

Analisis Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024: Pendekatan Kuantitatif

Wina Puspita Sari^{*1}, Muria Putriana², Afriza Wihadi³, Muhammad Reza Firdaus⁴, Bintang Fajar Pamungkas⁵, Rananda Adrian Reyfaldi⁶, Rio Sadewo⁷, Rifki Azizan Bachtera⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: winapuspitasaki@unj.ac.iwsad¹, muriaputriana@gmail.com², afrizawihadi@gmail.com³, rezafirdausoke09@gmail.com⁴, bintangfjr9504@gmail.com⁵, adreyfaldi@gmail.com⁶, rionovyanto2107@gmail.com⁷, rifkiazizan12@gmail.com⁸

Abstrak

Pemilihan Umum atau yang biasa dikenal sebagai Pemilu merupakan proses untuk menentukan pemimpin di Indonesia, baik dalam pemerintahan eksekutif maupun legislatif. Pada era kemajuan teknologi seperti saat ini, media sosial begitu besarnya memberikan pengaruh terhadap pandangan publik terkait pilihan politiknya, TikTok menjadi salah satu media sosial yang digunakan sebagai strategi kampanye politik. Pemilu 2024 melibatkan banyak pemilih dari kalangan muda, tidak sedikit dari kalangan muda tersebut yang baru pertama kali menentukan pilihannya atau menjadi pemilih pemula. Hal ini dapat menjadi masalah tersendiri, di mana pandangannya terhadap politik belum cukup memadai, sehingga rentan terpengaruh oleh propaganda politik yang ada di media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai aspek eksposur yang terjadi, termasuk jenis konten yang disajikan, interaksi antar pengguna, dan dampak politiknya. Penelitian menggunakan metode Kuantitatif; pengumpulan data dilakukan dengan stratified random sampling, di mana sampel diambil melalui cara acak. Secara hipotetik, penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap mahasiswa sebagai pemilih pemula dalam Pemilu 2024, walaupun hasil menunjukkan pengaruh sangat lemah.

Kata kunci: Mahasiswa, Media Sosial TikTok, Pemilu

Abstract

General Election or commonly known as elections is a process to determine leaders in Indonesia, both in the executive and legislative governments. In the era of era of technological advances like today, social media has a huge influence on public views regarding their political choices, TikTok is one of the social media used as a political campaign strategy. Elections The 2024 elections involve many young voters, not a few of whom are first-time voters. young people who have just made their choice for the first time or become new voters. first-time voters. This can be a problem in itself, where their views on politics are not yet adequate enough, so they are vulnerable to being influenced by propaganda. politics are not yet adequate enough, so they are vulnerable to being influenced by political propaganda on TikTok. propaganda on TikTok social media. This research aims to analyze various aspects of the exposure that occurs, including the types of content that are presented, interactions between users, and their political impact. The research used Quantitative method; data collection was carried out by stratified random sampling, where samples were taken through random sampling, where samples were taken through random means. Hypothetically, research shows that TikTok social media has an influence on university students as novice voters in the 2024 elections. as first-time voters in the 2024 elections, although the results show a very weak influence.

Keywords: Election, Students, TikTok Social Media

1. PENDAHULUAN

Pemilihan umum, yang dikenal sebagai Pemilu, adalah proses demokratis dimana warga negara secara langsung memilih wakil rakyat atau pejabat pemerintahan. Salah satu komponen penting dari

sistem demokrasi kontemporer adalah pemilihan umum, yang memungkinkan rakyat untuk berpartisipasi dalam menentukan siapa yang akan memimpin negara dan kebijakannya. Tujuan utama dari pemilihan umum adalah untuk memberi warga negara kesempatan untuk memberikan hak suara mereka dan memilih orang yang akan mewakili mereka dalam pemerintahan. Setiap warga negara yang memenuhi syarat memiliki hak untuk memberikan suara mereka kepada kandidat atau partai politik yang mereka pilih. Selanjutnya, hasil pemilu digunakan untuk menentukan siapa yang akan mengambil posisi politik di tingkat Kota, Provinsi, dan Negara. (Annisa, 2023).

Pemilihan presiden dan wakil presiden bukan hanya menjadi tanggung jawab para pemilih dewasa yang terlibat secara langsung dalam politik, tetapi juga melibatkan partisipasi dan perhatian dari masyarakat pemula. Pemilih pemula adalah salah satu generasi yang memainkan peran penting dalam pemilihan umum terutama pelajar dan mahasiswa. Pendidikan politik yang tidak memadai mungkin menjadi penyebab penurunan kepercayaan masyarakat terhadap sistem politik. Maka dari itu, masyarakat harus dididik tentang politik, terutama bagi pelajar yang baru mulai memilih. Tujuan pendidikan politik adalah untuk mengajarkan siswa dan mahasiswa tentang politik, termasuk pengetahuan, nilai, sikap, kesadaran, dan orientasi politik, sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam politik. (Hasyim & Azkia, 2023).

Di era revolusi industri 4.0 ini, teknologi menjadi hal terpenting yang menunjang segala aspek, salah satunya adalah peran media. Generasi muda atau milenial dan generasi Z sebagai pengguna internet terbesar berusaha menyebarkan pengaruhnya kepada pengguna media sosial lainnya dalam partisipasi politiknya. Pengguna internet muda memiliki kecenderungan tertinggi untuk mempengaruhi pengguna media sosial lain dalam partisipasi politiknya (Suryo & Aji, 2020).

Menurut Badan Pusat Statistik, data terakhir pada tahun 2023 penggunaan media sosial di Indonesia berkembang sangat pesat. Terdapat total 167 juta pengguna media sosial, dimana 153 juta di antaranya adalah pengguna berusia di atas 18 tahun, atau 79,5% dari jumlah penduduk Indonesia. Pada pemilu 2024, pengaruh media sosial akan semakin terlihat dengan sangat pesatnya penyebaran informasi politik melalui berbagai platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok. Media sosial akan memberikan dampak besar pada pemilu 2024.

TikTok sebagai aplikasi media sosial berbasis video pendek telah menjadi platform yang sangat populer di masyarakat global, terutama di kalangan generasi muda. Dengan miliaran pengguna aktif, TikTok memiliki posisi yang baik untuk mempengaruhi opini dan sikap masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk calon presiden dan wakil presiden pada tahun 2024. Secara umum, sekitar sepertiga masyarakat mengakui bahwa informasi yang diterima melalui media sosial menjadi acuan dalam menentukan pilihan atau bahkan mengubah pilihan. Sehingga edukasi dan pemahaman tentang etika penggunaan media sosial diperlukan untuk menjaga perdebatan yang sehat dan mencegah penyebaran berita palsu dan konten provokatif.

Namun kampanye politik di media sosial juga bisa berbahaya, karena pesan politik yang tidak terkendali dan taktik agresif dapat merusak citra kandidat. Konten-konten untuk menjatuhkan nama baik salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024 tidak jarang untuk ditemukan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin menguji variabel-variabel yang mempengaruhi terpaan media sosial TikTok terhadap partisipasi pemilih politik mahasiswa sebagai pemilih pemula pada Pemilu 2024. Kemudian peneliti ingin menganalisis seberapa jauh pemilih politik mahasiswa ingin melibatkan dirinya dalam partisipasi politik Pemilu 2024 melalui media sosial TikTok.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Pendekatan penelitian ini menjawab permasalahan yang memerlukan pengukuran cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampling Stratifikasi dengan metode sampling probabilitas di mana populasi dibagi menjadi sub-grup yang disebut strata berdasarkan karakteristik tertentu, seperti ras, gender, lokasi, dll. Setiap stratum kemudian diambil menggunakan metode sampling probabilitas lainnya, seperti sampling *cluster* atau sampling acak sederhana, untuk memastikan

bahwa contoh tersebut mewakili setiap sub-grup. Pendekatan ini sangat berguna ketika karakteristik populasi sangat beragam dan peneliti ingin memastikan bahwa setiap karakteristik terwakili dengan baik dalam contoh, meningkatkan imunitas dan validitas penelitian serta mengurangi bias penelitian seperti bias *undercoverage*.

Terdapat beberapa tahap dalam penelitian kuantitatif menggunakan metode random strata sampling, tahapannya meliputi identifikasi populasi dan pembagian ke dalam strata berdasarkan karakteristik yang relevan seperti pendidikan atau jenis kelamin. Sampel dikelompokkan berdasarkan masing-masing strata untuk memastikan representasi yang adil dari populasi. Data dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner, kemudian diolah dengan melakukan entri data, dan analisis statistik dengan menggunakan uji regresi linear. Hasilnya kemudian disajikan dalam laporan yang sistematis, mencakup metodologi, temuan utama, interpretasi hasil, dan rekomendasi yang relevan. Dengan menarik kesimpulan dari analisis data, peneliti juga membahas implikasi temuan untuk teori, praktik, atau kebijakan serta memberikan arahan untuk penelitian selanjutnya.

Metode diatas diterapkan kepada Mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta sebagai pemilih pemula dalam Pemilu 2024. *Stratified Random Sampling* dibagikan secara daring melalui angket kuesioner kepada Mahasiswa aktif Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital dengan populasi sebesar 294 orang. Adapun angket kuesioner yang dibagikan menggunakan format pertanyaan sebagai berikut:

The image shows a digital survey questionnaire with five questions, each using a 5-point Likert scale from 'Sangat Tidak Setuju' (Strongly Disagree) to 'Sangat Setuju' (Strongly Agree). The questions are:

- Seapa sering melihat konten terkait pemilu di TikTok? (How often do you see election-related content on TikTok?)
- Seapa merasa sering mendapatkan informasi yang relevan tentang kandidat dan isu-isu politik di TikTok? (Do you often get relevant information about candidates and political issues on TikTok?)
- Seapa merasa sering ada konten terkait pemilu di TikTok memberikan sudut pandang yang beragam? (Do you often see election-related content on TikTok providing diverse perspectives?)
- Seapa merasa sering berpartisipasi dalam diskusi atau komentar terkait pemilu di TikTok? (Do you often participate in discussions or comments related to elections on TikTok?)
- Seapa merasa konten pemilu di TikTok mempengaruhi pandangan politik Anda dalam pemilu? (Do you feel election content on TikTok influences your political views in the election?)

Gambar 1. Kuesioner

Rumus yang digunakan adalah Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Gambar 2. Rumus Slovin

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah mahasiswa aktif Prodi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital di Universitas Negeri Jakarta.

e = tingkat kesalahan sampel atau *error* yang dapat ditolerir

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{294}{1 + 294(0,1)^2}$$

$$n = \frac{294}{1 + 294(0,01)} = \frac{294}{1 + 2,94} = \frac{294}{3,94} = 75,61$$

n = dibulatkan menjadi 76

Gambar 3. Hasil perhitungan

Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin. Cara menghitung sampel menggunakan rumus slovin diperoleh hasil 75,61 dibulatkan menjadi 76. Hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada 76 responden. Hasil data penyebaran kepada mahasiswa aktif Humas dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, responden terdiri atas 35 pria (46,05%) dan 40 wanita (53,95%), membuat responden wanita lebih banyak dari pada responden pria. Melihat dari jumlah sampel, mahasiswa angkatan 2020 terdapat 12 orang (15,79%), angkatan 2021 terdapat 11 orang (14,47%), angkatan 2022 terdapat 27 orang (35,53%) dan angkatan 2023 terdapat 25 orang (34,21%).

Pada pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS 27 untuk menguji validitas variabel terpaan media sosial (X) dan partisipasi politik (Y). Hasilnya adalah r hitung \geq rtabel (0,184). Semua pernyataan dalam variabel ini valid, menurut hasil uji validitas yang dilakukan oleh peneliti. Nilai tes Kaiser-Meyer-Olkin dan Bartlett di atas menunjukkan bahwa nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) untuk KMO adalah 0,902, dengan chi square sebesar 6506.841 dan nilai signifikansi 0.000. Karena ini menunjukkan bahwa ada hubungan atau korelasi antara variabel, dan analisis penelitian lebih lanjut dapat dilakukan.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.775
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2045.683
	df	435
	Sig.	<.001

Gambar 4. Hasil uji KMO

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin and Bartlett's test* diatas terlihat angka *KMO Measure of sampling Adequacy* (MSA) adalah 0.775. Pengolahan data dari angket yang telah diisi validator dilakukan secara statistik. karena nilai tersebut diatas 0.05 maka seluruh pernyataan dalam variabel ini dinyatakan *valid*. Angka KMO dan *Bartlett's test* yang tampak pada *chi square* sebesar 2045.683 dengan nilai signifikansi 0.001. hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi antar variabel dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terpaan media adalah seberapa sering informasi tertentu muncul di berbagai platform media, seperti surat kabar, televisi, radio, atau online. Hal ini mencakup seberapa banyak informasi itu dilihat dan dipahami oleh khalayak. Terpaan media bisa menjadi petunjuk penting untuk mengetahui seberapa besar dampak suatu informasi pada masyarakat.

Menurut Nurul dan Ikhma dalam (Nurul & Ikhma, 2022) Terpaan media dapat didefinisikan sebagai kegiatan khalayak mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut. Terpaan merujuk pada intensitas penerimaan pesan-pesan yang disebarkan melalui berbagai saluran media termasuk media sosial (Munawwaroh & Lubis, 2018).

Sedangkan Menurut Muhammad dalam (Muhammad, 2022). Dapat diartikan bahwa terpaan media yaitu intensitas suatu khalayak terkena isi pesan yang ditampilkan media, terpaan juga dapat didefinisikan sebagai proses mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan yang ada pada media. Terpaan media juga memiliki tujuan dalam mencari data mengenai penggunaan media ditinjau dari jenis medianya, frekuensi menggunakan media dan lama durasi dalam menggunakan media.

Tujuan terpaan adalah sebuah konsep yang merujuk pada situasi di mana individu atau kelompok mengalami langsung atau menerima informasi dari media, seperti platform media sosial seperti Instagram, TikTok, atau melalui iklan. Pengaruh media ini dapat mempengaruhi perilaku individu, seperti minat untuk membeli suatu produk atau mengunjungi suatu tempat, serta meningkatkan pemahaman dan kepercayaan terhadap topik tertentu, seperti kesehatan mental. Penelitian yang

dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti survei, bertujuan untuk mengukur dampak terpaan media terhadap responden.

Fungsi terpaan media mencerminkan bagaimana individu atau kelompok menerima dan menyimpan informasi atau pesan dari media. Terpaan media memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku individu, seperti minat dalam pembelian atau kunjungan ke suatu tempat, serta tingkat kepercayaan dan pengetahuan tentang topik tertentu, seperti kesehatan mental. Media massa, termasuk surat kabar, majalah, radio, televisi, dan media online, tidak hanya menyediakan hiburan tetapi juga membantu mengurangi stres dalam batas tertentu. Konten media memainkan peran dalam membentuk opini dan menetapkan agenda publik, yang dapat mempengaruhi pandangan, mengubah sikap, dan bahkan perilaku masyarakat secara keseluruhan. Iklan adalah contoh konkret dari upaya untuk mempengaruhi audiens secara persuasif.

Penerimaan pesan dapat berupa mendengar, melihat, dan membaca pesan maupun memiliki pengalaman tertentu. Sehingga kategori media dapat berupa audio, audio visual, cetak maupun digital. Menurut (Amalia, Jamanie & Arsyad, 2019) untuk mengukur terpaan media terhadap penerimaan pesan dapat diamati dari tiga dimensi yaitu :

a. Frekuensi,

Frekuensi penggunaan media adalah mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu, berapa kali seminggu seseorang menggunakan media dalam satu bulan, serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun.

b. Atensi

Atensi atau perhatian juga berpengaruh pada terpaan media terkait dengan persepsi khalayak. Atensi atau perhatian adalah keadaan ketika rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah (Rakhmat, 2007 dalam Anggraini & Mustika 2019).

c. Durasi.

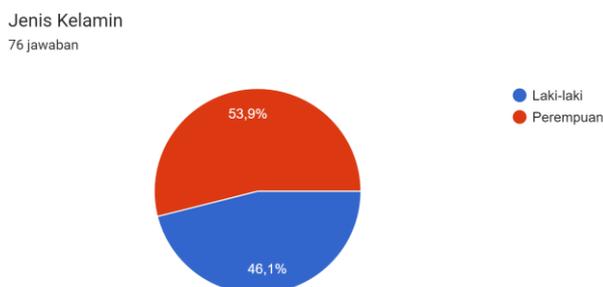
Durasi digunakan untuk menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (Ardianto, et., al., 2007, dalam Anggraini & Mustika 2019)

Partisipasi Politik secara langsung, mempengaruhi mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi kebijakan publik atau secara tidak langsung dengan memengaruhi proses perekrutan orang-orang yang akan membuat suatu kebijakan publik (Diemer, 2012 dalam Morissan, 2019). Partisipasi Politik adalah keterlibatan perorangan atau sekelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik (Budiardjo 2013). menyampaikan pendapatnya dimana “kegiatan warga negara yang legal yang sedikit banyak secara langsung bertujuan untuk mempengaruhi pemilihan penyelenggara negara atau tindakan yang diambilnya merupakan salah satu bentuk partisipasi politik (Norman H. Nie dan Sidney Verba 2012).

Teorerall mengemukakan tipologi partisipasi politik yang lebih luas dari Verba dan Nie yang mencakup lima dimensi (Teorell et al 2007) sebagai berikut:

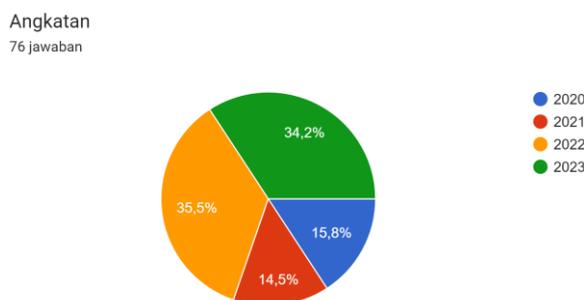
- a. *Electoral Participation* (partisipasi elektoral) yaitu melakukan pemungutan suara termasuk memberikan suara pada saat pemilihan umum.
- b. *Consumer participation* yang mencakup kegiatan memberikan sumbangan untuk amal, melakukan boikot atau menandatangani petisi dan melakukan konsumsi politik (political consumption), atau dengan kata lain consumer participation merupakan tindakan warga masyarakat sebagai konsumen politik yang kritis.
- c. *Party activity*, yaitu tindakan menjadi anggota atau pendukung aktif partai politik, melakukan pekerjaan sukarela atau menyumbangkan uang untuk partai politik.
- d. *Protest activity*, yang mencakup tindakan seperti turut serta dalam kegiatan demonstrasi, pemogokan dan kegiatan unjuk rasa lainnya.
- e. *Contact activity*, yaitu tindakan menghubungi organisasi pemerintah, politisi atau pejabat pemerintahan.

4. Hasil Penelitian



Gambar 5. Presentase Jenis Kelamin Responden

Pada penelitian ini membahas dua variabel yaitu terpaan media sosial dan partisipasi politik. Penelitian ini dilakukan kepada 76 responden yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta dan dapat diketahui bahwa seluruh responden dengan berdasarkan data yang didapat sebanyak 46,1% berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 53,9% berjenis kelamin perempuan. Identitas frekuensi pada identitas responden lainnya adalah asal angkatan dimulai dari angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023.



Gambar 6. Presentase Asal Responden

Penelitian ini melibatkan 76 responden dari Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta terlibat dalam penelitian ini. Jumlah responden tersebar di empat angkatan, yaitu 2020, 2021, 2022, dan 2023. Dari total responden, 15,8% berasal dari angkatan 2020, 14,5% berasal dari angkatan 2021, 35,5% berasal dari angkatan 2022, dan 34,5% berasal dari angkatan 2023. Data menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berasal dari angkatan 2022, diikuti oleh angkatan 2023, sementara jumlah responden dari angkatan 2020 dan 2021 kurang.

Karena memberikan gambaran tentang keterwakilan responden dari setiap angkatan, kontribusi ini penting untuk diperhatikan. Mengingat bahwa mahasiswa dari angkatan 2022 dan 2023 mungkin lebih aktif menggunakan media sosial dibandingkan angkatan senior, mayoritas responden dari angkatan 2022 dan 2023 dapat menunjukkan dinamika dan pandangan yang lebih baru terkait penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Selain itu, jumlah responden yang lebih besar dari angkatan 2022 juga dapat menunjukkan minat yang lebih besar dalam penelitian.

Keterlibatan yang lebih besar di kelas 2022 dan 2023 juga dapat mempengaruhi hasil penelitian tentang bagaimana media sosial TikTok mempengaruhi partisipasi politik. Mahasiswa yang lebih muda cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan tren dan teknologi baru di media sosial, dan dalam hal ini, mereka mungkin lebih aktif dan terlibat dengan konten politik di TikTok. Namun, partisipasi kelas yang lebih tua (2020 dan 2021) juga harus diperhatikan.

No.	Pernyataan	Mean
1	X1	4.26
2	X2	4.28
3	X3	4.34
4	X4	4.30
5	X5	3.87
6	X6	3.74
7	X7	3.95
8	X8	3.13
9	X9	3.91
10	X10	3.87
11	X11	3.76
Jumlah		43.41
Rata-Rata		3.94

Gambar 7. Tabel rata-rata hasil Mean Variabel X

Berdasarkan teori untuk mengukur Partisipasi Politik dengan dimensi yang digunakan *Electoral Participation, Consumer Participation, Party activity, Protest Activity, Contact Activity*. Dari dimensi dimensi yang digunakan sesuai dengan indikator dan mayoritas menjawab dengan positif dari pernyataan yang telah diajukan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari jawaban responden pada variabel X sebesar 3,94. Selain itu hasil penelitian dari variabel Y yaitu kewajiban memberikan suara pada pemilu 2024 mendapatkan respon yang positif juga dengan nilai rata-rata 4,38.

Model Summary					ANOVA ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	.184 ^a	.034	.021	12.74479	1	Regression 420.832	1	420.832	2.581	.112 ^b
						Residual 12019.799	74	162.430		
						Total 12440.632	75			

a. Predictors: (Constant), X
 b. Dependent Variable: Y
 c. Predictors: (Constant), X

Gambar 8. Hasil SPSS

Hasil analisis yang dilakukan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa, meskipun hubungan antara variabel X, terpaan media sosial TikTok, dan variabel Y, partisipasi politik, sangat lemah. Ada hubungan positif tetapi lemah antara terpaan TikTok dan partisipasi politik, dengan nilai korelasi 0,184. Ini menunjukkan bahwa, meskipun ada beberapa peningkatan dalam partisipasi politik yang mungkin disebabkan oleh terpaan media sosial TikTok, dampaknya tidak signifikan secara praktis. Hanya 3,4% variasi partisipasi politik disebabkan oleh terpaan TikTok, menurut koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,034. Ini menunjukkan bahwa komponen lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memengaruhi 96,6% variasi partisipasi politik. Faktor-faktor ini dapat mencakup berbagai hal, seperti latar belakang keluarga, lingkungan sosial, pengalaman pribadi, pendidikan politik, dan sebagainya.

Uji hipotesis menunjukkan bahwa terpaan TikTok terhadap partisipasi politik signifikan secara statistik, meskipun efeknya lemah. Nilai ini lebih besar dari t-tabel sebesar 1,610 karena t-hitung sebesar 5,657 dan derajat kebebasan (df) sebesar 74. Ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H0), yang menyatakan bahwa "tidak ada pengaruh", dapat ditolak, dan hipotesis alternatif (H1) dapat diterima. Akibatnya, terpaan media sosial TikTok sangat memengaruhi partisipasi politik, meskipun sedikit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, meskipun sedikit, terpaan media sosial TikTok memiliki dampak yang signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa. TikTok memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesadaran politik melalui konten singkat dan menarik yang seringkali lebih menghibur daripada informatif, tetapi platform tersebut mungkin tidak cukup mendalam untuk mendorong keterlibatan politik yang lebih serius dan berkelanjutan.

Banyak faktor lain yang lebih penting dalam mempengaruhi partisipasi politik daripada nilai R Square yang rendah. Misalnya, latar belakang keluarga sering kali memengaruhi pandangan politik dan kebiasaan partisipasi individu. Lingkungan sosial dan komunitas di mana mahasiswa tinggal juga sangat memengaruhi apakah mereka terlibat atau tidak dalam politik. Selain itu, pengalaman pribadi dalam berinteraksi dengan sistem politik dan mendapatkan pendidikan politik yang baik adalah komponen penting dalam meningkatkan partisipasi politik. Mereka yang lebih memahami proses politik dan telah terlibat dalam kegiatan politik sebelumnya cenderung lebih aktif berpartisipasi. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dapat memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keterlibatan politik melalui program edukasi politik yang menyeluruh.

Penelitian menunjukkan bahwa terpaan TikTok terhadap partisipasi politik memiliki efek yang lemah, tetapi itu tidak berarti media sosial tidak penting. Sebaliknya, media sosial dapat menjadi alat yang bermanfaat jika digunakan secara strategis untuk mobilisasi dan kampanye pendidikan politik. Untuk meningkatkan partisipasi politik mahasiswa, diperlukan pendekatan yang lebih luas yang menggabungkan pendidikan politik formal, kampanye kesadaran yang menarik, dan pembentukan komunitas yang mendukung percakapan politik dan keterlibatan. Selain itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menyelidiki elemen tambahan yang mempengaruhi partisipasi politik mahasiswa. Mempelajari peran platform media sosial lainnya, serta bagaimana berbagai faktor sosial, budaya, dan individu berinteraksi dalam mempengaruhi partisipasi politik, akan memberikan gambaran yang lebih lengkap dan memungkinkan pengembangan pendekatan yang lebih baik untuk meningkatkan keterlibatan politik di kalangan generasi muda.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap partisipasi politik mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media sosial TikTok dengan partisipasi politik mahasiswa positif. Nilai t-tabel (1,190) lebih rendah daripada nilai t-hitung (1,1610), berdasarkan nilai tersebut bahwa TikTok menjadi media sosial memiliki pengaruh untuk mendorong partisipasi politik mahasiswa dalam Pemilihan Presiden 2024. TikTok memiliki konten edukasi dan informasi tentang pemilihan yang dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif mencari informasi, berbicara, dan menggunakan hak mereka untuk memilih. Berdasarkan analisis tambahan, faktor yang paling berpengaruh terhadap partisipasi politik mahasiswa adalah frekuensi penggunaan media sosial TikTok. Pernyataan X3 pada kuesioner yaitu, seberapa sering menggunakan media sosial TikTok dalam satu bulan, memiliki nilai rata-rata tertinggi, 4,34.

Penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik, terutama di kalangan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini memberikan implikasi bagi para pemangku kepentingan, seperti KPU, Bawaslu dan Partai Politik, untuk memanfaatkan media sosial TikTok sebagai *platform* edukasi dan informasi terkait pemilu. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan; sampelnya terbatas pada mahasiswa Humas dan Komunikasi Digital di Universitas Negeri Jakarta. Penelitian lebih lanjut diperlukan dengan sampel yang lebih besar dan metode penelitian yang berbeda, seperti penelitian kualitatif. Dengan tujuan menemukan bahwa TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk meningkatkan partisipasi politik mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024. Para pemangku kepentingan yang menggunakan media sosial tersebut diharapkan dapat mendorong partisipasi politik yang lebih aktif dan lebih terinformasi di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, W. J. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwi, A. (2023). Sejarah Pemilu di Indonesia - UMSU Kampus Terbaik. *FISIP UMSU*. <https://fisip.umsu.ac.id/pengertian-dan-sejarah-pemilu-di-indonesia/>
- Hasyim, A., & Azkia, S. S. S. (2023). Pendidikan Politik bagi Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum 2024. *Jurnal Hukum Tata Negara*, 2(2). <https://doi.org/10.30762/vjhtn.v2i2.281>

- Kurniawan, F., & Mutiah, T. (2022). Menentukan Capres dan Cawapres 2024 Melalui Penggunaan Media Sosial. *Global Komunika*, 5(2).
- Martono, N. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Munawwaroh, P. R., Evawani, P. :, Lubis, E., & Si, M. (2018). Pengaruh terpaan media pada akun Instagram @exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. *JOM FISIP*, 5(1).
- Noviyanti, & Ubaidullah. (2021). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada Pilpres 2019 di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 6(6).
- Rahmad, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cetakan ke-24*. Bandung: Alfabeta.
- Widyaningsih, S. I. (2022). Analisis pengaruh terpaan media sosial Instagram, kepercayaan konsumen, dan kesadaran merek terhadap minat beli produk banana chips pada followers akun Instagram Allvors. *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Agung Semarang*.
- Zulhendra, J. (2022). Pemilu (Pemilihan Umum) dalam kajian politik Islam. *Normative Jurnal Ilmiah Hukum*, 10 (1 April), 17-33.
<https://doi.org/10.31317/normative%20jurnal%20ilmah%20hukum.v10i1%20April.765>

Halaman Ini Dikosongkan