik di media sosial. Temuan ini sejalan dengan (Munawarah et al., 2022) dan (Alim et al., 2024) yang menyatakan bahwa informasi politik di media sosial dapat meningkatkan maupun menurunkan kepercayaan generasi muda terhadap pemerintah dan institusi politik, tergantung pada framing dan kredibilitas sumber informasi. Paparan informasi yang menekankan kegagalan, konflik, atau skandal politik berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan, sementara konten yang menonjolkan solusi dan akuntabilitas dapat memperkuat sikap positif terhadap sistem politik.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini konsisten dengan literatur internasional yang menegaskan bahwa media sosial telah menjadi arena utama pembentukan sikap politik generasi muda di era digital (Dwijendra, 2023) (Dwitama et al., 2022). Paparan informasi politik yang intensif, beragam, dan dibingkai secara strategis berkontribusi pada pembentukan sikap politik yang mencakup ketertarikan, evaluasi, sikap kritis, dan orientasi politik. Namun, pengaruh tersebut tidak bersifat linier dan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, karakteristik individu, serta kualitas informasi yang diterima.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat relevansi teori framing dalam menjelaskan pengaruh paparan informasi di platform digital terhadap sikap generasi muda, serta menambah bukti empiris dalam konteks Indonesia yang masih relatif terbatas. Selain itu, temuan ini juga memiliki implikasi praktis bagi berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, institusi pendidikan, dan aktor politik, dalam mendorong peningkatan literasi digital serta penyajian informasi yang lebih seimbang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memasukkan variabel mediasi, seperti literasi media, tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi, serta intensitas interaksi, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses pembentukan sikap generasi muda di era media digital.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa paparan informasi di platform digital memang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap generasi muda. Artinya, semakin sering dan semakin berkualitas informasi yang mereka

terima, maka semakin besar pula kemungkinan terbentuknya sikap tertentu pada diri mereka. Dalam hal ini, media digital tidak hanya berperan sebagai tempat mendapatkan informasi, tetapi juga menjadi ruang di mana generasi muda membentuk cara pandang mereka terhadap berbagai isu yang ada di masyarakat.

Jika dilihat dari nilai R-square sebesar 0,429, dapat dikatakan bahwa paparan informasi digital cukup mampu menjelaskan perubahan atau variasi dalam sikap generasi muda. Namun, angka ini juga menunjukkan bahwa masih ada faktor lain yang turut berperan, meskipun tidak diteliti dalam model ini. Misalnya, tingkat literasi media, pengaruh lingkungan sekitar, maupun pengalaman pribadi dalam dunia politik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan faktor-faktor tersebut agar hasil yang diperoleh bisa lebih lengkap dan mendalam.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa peran berbagai pihak seperti pemerintah, institusi pendidikan, dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting, terutama dalam meningkatkan literasi politik dan literasi media digital di kalangan generasi muda. Hal ini menjadi penting agar mereka tidak hanya menjadi pengguna informasi, tetapi juga mampu memahami dan menyaring informasi secara kritis. Dengan begitu, mereka tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang menyesatkan, bias, atau bahkan memicu perpecahan. Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa bagaimana informasi disampaikan di media digital itu sangat berpengaruh. Jika dikelola dengan baik dan disampaikan secara bertanggung jawab, maka informasi tersebut dapat membantu membentuk sikap generasi muda yang lebih rasional, terbuka, dan konstruktif dalam kehidupan demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhiyasa, R., Agung, G., Ida, A., Ide, K., Tri, B., Bima, M., Jauharie, G., Sastika, R., Robinson, A., & Setiawan, A. (2024). *Kajian Kriminologis Terkait Framing di Media Massa Terhadap Tindak Kriminalitas*. 3(3), 619–624.
- Abidin, S., Munadil, R., Hidayah, W., Arifin, I., & Ahmad, R. S. (2024). *Membangun Kesadaran Politik : Pentingnya Partisipasi Generasi Muda Di Era Digital*. 01(02).
- Adhani, D. W., & Sartika, R. (2025). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Politik Generasi Muda*. 02(01), 39–43.
- Alamri, J., Bena, M., Katili, Y., Tabo, S., Gorontalo, U., & Politik, P. (2024). *Pendidikan Politik Generasi Muda Melalui Instrumen Media Sosial*. 3.
- Alim, khwan N., Farisi, H., & Yuliana, A. (2024). *Pengaruh pemasaran politik media sosial*

- dan kualitas informasi terhadap niat memilih dengan kepercayaan dan loyalitas pemilih sebagai mediasi. 6(1).
- Amanda, A. L. (2021). *TEORI FRAMING: PENGARUH MEDIA BARU TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL, POLITIK, EKONOMI*. 1974.
- Annisa, P. I. (2025). *Analisis Framing Pemberitaan Afif Maulana di Instagram Narasinewsroom*. 4(2), 239–253. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4341>
- Anshori, A., Muhammadiyah, U., Utara, S., Muhammadiyah, U., Utara, S., Izharsyah, J. R., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2024). *Dampak Literasi Politik dan Pemilu 2024 Bagi Pemilih Pemula terhadap Pengendalian Informasi Hoax*. 4(1).
- Ayomi, H. V. (2021). *ANALISIS FRAMING MEDIA ONLINE*. 03(03), 118–125.
- Bock, M. A., & Bock, M. A. (2020). *Theorising visual framing : contingency , materiality and ideology ideology*. 5878. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2020.1715244>
- Chaidir Ali, Eko Priyo Purnomo, R. H. (2024). *Media Influence on Political Development: Framing Analysis of Aceh's Poverty Reduction Programs*. 8(1).
- Cresswell, J. W. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. In *Sage Publishing* (Fifth Edit). SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Dwijendra. (2023). *Peran Generasi Muda Dalam Menangkal Hoax Di Media Sosial Untuk Membangun Budaya Demokrasi Indonesia*. 1(2), 29–40.
- Dwitama, Irfan, M., Hakiki, F. A., Sulastri, E., & Gunanto, D. (2022). *MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PARTISIPASI*. 3(1). <https://doi.org/10.24853/independen.x.x.xx-xx>
- Dwiyanti, D. A., Nurani, I., Alfarizi, M. N., & Hubbah, R. D. (2023). *Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Warga Negara : Dampak Positif dan Negatif*. 1(4), 298–306.
- Fitriani, L., Aminudin, I., Rengi, P., Studi, P., Sumberdaya, P., Fakultas, P., Baru, S., & Pekanbaru, K. (2022). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL*. 6(1).
- HasanFathan, I. (2020). *ANALISIS FRAMING BERITA POLITIK MENJELANG PILKADA KLATEN TAHUN 2020*. 1(2).
- Huda, K., Doloksaribu, T. I., & Siregar, S. H. (2024). *Perilaku Politik Mahasiswa dan Generasi Muda*. 2(4), 761–782.
- Insani, D. F., Zamzamy, A., Pembangunan, U., Veteran, N., & Timur, J. (2023). *Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNBC Indonesia . com dan Kompas . com Mengenai Dampak Lingkungan Pemindahan Ibu Kota Negara*. 3, 2981–2993.
- Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., Agama, I., Tarbiyatut, I., & Lamongan, T. (2023). *Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Politik Masyarakat di Indonesia*. 1(01), 21–31.
- Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). *PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA DI MEDIA SOSIAL PARTISIPATIF GEN-Z KOTA YOGYAKARTA MELALUI*. 3(2), 116–131. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i2.3093>
- Khakim, M. S. (2023). *Partisipasi Politik Generasi Muda pada Pemilihan Umum Tahun 2024*. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 4(1), 98–116. <https://doi.org/10.47134/villages.v4i1.47>
- Kristiyani, D. N., Studi, P., Masyarakat, H., Kristen, U., & Wacana, S. (2025). *Analisis framing pemberitaan media : dinamika pengesahan RUU PPRT menggunakan model Robert M .*

Entman. 11(2).

- Muharrom, F., Radivan, Z., & Feriyanti, O. P. (2025). *Analisis Framing Pemberitaan Indonesia Gelap Pada Media Online CNNIndonesia . com dan Tempo . Co (Analisis Framing R Entman)*. 1, 1–14.
- Munawarah, R., Kristanto, A. A., Psikologi, S., Ilmu, F., Politik, I., & Mulawarman, U. (2022). *Alienasi Pemuda dalam Politik : Peran Nilai dan Kepercayaan Politik Pada Partisipasi Politik Pemilih Pemula*. 10(1), 32–50. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Nugraha, C. N., Barkah, C. S., Aulina, L., Herawaty, T., Taufik, L., Christin, S., Putri, D., Bisnis, A., Ilmu, F., Politik, I., & Padjadjaran, U. (2025). *ANALISIS KETERLIBATAN POLITIK GENERASI MUDA DALAM ANIES BUBBLE DI MEDIA SOSIAL X*. 6(1). <https://doi.org/10.24853/independen.x.x.xx-xx>
- Nurhaipah, T., & Ramallah, Z. (2024). *LITERASI MEDIA DALAM MENANGKAL INFORMASI HOAKS JELANG KONTESTASI POLITIK 2024 MEDIA LITERACY IN FIGHTING HOAX INFORMATION AHEAD OF THE 2024 POLITICAL CONTESTATION*. 2(2), 100–111.
- P-issn, V. N. E., Cobis, Y., & Rusadi, U. (2023). *Dawat una : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Sosial Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik Dawat una : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. 3, 1196–1208. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i4.3314>
- Pratiwi, V. D., Igari, G. N., Rizky, H., & Kemala, V. D. (2024). *Kurikulum pendidikan politik bagi generasi muda*. 13(2), 83–88.
- Putra, A., Rajab, M., Ode, L., & Adam, M. (2025). *Dinamika Partisipasi Politik Generasi Muda dalam Pemilu di Era Media Sosial*. 3, 125–130.
- Rahayu, A. D., Fadilah, J., & Kusnadi, E. (2025). *Strategi Framing Visual dan Verbal dalam Konten Interaktif Instagram Pemerintah*. 2, 102–113.
- Riyanti, R., Hukum, F., Pahlawan, U., Tambusai, T., Luthfi, A., Pahlawan, U., Tambusai, T., Rohana, D., Hukum, F., & Krisnadwipayana, U. (2023). *Peran Generasi Muda dalam Pendidikan Politik untuk Meningkatkan Partisipasi Politik*. 1(July), 26–31.
- Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). *Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z Quratul Ain Adinda Sari 1 , Yuli Candrasari 2 Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*. 9(November), 568–578.
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ahmad, R., & Ashfaq, A. (2020). *Media Sosial dan Digitalisasi Partisipasi Politik pada Generasi Muda : Perspektif Indonesia*. 8(1), 87–97.
- Siagian, P. (2024). *Analisis Framing Dalam Pemberitaan Politik Di tvonenews . com (Studi Kasus Pemilihan Presiden 2024)*. 2.
- Sjoraida, D. F., Nugraha, A. R., & Padjadjaran, U. (2024). *Upaya peningkatan pengetahuan politik melalui sosialisasi pendidikan politik bagi generasi z*. 1(2), 104–111.
- Suswandy, S., Hendriyana, M., Saputra, R., Fatah, M. A., & Sidik, B. F. (2025). *Educatus : Jurnal Pendidikan KETERLIBATAN POLITIK GENERASI MUDA DI ERA DIGITAL* : 3(2), 17–25.
- Tamrin, S. H., Tahir, A., & Rakasiwi, F. (2024). *Penguatan Kesadaran Politik Pada Generasi Muda dalam Menghadapi Pilkada Tahun 2024 di Kabupaten Majene*. 4(3), 2178–2188.
- Tarigan, V. C. E., Asnawi, M. I., Rokan, M. P., Girsang, L. W. P., & Simbolon, N. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Politik Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2024*. 4.
- Wirayanti, uh P. L. K., & Putra, Ig. A. A. (2024). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan*

Partisipasi Politik. 5(1), 1398–1404.

Zahro, S., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., Pekalongan, W., Ardiansyah, M., Islam, U., Abdurrahman, N. K. H., & Pekalongan, W. (2023). *Kesadaran Berpolitik Di Indonesia*. 1(2), 49–64.