

Pengaruh Terpaan Media Sosial Dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024 Terhadap Perilaku Memilih Pemula Generasi Zoomer Di Desa Jembayan

The Influence Of Social Media Exposure In The 2024 Presidential Election On The Voting Behavior Of Zoomer Generation Beginners In Jembayan Village

Annastia Renata¹, Alberto Noviano Patty²

^{1,2} Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Vol. 14, No. 01

Page : 203-213

Published : 2026

KEYWORDS

social media, voting behavior, Zoomer generation, first-time voters, presidential election.

CORRESPONDENCE

Phone: +6282154976208

E-mail: tiarenataannas@gmail.com

A B S T R A C T

Abstract

This study examines the influence of social media exposure on the voting behavior of Generation Z (Zoomers) in the 2024 Indonesian Presidential Election, focusing on first-time voters in Jembayan Village, Kutai Kartanegara Regency. As digital natives, Zoomers rely extensively on social media to access political information, making it an important factor in shaping their political attitudes and electoral decisions. This study aims to analyze the extent to which social media exposure affects their voting behavior. A quantitative approach based on the logical positivism paradigm was employed. Data were collected through questionnaires distributed to first-time voters and analyzed using validity and reliability tests, Pearson product-moment correlation, and simple linear regression. The results indicate that social media exposure has a positive and statistically significant influence on the voting behavior of Zoomer voters. Greater exposure to political content contributes to higher political knowledge, stronger electoral participation, and more rational voting decisions based on available information rather than personal influence. These findings demonstrate that social media functions as an effective channel for political communication and political socialization among young voters. This study contributes to the literature on digital political communication by providing empirical evidence of the role of social media in shaping the electoral behavior of Generation Z. It also highlights the importance of strengthening digital literacy to help young voters critically assess political information and reduce the impact of misinformation.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola partisipasi politik masyarakat, terutama generasi muda yang dikenal sebagai *Generasi Zoomer*. Dalam konteks Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok dan YouTube menjadi ruang utama bagi generasi ini dalam mengakses informasi politik dan membentuk preferensi pilihannya. Fenomena tersebut menandai pergeseran signifikan dari media konvensional menuju ruang digital yang bersifat interaktif dan partisipatif. Di Indonesia, meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial berbanding lurus dengan pertumbuhan pemilih muda. Data KPU menunjukkan kenaikan Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Kabupaten Kutai Kartanegara dari 473.702 pemilih pada tahun 2019 menjadi 543.063 pada tahun 2024. Peningkatan ini sebagian besar berasal dari kelompok usia 17–24 tahun yang merupakan pemilih pemula dan pengguna aktif media sosial. Di Desa Jembayan, generasi Zoomer memiliki akses internet yang baik, sehingga menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi politik dan ruang diskusi elektoral.

Kecenderungan ini memperlihatkan bagaimana terpaan media sosial dapat memengaruhi perilaku memilih, baik dalam bentuk peningkatan kesadaran politik, pembentukan opini terhadap kandidat, maupun keputusan akhir dalam pemungutan suara. Namun demikian, dampak positif tersebut juga disertai potensi negatif seperti penyebaran disinformasi dan polarisasi opini publik. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis sejauh mana terpaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku memilih generasi Zoomer sebagai pemilih pemula di Desa Jembayan. Secara teoritis, penelitian ini menggunakan *Hypodermic Needle Theory* yang menekankan efek langsung dan kuat media terhadap perilaku khalayak. Secara praktis, temuan penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi partai politik, penyelenggara pemilu, dan lembaga pendidikan dalam merancang strategi komunikasi politik serta literasi digital yang lebih efektif bagi pemilih muda.

THEORETICAL FRAMEWORK

Kajian mengenai pengaruh terpaan media sosial terhadap perilaku memilih generasi muda berakar pada pemahaman teoretis tentang hubungan antara media massa, perilaku politik, serta dinamika partisipasi pemilih. Dalam penelitian ini, teori dan konsep yang digunakan berfungsi sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan mekanisme bagaimana media sosial memengaruhi perilaku politik pemilih pemula generasi *Zoomer* di era digital.

Teori utama: *Hypodermic Needle Theory* (Teori Jarum Suntik) atau teori peluru digunakan sebagai landasan teoretis untuk menjelaskan pengaruh terpaan media terhadap perilaku memilih. Menurut Baran dan Davis (2022). Teori ini berasumsi bahwa pesan-pesan media memiliki efek langsung, kuat, dan seragam terhadap khalayak. Media dianggap mampu “menyuntikkan” pesan ke dalam kesadaran individu sehingga menghasilkan perubahan perilaku secara cepat dan otomatis. Dalam konteks Pemilihan Presiden 2024, terpaan konten politik di media sosial dipandang memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi dan keputusan pemilih pemula, terutama di kalangan generasi Z yang memiliki intensitas tinggi dalam mengakses informasi digital. Teori ini relevan karena menggambarkan pola konsumsi informasi politik yang cenderung pasif dan reseptif, di mana generasi muda menerima informasi dari media sosial tanpa melalui proses verifikasi yang mendalam.

Konsep terpaan media sosial terpaan media sosial mengacu pada frekuensi, intensitas, dan durasi individu dalam terpapar konten di berbagai platform digital. Menurut Sari et al. (2024), terpaan media

mencakup kemampuan khalayak dalam mengelola dan menafsirkan pesan media berdasarkan konteks sosial dan pengalaman sebelumnya. Media sosial berperan sebagai saluran komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi politik langsung antara pemilih dan kandidat. Namun, dampak dari terpaan media ini tidak hanya positif (peningkatan literasi politik), tetapi juga berpotensi negatif seperti pembentukan opini yang bias atau penyebaran disinformasi.

Dalam penelitian ini, indikator terpaan media sosial mencakup:

1. penggunaan platform digital untuk mengakses informasi politik;
2. frekuensi paparan terhadap konten kampanye; dan
3. persepsi terhadap manfaat informasi politik yang diterima.

Konsep pemilih pemula generasi Z generasi Z, yang lahir antara tahun 1994–2010, merupakan kelompok yang tumbuh di era digital dan memiliki ketergantungan tinggi terhadap teknologi informasi. Mereka dikenal adaptif, kritis, namun juga rentan terhadap pengaruh media digital karena proses pembentukan identitas politiknya masih berkembang. Pemilih pemula dalam kelompok ini memainkan peran strategis dalam demokrasi karena menjadi indikator masa depan partisipasi politik nasional.

Menurut Beniman et al. (2022), pemilih pemula ditandai dengan tingkat antusiasme tinggi namun pengalaman politik yang terbatas. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai sarana utama pembelajaran politik sekaligus pembentuk persepsi terhadap kandidat dan isu nasional.

Perilaku memilih merupakan manifestasi dari keputusan individu dalam menentukan pilihan politiknya. Ramlan Surbakti (1992) mendefinisikan perilaku memilih sebagai tindakan yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan politik berdasarkan pertimbangan rasional, psikologis, dan sosiologis.

Pendekatan perilaku memilih dapat dijelaskan melalui tiga model utama:

1. Pendekatan Sosiologis, yang menekankan pengaruh latar belakang sosial seperti usia, pendidikan, dan kelas sosial terhadap pilihan politik.
2. Pendekatan Psikologis, yang melihat identifikasi partai, orientasi isu, dan persepsi terhadap kandidat sebagai faktor dominan.
3. Pendekatan Rasional, yang memandang pemilih sebagai individu yang menilai secara kalkulatif manfaat dan kerugian dari pilihannya.

Dalam penelitian ini, perilaku memilih pemula dilihat melalui kombinasi pendekatan psikologis dan rasional, di mana terpaan media sosial menjadi faktor eksternal yang membentuk persepsi, pengetahuan, dan partisipasi politik.

Secara konseptual, penelitian ini menempatkan terpaan media sosial (X) sebagai variabel independen yang berpotensi memengaruhi perilaku memilih generasi Zoomer (Y). Hubungan keduanya dijumpai oleh proses internalisasi informasi politik melalui media digital yang selaras dengan teori jarum suntik. Model konseptual ini menjelaskan bahwa semakin tinggi intensitas paparan media sosial, semakin besar kemungkinan perubahan persepsi dan perilaku politik pada pemilih pemula.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan paradigma **positivisme logis**, yang berorientasi pada pengujian hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis pengaruh terpaan media sosial terhadap perilaku memilih generasi Zoomer secara empiris melalui pengolahan data statistik. Paradigma positivisme logis memandang fenomena sosial sebagai sesuatu yang dapat diukur melalui observasi dan verifikasi empiris, sehingga hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat objektivitas dan validitas yang tinggi.

Penelitian ini berlandaskan pada perspektif **behavioralisme**, yang menekankan bahwa perilaku sosial dapat diamati dan diukur sebagai respon terhadap stimulus eksternal. Dalam konteks ini, terpaan media sosial diposisikan sebagai stimulus, sedangkan perilaku memilih pemula merupakan respon yang dapat dianalisis melalui variabel-variabel yang terukur.

Penelitian dilaksanakan di **Desa Jembayan**, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara, yang terdiri dari 20 Rukun Tetangga (RT). Lokasi ini dipilih karena memiliki jumlah signifikan pemilih pemula generasi Zoomer yang aktif menggunakan media sosial dan terdaftar dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu Presiden 2024. Sasaran penelitian adalah individu berusia 17–24 tahun yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih dan aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik.

Populasi penelitian meliputi seluruh pemilih pemula generasi Zoomer di Desa Jembayan yang berjumlah **518 orang** dari total **7.377 pemilih tetap (DPT 2024)**. Teknik penentuan sampel menggunakan **rumus Slovin** dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan, diperoleh jumlah sampel sebanyak **226 responden** yang dipilih menggunakan **teknik *proportionate stratified random sampling*** untuk memastikan keterwakilan setiap RT di wilayah penelitian.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data, yaitu:

1. Data primer, yang dikumpulkan secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner sebagai instrumen penelitian.
2. Data sekunder, diperoleh dari laporan KPU, data kependudukan desa, dan literatur akademik terkait media sosial, perilaku politik, serta teori komunikasi massa.

Teknik pengumpulan data utama adalah kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin (1 = tidak setuju sama sekali hingga 4 = sangat setuju). Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari dua variabel utama:

1. Variabel X (Terpaan Media Sosial): frekuensi penggunaan, jenis platform, dan intensitas akses informasi politik.
2. Variabel Y (Perilaku Memilih Pemula): pengetahuan politik, partisipasi dalam pemilu, dan sikap terhadap kandidat.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat statistik dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas – digunakan untuk memastikan bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti serta menunjukkan tingkat konsistensi yang memadai.
2. Uji Normalitas Data – dilakukan guna mengevaluasi apakah sebaran data mengikuti distribusi normal, dengan pengujian melalui metode Kolmogorov–Smirnov.

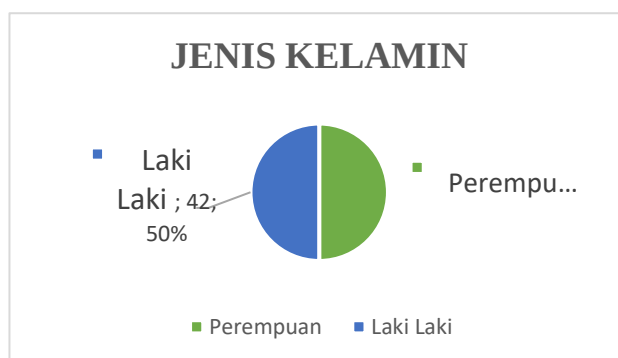
3. Korelasi Pearson (r) – diterapkan untuk melihat arah dan tingkat keeratan hubungan antara terpaan media sosial dan perilaku memilih.
4. Regresi Linier Sederhana – dimanfaatkan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel terpaan media sosial (X) dalam memengaruhi perilaku memilih (Y).
5. Koefisien Determinasi (R^2) – dihitung untuk mengestimasi seberapa besar persentase variasi perilaku memilih yang dapat diterangkan oleh terpaan media sosial sebagai variabel independen.

RESULT AND DISCUSSION

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh terpaan media sosial terhadap perilaku memilih pemula generasi Zoomer pada Pemilihan Presiden 2024 di Desa Jembayan, Kecamatan Loa Kulu, Kabupaten Kutai Kartanegara. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi data responden, analisis variabel, hasil uji statistik, serta pembahasan yang mengaitkan hasil empiris dengan teori yang digunakan.

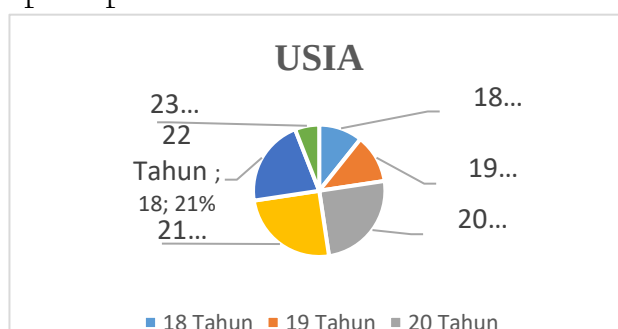
Desa Jembayan dipilih karena memiliki tingkat penetrasi media sosial yang tinggi dan proporsi pemilih muda yang signifikan. Berdasarkan data KPU tahun 2024, jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) di desa ini mencapai 7.377 orang, dengan 518 orang (7%) merupakan pemilih pemula dari generasi Zoomer (usia 17–24 tahun). Infrastruktur internet yang stabil memungkinkan akses media sosial secara luas, menjadikan desa ini representatif dalam menggambarkan fenomena politik digital di tingkat lokal.

Sebanyak 226 responden diambil sebagai sampel penelitian dengan metode *proportionate stratified random sampling*. Mereka merupakan pemilih pemula aktif pengguna media sosial. Berikut ini disajikan profil responden yang menggambarkan kondisi demografis serta pola penggunaan media sosial. Berikut adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan, pengguna media sosial.



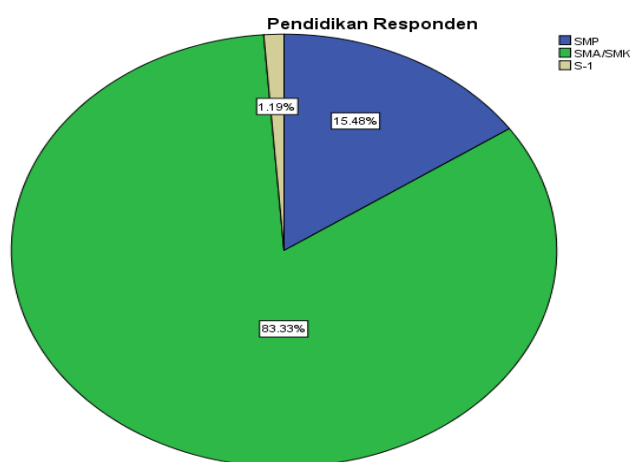
Gambar 1. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini dilakukan kepada 84 responden yang merupakan generasi Z di Desa Jembayan. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat diketahui bahwa seluruh responden yang digunakan pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan dan laki-laki. Hasil penelitian yang dilakukan memperoleh sebanyak 42 (50%) responden berjenis kelamin laki-laki dan 42 (50%) responden berjenis kelamin perempuan.



Gambar 2. Karakter Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pada gambar 2 dengan hasil pengumpulan data yang diperoleh dari 84 responden menunjukkan bahwa terdapat responden berusia 18 tahun sebanyak 9 responden (11%), berusia 19 tahun sebanyak 10 responden (12%), berusia 20 tahun sebanyak 21 responden (25%), berusia 21 tahun sebanyak 21 responden (25%), berusia 22 tahun sebanyak 18 responden (21%), dan berusia 23 tahun sebanyak 5 responden (6%). Maka, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak berusia 20 tahun dan 21 tahun.



Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pada gambar 3 tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berpendidikan sebagai pelajar SMP sebanyak 13 responden (15,48%), pelajar SMA/SMK sebanyak 70 responden (83,33%), dan responden S-1 sebanyak 1 atau (1,19%). Maka, dari data yang telah diperoleh dapat dikatakan bahwa responden yang berpendidikan sebagai pelajar SMA/SMK lebih banyak yaitu 70 responden.

a. Variabel Terpaan Media Sosial (X)

Terpaan media sosial diukur melalui frekuensi, intensitas, dan manfaat penggunaan platform digital dalam mengakses informasi politik. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menggunakan Instagram (66,2%) dan TikTok (18,5%) untuk mendapatkan informasi seputar Pemilu 2024.

Indikator	Persentase “Setuju/Sangat Setuju” (%)
Menggunakan media sosial untuk mencari informasi politik	82,7

Konten politik memengaruhi cara pandang terhadap kandidat	74,5
Frekuensi akses media sosial meningkat menjelang Pemilu	69,9
Media sosial memberikan manfaat edukatif politik	71,3

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilih pemula menganggap media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi politik dan membentuk persepsi terhadap kandidat.

b. Variabel Perilaku Memilih Pemula (Y)

Variabel ini diukur berdasarkan indikator pengetahuan politik, partisipasi dalam Pemilu, dan sikap terhadap kandidat. Generasi Zoomer menunjukkan tingkat pengetahuan yang cukup baik terhadap proses dan substansi pemilihan presiden.

Indikator	Persentase “Setuju/Sangat Setuju” (%)
Mengetahui jadwal dan mekanisme Pemilu 2024 melalui media sosial	78,4
Mengetahui visi-misi calon presiden dari konten digital	73,9
Media sosial membantu menentukan pilihan politik	70,6
Tetap mengikuti perkembangan hasil Pemilu pasca pencoblosan	66,8

Data di atas memperlihatkan bahwa paparan media sosial tidak hanya memengaruhi pemahaman terhadap isu politik, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dalam proses elektoral.

Analisis Statistik

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua item pernyataan dalam kuesioner memenuhi syarat validitas (r hitung $>$ r tabel). Nilai reliabilitas dengan uji Cronbach’s Alpha menunjukkan hasil tinggi:

1. Variabel X (Terpaan Media Sosial): $\alpha = 0,879$
2. Variabel Y (Perilaku Memilih): $\alpha = 0,861$

Kedua nilai tersebut $>$ 0,70, yang berarti instrumen penelitian reliabel dan konsisten.

2. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,243 $>$ 0,05, sehingga data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi regresi linier.

3. Analisis Korelasi Pearson

Hubungan antara terpaan media sosial (X) dan perilaku memilih pemula (Y) diuji menggunakan korelasi Pearson. Hasilnya menunjukkan korelasi kuat dan signifikan:

Variabel	r	Sig. (2-tailed)	Interpretasi
Terpaan Media Sosial (X) → Perilaku Memilih (Y)	0,734	0,000	Korelasi kuat dan signifikan

Nilai $r = 0,734$ mengindikasikan bahwa semakin tinggi terpaan media sosial, semakin kuat pula kecenderungan pemilih pemula untuk berpartisipasi aktif dan menentukan pilihan politiknya secara sadar.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan pengolahan data, diperoleh model persamaan regresi $Y = 12,873 + 0,642X$. Angka koefisien sebesar 0,642 yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel terpaan media sosial cenderung diikuti oleh kenaikan skor perilaku memilih. Dengan kata lain, semakin tinggi intensitas paparan media sosial, semakin besar kecenderungan responden untuk menunjukkan perilaku memilih yang lebih kuat.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,538 mengindikasikan bahwa 53,8% perubahan dalam perilaku memilih dapat diterangkan oleh variabel terpaan media sosial. Adapun 46,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kondisi lingkungan sosial, latar belakang pendidikan, maupun pengalaman politik masing-masing individu.

Temuan ini menegaskan bahwa paparan media sosial berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap perilaku memilih generasi Zoomer. Tingginya frekuensi penggunaan platform digital menjadikan media sosial sebagai salah satu rujukan utama dalam memperoleh informasi politik. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan dalam Teori Jarum Suntik (Hypodermic Needle Theory), yang menyatakan bahwa pesan media dapat memberikan dampak langsung terhadap audiens. Platform seperti Instagram dan TikTok kini tidak sekadar berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan preferensi dan identitas politik di kalangan pemilih muda. Generasi Zoomer cenderung merespons isu politik yang disajikan secara visual, ringkas, dan interaktif. Hal ini mencerminkan adanya transformasi pola partisipasi politik dari pendekatan konvensional menuju keterlibatan politik berbasis digital.

Namun demikian, penelitian juga menegaskan pentingnya literasi politik digital. Keterpaparan yang tinggi tanpa kemampuan kritis berpotensi menimbulkan bias informasi, terutama dengan maraknya disinformasi politik menjelang Pemilu. Oleh karena itu, partai politik dan lembaga penyelenggara pemilu perlu mengembangkan strategi komunikasi yang informatif, edukatif, dan berbasis etika digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa paparan media sosial berkontribusi secara positif dan bermakna terhadap perilaku memilih pemilih pemula dari generasi Zoomer pada Pemilihan Presiden 2024 di Desa Jembayan. Bagi generasi ini, media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga ruang untuk membentuk persepsi, sikap, serta preferensi politik, baik secara rasional maupun emosional.

Pertama, tingginya frekuensi akses terhadap platform digital terutama Instagram dan TikTok menunjukkan bahwa pemilih muda semakin terbiasa mengikuti dinamika politik melalui konten daring. Informasi mengenai kampanye, debat kandidat, hingga isu-isu sosial politik yang tersebar di

media sosial turut memperluas wawasan politik, meningkatkan kesadaran akan pentingnya partisipasi, serta mendorong keterlibatan dalam proses pemilihan.

Kedua, analisis statistik memperlihatkan hubungan yang kuat antara variabel paparan media sosial dan perilaku memilih. Hal ini tercermin dari nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,734 yang menunjukkan keeratan hubungan, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,538. Artinya, lebih dari separuh variasi perilaku memilih (53,8%) dapat dijelaskan oleh tingkat paparan media sosial. Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian, seperti lingkungan sosial, latar belakang pendidikan, dan pengalaman politik individu.

Ketiga, penelitian ini memperkuat relevansi Teori Jarum Suntik (Hypodermic Needle Theory) dalam konteks komunikasi politik digital. Pesan-pesan politik yang disampaikan melalui media sosial terbukti mampu memberikan pengaruh langsung terhadap sikap dan preferensi politik pemilih muda. Namun, pengaruh tersebut tidak selalu bersifat linear, karena adanya faktor moderasi berupa kemampuan literasi digital dan tingkat keterlibatan politik masing-masing individu.

Keempat, meskipun media sosial berperan positif dalam meningkatkan partisipasi politik, penelitian ini juga menyoroti potensi disinformasi dan bias kognitif yang dapat memengaruhi objektivitas pemilih muda. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi politik digital melalui pendidikan kewarganegaraan, sosialisasi pemilu yang transparan, serta kolaborasi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan penyelenggara pemilu untuk menciptakan ekosistem informasi politik yang sehat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi elemen penting dalam pembentukan perilaku politik generasi Zoomer di era digital. Dalam konteks demokrasi elektoral Indonesia, hasil ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik masa depan perlu beradaptasi dengan karakteristik generasi digital, yaitu komunikatif, partisipatif, dan berbasis teknologi.

REFERENSI

- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, And Dodi Devianto. 2019. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang." *Jurnal Matematika UNAND* 8(1): 179. Doi:10.25077/Jmu.8.1.179-188.2019.
- Ameliya, Tri Meilani. 2023. "KPU RI: 107 Juta Pemilih Muda Dominasi Pemilu 2024 - ANTARA News." *Antaranews.Com*. https://Www.Antaranews.Com/Berita/3390438/Kpu-Ri-107-Juta-Pemilih-Muda-Dominasi-Pemilu-2024?Utm_Source=Chatgpt.Com (December 20, 2024).
- Azhar, Nelda, And Muhammad Ardi. 2018. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Paket Multimedia Interaktif." *Ilmukomputer.Com*: 1-15.
- Beniman, Mursin, Ikbar, And Chairan Zibar L Parisu. 2022. "Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024." *JSES: Jurnal Sultra Elementary School* 3(2): 70-83.
- "Danis Sekarsari_L100200105_REVISI SIDANG."

- Dewanto, Wishnu. 2017. "Tinjauan Hukum Implementasi Sistem Demokrasi Pancasila Melalui Pemilihan Umum Langsung Di Indonesia." (1): 7.
- Effendi, Erwan, Paradina Kristanti Dewi, Frisca Nabila, And Natasya. 2023. "Teori Peluru Ajaib." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5(2): 5216–21.
- Fitriyani, Annisa, Artanti Dwi Rosadi, Fida Laila, Dewi Puspita, And Ali Imron. 2024. "Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024." *Journal Of Education Science (JES)* 10(1): 14–24.
- Irsyadi, Fatah Yasin Al, Aziz Prasuci Priambadha, And Yogiek Indra Kurniawan. 2020. "Game Edukasi Bahasa Arab Untuk Siswa Kelas IV Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nahdlatul Ulama Cepogo." *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* Volume 10(April): 12. Doi:10.34010/Jamika.V10i1.
- Islam, Universitas, Negeri Sultan, Syarif Kasim, Untuk Memenuhi, And Sebagian Syarat. 2022. "PENGARUH MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM @ Ermansafar TERHADAP PARTISIPASI POLITIK GENERASI MILENIAL BUKITTINGGI PADA PEMILIHAN WALIKOTA BUKITTINGGI 2020." (4609).
- Meifitri, Melvia. 2020. "Fenomena 'Influencer' Sebagai Salah Satu Bentuk Cita-Cita Baru Di Kalangan Generasi 'Zoomer.'" *Komunikasiana: Journal Of Communication Studies* 2(2): 84. Doi:10.24014/Kjcs.V2i2.11772.
- Mujani, Saiful, R. William Liddle, And Kuskridho Ambardi. 2012. *Kuasa Rakyat: Analisis Tentang Perilaku Memilih Dalam Pemilihan Legislatif Dan Presiden Indonesia Pasca-Orde Baru*. 1st Ed. Bandung: Mizan Media Utama. [Http://Nourabooks.Mizan.Com](http://Nourabooks.Mizan.Com) (December 20, 2024).
- Novikasari, Ifada. 2017. "Uji Validitas Instrumen." *Seminar Nasional Riset Inovatif 2017* 1(1): 530–35.
- Purba, Chip Chexk. 2017. "Hubungan Faktor Sosiologis Dan Faktor Psikologis Terhadap." *Jom Fisip* 4(2): 1–15.
- Rahardjo, Mudjia. 2018. "Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel Dan Hipotesis Dalam Penelitian." *Metode Pembelajaran*: 1.
- Ramlan Surbakti. 1992. *Memahami Ilmu Politik*, Jakarta: Gramedia. Jakarta: Grandmedia Widya Sarana.
- Richard West, Lynn H. Turner. 2008. "Richard West, Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi , Salemba Humanika 2008, Hal 18 -19 8." : 8–27.
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, And Wiwin Yuliani. 2021. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial." *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4(4): 279. Doi:10.22460/Fokus.V4i4.7413.
- Roth, Dieter. 2008. *Studi Pemilu Empiris: Sumber, Teori, Instrumen, Dan Metode*. Jakarta: Jakarta Yayasan Obor Indonesia.

- Sa'diya, Lailatus. 2017. "STRATEGI PROMOSI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KESADARAN MEREK DI ERA GENERASI Z Lailatus Sa'diya Universitas Trunojoyo Madura." *Kompetensi (Competence : Journal Of Management Studies)* 11(2): 186–95.
- Santosa, Rivaldo Noval Putra. 2020. "Pengaruh Terpaan Media Televisi Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Di Kelurahan Pasir Kidul, Kecamatan Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas Dalam Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Indonesia Tahun 2020." Universitas Jendral Soedirman. Doi: <https://Repository.Unsoed.Ac.Id/13224/3/RINGKASAN-RIVALDO%20NPS-FID016037-SKRIPSI-2020.Pdf>.
- Sari, GBD. 2020. "Teori Dan Konsep." *Molucca Medica* 11(April): 13–45.
- Sari, Wina Puspita, Muria Putriana, Afriza Wihadi, Muhammad Reza Firdaus, Bintang Fajar Pamungkas, Rananda Adrian Reyfaldi, Rio Sadewo, And Rifki Azizan Bachtera. 2024. "Analisis Pengaruh Terpaan Media Sosial Tiktok Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024: Pendekatan Kuantitatif." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4(3): 1255–64. Doi:10.54082/Jupin.512.
- Satriadi, Yadi, Sarina Yusuf, And Ahmad Sauffiyan Hasan. 2023. "The Influence Of Media Exposure On Voters' Behavior During The Sumbawa 2020 Local Election (PILKADA)." *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal Of Communication* 39(1): 425–40. Doi:10.17576/JKMJC-2023-3901-24.
- Sellita. 2022. "Media Sosial Dan Pemilu: Studi Kasus Pemilihan Presiden Indonesia." *Jurnal Lemhannas RI* 10(3): 1–16. Doi:10.55960/Jlri.V10i3.293.
- Shahzad, Muhammad Farrukh, Shuo Xu, Weng Marc Lim, Xingbing Yang, And Qasim Raza Khan. 2024. "Artificial Intelligence And Social Media On Academic Performance And Mental Well-Being: Student Perceptions Of Positive Impact In The Age Of Smart Learning." *Heliyon* 10(8). Doi:10.1016/J.Heliyon.2024.E29523.
- Simamora, Irma Yusriani, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, And Rusydi Aulia Siregar. 2024. "Peran Generasi Z Di Pemilu 2024 Di Indonesia." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8(1): 5918–22.
- Tranggana, A U. 2023. "Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Partai Politik." *Jurnal Bawaslu DKI*: 131–46.
- Wartoyo, Franciscus Xaverius, And Yuni Priskila Ginting. 2024. "Sosialisasi Generasi Z Dalam Partisipasi Pemilu 2024." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3(02): 132–43. Doi:10.58812/Jmws.V3i02.963.
- Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, And Elva Ronaning Roem. 2021. "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5(1): 69–87. Doi:10.22219/Satwika.V5i1.15550.