

Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN : 2962-2948

E-ISSN : 2962-293X

DOI : doi.org/10.14421/hum.v2i1.2846

Vol. 2 No. 1, Juli 2023

<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/humanitaria>

Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024

Noviatun Nisa, Dzulfikri Muhammad, Muthia Meilani

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: mthiaaaaa.m@gmail.com

Abstract

Elections in Indonesia are a concrete form of implementation of democracy voiced by the people, where voters in this election are dominated by the age range of 17-39 years. In addition, this age range is also the age range with the highest number of social media users, which can be said that social media also has an important role in the 2024 election. This study aims to examine whether social media plays a significant role in increasing the interest and participation of first-time voters in the 2024 election. The research method used in this study is a qualitative research method, with data collection techniques used are interview techniques, and the techniques used to analyze data are data reduction, data display, and data verification. The results of a study conducted on 7 students as novice voters showed that social media indirectly had a psychological impact that encouraged student participation and interest as novice voters, which means that there is a significant positive relationship between social media and novice voter participation.

Keywords: Elections, Novice Voters, Social Media.

Abstrak

Pemilu di Indonesia menjadi bentuk nyata implementasi atas demokrasi yang disuarakan rakyat, yang mana pemilih dalam pemilu ini didominasi oleh rentang usia 17-39 tahun. Selain itu pada rentang usia tersebut juga merupakan rentang usia dengan jumlah pengguna media sosial paling banyak, yang mana dapat dikatakan bahwa media sosial juga mempunyai peran penting dalam pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah media sosial memberikan peranan yang signifikan dalam meningkatkan minat serta partisipasi Pemilih pemula dalam pemilu 2024. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah

metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, serta teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah reduksi data, display data, dan verifikasi data. Hasil penelitian yang dilakukan kepada 7 mahasiswa sebagai pemilih pemula menunjukkan bahwa media sosial secara tidak langsung memberikan dampak secara psikologis yang mendorong partisipasi dan minat mahasiswa sebagai pemilih pemula, yang mana berarti adanya keterkaitan positif yang signifikan antara media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula.

Kata kunci: Pemilu, Pemilih Pemula, Sosial Media.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut paham demokrasi dalam sistem pemerintahannya, salah satu bentuk demokrasi di Indonesia adalah Pemilihan umum (pemilu). Di Indonesia pemilu menjadi bentuk nyata dari demokrasi sebagai sarana bagi rakyat dalam menyuarakan partisipasinya terhadap negara dan pemerintah. pemilu di Indonesia diselenggarakan berdasarkan peraturan Pasal 22E ayat 6 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pemilu untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, Anggota DPR, Anggota DPD, serta anggota DPRD diselenggarakan berlandaskan atas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali (UUD 1945). Pemilu pertama telah dilaksanakan sejak tahun 1955 walaupun sempat menganut sistem lain seperti sistem distrik, sistem perwakilan berimbang, dan sistem kombinasi, akhirnya di tahun 1971 Indonesia kembali kepada sistem pemilihan umum dan masih terlaksana hingga saat ini, namun dengan seiring perkembangan teknologi banyak hal terkait pemilu juga mengalami perubahan. Transformasi teknologi merupakan fenomena yang benar-benar terjadi dan tidak dapat dihindari oleh berbagai bidang, termasuk di dunia pemilu.

Wujud perkembangan teknologi salah satunya adalah internet. Munculnya internet dalam media massa merupakan peran revolusi komunikasi yang semakin kompleks, internat ini lah yang digunakan oleh masyarakat untuk mengakses berbagai informasi di media sosial. kemudahan akses informasi ini dimanfaatkan baik oleh pemerintah, lembaga politik, maupun masyarakat guna menyebarkan dan mengakses informasi terkait dengan pemilu 2024 mendatang. Dibalik kemajuan teknologi yang mempermudah akses informasi, tantangan yang dihadapi oleh komisi pemilihan umum (KPU) dan Indonesia untuk mewujudkan penyelenggaraan pemilu 2024 yang berintegritas kedepan juga lebih berat, seperti halnya penyebaran misinformasi dan disinformasi terkait pemilu 2024. oleh karena itu media sosial memang memegang peran penting dalam kehidupan masyarakat.

Menurut Brogan dalam (Tongkotow Liedfray dkk., 2022) Media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam. Media sosial merupakan bagian dari media baru, yang saat ini keberadaanya banyak digunakan sebagai perangkat sosialisasi dan strategi politik karena penyebaran aksesnya yang cepat dan efisiensi penggunaan biaya yang rendah. saat ini berbagai platform media sosial seperti Tik-tok, instagram, Twitter menjadi media paling banyak dipakai oleh masyarakat terutama kalangan pemuda karena berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 210,03 juta pengguna pada periode 2021-2022, di

mana tingkat penetrasi internet tertinggi berada pada kelompok usia 13-18 tahun mencapai 99,16% dan posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 19-34 tahun mencapai 98,64% (Bayu, 2022). terkait data tersebut dan berdasarkan data dari Data Penduduk Potensial Pemilih Pemilu persentase pemilih di tahun 2024 55-60% berada pada rentang usia 17-39 tahun secara kuantitatif mencapai 107 juta jiwa (Febriyan, 2023) . Berarti hak suara pada pemilu 2024 didominasi oleh para pemuda sebagai pemilih pemula yang notabene pengguna aktif media sosial.

Arus informasi media sosial yang begitu pesat termasuk hal terkait politik dan pemilu 2024 akan sangat mempengaruhi kesuksesan pemilihan umum mendatang. Jika dilihat melalui kacamata Teori Determinisme Teknologi (*Technological Determinism Theory*) dimana asumsi dasar dari teori ini adalah media komunikasi membentuk perilaku manusia (Ensiklopedia Dunia, 2022), karena tiap media memiliki karakteristik berbeda dan unik salah satunya adalah Interaksi (*interactivity*) yang merupakan karakter media sosial tentang bagaimana terbentuknya jaringan antar pengguna. Gane & Beer dalam (Nasrullah & Nurbaya, 2017) menyatakan bahwa “interaksi merupakan proses yang terjadi di antara pengguna dan perangkat teknologi.” Kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari, bahkan telah menjadi semacam apa yang disebut digital technologies have become integral parts of our everyday lives. Dalam (Nasrullah & Nurbaya, 2017) juga menyatakan partisipasi menjadi karakteristik media sosial dimana media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya,

hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience. Berdasarkan maraknya informasi pemilu 2024 dan peran media sosial dalam mempengaruhi penggunanya. Peneliti tertarik untuk melakukan analisis bagaimana peran media sosial dalam mempengaruhi partisipasi baik secara sikap maupun psikologis para pemilih pemula tahun 2024.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2014) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Subjek dalam penelitian ini disebut narasumber, dan narasumber yang dibutuhkan adalah mahasiswa angkatan 22 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2008) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Instrumen penelitian pada penelitian ini adalah smartphone, pensil, ballpoint, buku. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis data dari Miles and Huberman. Miles and Huberman dalam (Sugiyono, 2014) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, display data, dan verifikasi data.

KAJIAN TEORI

A. Politik

Politik berasal dari bahasa yunani Polistai. Polis berarti kesatuan masyarakat yang mengurus diri sendiri/berdiri (negara). Sedangkan taia berarti urusan". Politik adalah interaksi antara pemerintah dengan masyarakat dalam rangka proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu (Surbakti, 1992). Menurut Teori Klasik Aristoteles politik adalah upaya atau cara untuk mendapatkan sesuatu yang dikehendaki. Sedangkan Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), politik merupakan segala urusan serta tindakan yang mencakup kebijakan, siasat, dsb mengenai pemerintahan dalam satu negara atau terhadap negara lain.

Secara keseluruhan politik berarti melibatkan interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat, dengan tujuan mencapai kebaikan bersama bagi masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu. Menurut (Kaelan, 2002) Politik selalu menyangkut tujuan-tujuan dari seluruh masyarakat dan bukan tujuan pribadi seseorang. Selain itu politik menyangkut kegiatan berbagai kelompok termasuk partai politik, lembaga masyarakat maupun perseorangan.

B. Pemilihan Umum

Sesuai Undang-undang Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah pengertian pemilihan umum diuraikan secara detail. Pemilu adalah sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat yang

dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945. Dengan kata lain, pemilu merupakan sarana bagi rakyat untuk menjalankan kedaulatan dan merupakan lembaga demokrasi (*Pengertian Pemilu*, t.t.).

Secara teoritis pemilihan umum dianggap merupakan tahap paling awal dari berbagai rangkaian kehidupan tata negara yang demokratis. Sehingga pemilu merupakan motor penggerak mekanisme sistem politik Indonesia. Sampai sekarang pemilu masih dianggap sebagai suatu peristiwa kenegaraan yang penting. Hal ini karena pemilu melibatkan seluruh rakyat secara langsung. Melalui pemilu, rakyat juga bisa menyampaikan keinginan dalam politik atau sistem kenegaraan (*Pengertian Pemilu*, t.t.).

C. Komunikasi Massa

Menurut (Gerbner, 1967) *Mass Media and Human Communication Theory*. Holt, Rinehart, & Winston.) “*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of the message in industrial societies*”. (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi.

Sedangkan menurut (DeFleur dkk., 1985) *Understanding mass communication* (2nd ed). Houghton Mifflin Co) komunikasi massa adalah

suatu proses dimana komunikator menggunakan media dalam menyebarkan pesan-pesan secara luas dan secara terus menerus agar terciptanya makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda melalui berbagai cara.

Maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses di mana pesan-pesan disebarluaskan secara luas dan terus menerus oleh komunikator melalui penggunaan media. Hal ini didasarkan pada teknologi dan lembaga-lembaga yang ada dalam masyarakat industri. Komunikasi massa bertujuan untuk menciptakan makna yang diharapkan dan mempengaruhi audiens yang beragam dengan menggunakan berbagai metode.

D. Media Sosial

Van Dijk dalam (Nasrullah, 2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut Boyd dalam (Nasrullah, 2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Secara keseluruhan, media sosial memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas interaktif dalam berbagai bentuk pertukaran informasi, kolaborasi, dan saling berinteraksi melalui teks, gambar, dan video. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting (Puntoadi, 2011).

E. Efek Pesan Komunikasi Massa

Donald K. Robert dalam (Schramm, 1970) beranggapan bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa karena fokusnya pesan, efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa. Efek pesan media massa meliputi 3 aspek, yaitu kognitif, afektif, dan behavioral.

1. Efek Kognitif Komunikasi Massa

(Schramm, 1970) mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi. Informasi yang ada peroleh telah mengstruktur atau mengorganisasikan realitas. Realitas itu sekarang tampak sebagai gambaran yang memiliki makna, gambaran tersebut biasa disebut citra, yang menurut (Schramm, 1970), "*representing the totality of all information about the world any individual has processed, organized, and stored*" menunjukkan seluruh informasi tentang dunia yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan individu. Maka dapat disimpulkan bahwa efek kognitif ialah media massa membantu khalayak dalam memperoleh informasi yang belum diketahui.

2. Efek Afektif Komunikasi Massa

Efek ini memiliki kadar yang lebih tinggi daripada Efek Kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, melainkan lebih dari itu, setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya (Karlina dkk., 1999)

3. Efek Behavioral Komunikasi Massa

a) Efek Prososial Behavioral

Menurut (Rakhmat, 2013) Prososial behavior adalah perilaku yang bertujuan untuk membantu orang lain tanpa memperoleh keuntungan pribadi. Prososial behavior memiliki efek positif pada hubungan sosial antara individu dan kelompok. Salah satu perilaku prososial adalah memiliki keterampilan yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Keterampilan seperti ini biasanya diperoleh dari saluran – saluran interpersonal: orang tua, atasan, pelatih atau guru.

b) Agresi sebagai Efek Komunikasi Massa

Menurut teori belajar sosial dari (Bandura, 1977), orang cenderung meniru perilaku yang diamatinya; stimulus menjadi teladan untuk perilaku nya. Lalu ada teori katarsis, pada dasarnya manusia itu agresif –senang merusak, membunuh, menghancurkan. Jadi sejauh ini, tampaknya teori belajar social lebih dapat diandalkan daripada teori katarsis.

c) Teori- Teori Efek Sosial Komunikasi Massa

Media mempengaruhi bentuk-bentuk organisasi sosial. Setiap media memiliki kecenderungan memihak ruang dan waktu. Sedangkan menurut McLuhan, setiap media mempunyai tata bahasanya sendiri. Adapun yang dimaksud dengan tata Bahasa adalah seperangkat peraturan yang erat kaitannya dengan alat indera dalam hubungannya dengan pengguna.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini membahas mengenai seberapa besar peran media sosial dalam menumbuhkan partisipasi pemilih pemula pemilu 2024 yang ditujukan kepada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan humaniora angkatan 2022 Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitian ini tolak ukur partisipasi atau minat para narasumber terhadap pemilu 2024 melalui analisis yang dilakukan oleh peneliti dengan melihat efek psikologi komunikasi massa pada narasumber. Sebelum melakukan wawancara kepada para narasumber, peneliti telah memastikan jika narasumber masuk dalam kategori pemilih pemula pada pemilu 2024 mendatang.

Penelitian ini dilaksanakan melalui wawancara kepada delapan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora angkatan 2022 Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora saat ini memiliki rata-rata usia 19 sampai 20 tahun, sebagai salah satu generasi Z yang hidup di tengah terpaan informasi media sosial dan menjadi pengguna aktif. Saat ini tidak dapat dipungkiri salah satu informasi terkait pemilu 2024 menjadi isu hangat yang banyak diberitakan. Pemilu merupakan pesta demokrasi Indonesia yang dilaksanakan setiap 5 tahun

sekali, sesuai dengan peraturan Pasal 22E ayat 6 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Seperti yang kita tahu bahwa tujuan utama dari pemilu ini memilih para pemimpin negara termasuk presiden dan wakil presiden. Mahasiswa fishum angkatan 22 sebagai narasumber, yang kami temukan dari hasil wawancara mengenai ketertarikan dan partisipasinya terhadap pemilu kedepan memberikan respon bahwa media memang memberikan dorongan partisipasi pada diri mereka. Hal itu tentunya karena media secara tidak langsung memberikan efek dan dampak psikologi pada mereka. Adapun pembahasan hasil penelitian antara media sosial dan efek psikologi komunikasi massa pada mahasiswa akan dijabarkan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditentukan. Hasil dan pembahasan tersebut akan dijabarkan dalam bentuk narasi.

1. Efek Kognitif

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan, peneliti menemukan beberapa efek psikologi komunikasi pada narasumber. Salah satu bentuk efek yang terjadi pada narasumber adalah efek kognitif. Efek ini memiliki tujuan yaitu memberi informasi kepada audiens. Sumber informasi pada saat ini salah satunya adalah media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, Dan lain-lain. salah satu bentuk informasi yang kini cukup banyak beredar adalah informasi mengenai pemilu 2024 mendatang. informasi ini menjadi sangat penting untuk para pemilih pemula.

Aufa Khalilurrahman mahasiswa jurusan Psikologi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2022 yang kami wawancarai pada tanggal 5/6/2023. "Ya,

saya mengetahui beberapa informasi tentang pemilu. Biasanya dalam bentuk desain poster atau dari dokumentasi² partai politik. Ya, ada beberapa akun medsos politik yang saya follow” (aufa Khalilurrahma, komunikasi pribadi, 2023).

Mahasiswa mengetahui informasi mengenai pemilu salah satunya melalui media sosial. Hal ini berkaitan dengan efek psikologi komunikasi kognitif. Mahasiswa sebagai pemilih pemula mengetahui berbagai informasi mengenai pemilu seperti calon, pelaksanaan, update kabar pemilu 2024, dan lain lain. Efek ini merupakan tujuan utama dari adanya media massa.

2. Efek Behavioral

Salah satu efek yang menjadi bahan analisis kami adalah Efek Behavioral. Efek ini menekankan pada perubahan perilaku seseorang setelah mendapatkan informasi. Informasi disini didapatkan melalui media massa. Informasi mengenai pemilu mempengaruhi para audiens dan menghasilkan efek behavioral.

Muhammad Alfian Nur Rizal, mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2022 yang kami wawancarai pada tanggal 7/6/2023. “*Yaa saya lumayan antusias dalam menyambut pemilu 2024,saya juga tidak suka dengan orang-orang golput, karena mereka memiliki hak untuk memilih pemimpin negara mereka kenapa tidak digunakan*” (M. A. Rizal, komunikasi pribadi, 2023).

Dilyauddin M Zauqiy mahasiswa Psikologi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2022 yang kami wawancarai pada tanggal 5/6/2023. “*Antusias,*

karena setiap pemimpin punya sistemnya masing-masing dan kita sebagai yang dipimpin berhak memilih sistem kepemimpinan tersebut, apakah cocok dan berkompeten atau tidak, sebagai pemula patut kita perdalam pengetahuan tentang pemilu tersebut” (D. M. Zauqiy, komunikasi pribadi, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara kami, narasumber menjadi antusias setelah mendapatkan informasi mengenai pemilu 2024 mendatang. Bagi mereka pemilu merupakan hal yang sangat penting dan sangat berpengaruh bagi bangsa dan negara kedepannya. dengan mendapatkan informasi mengenai pemilu mereka semakin yakin untuk tetap memilih atau tidak akan golput pada saat pemilu 2024 mendatang.

Nines Latifa Puspwangi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2022 yang kami wawancarai pada tanggal 5/6/2023. “*Biasa aja sebenarnya. tentunya aku ngga bakal golput karena kalau bisa memilih kenapa harus golput*” (N. L. Puspwangi, komunikasi pribadi, 2023)

Tanggapan berbeda dengan narasumber lainnya, Saudari Nines kurang antusias dalam menghadapi pemilu 2024 ditengah maraknya informasi yang berkaitan dengan pemilu. Namun ia akan tetap menggunakan hak pilihnya pada pemilu 2024 mendatang.

Muhammad Ardiansyah, mahasiswa jurusan Sosiologi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2022 yang kami wawancarai pada tanggal 5/6/2023.

“*Engga sebaliknya aku tidak antusias, pesimis dan aku golput. Tidak mudah mempercayai orang dalam politik yaa gimana yaa. Sulit untuk*

mempercayai politik yang menurut banyak orang sangat dinamis. Yang hari ini dengan nanti bisa berubah dengan cepat. jadi apa yang bisa kita harapkan dari mereka” (M. Ardiansyah, komunikasi pribadi, 2023)

Berdasarkan hasil wawancara kami terhadap saudara Ardiansyah, ia sangat tidak antusias terhadap pemilu. Efek behavioral yang terjadi padanya adalah untuk golput dalam pemilu 2024. Menurutnya sulit untuk mempercayai politik. Efek yang terjadi adalah efek untuk menolak.

SIMPULAN

Pada saat ini hampir seluruh pemuda memiliki media sosial. Salah satu fungsi media sosial adalah sebagai media informasi. Informasi yang disebarluaskan oleh media sosial salah satunya adalah mengenai Pemilu 2024. Media sosial memiliki peran dalam pemilu 2024 mendatang. Peran media sosial dilihat melalui beberapa efek komunikasi massa adalah Efek Kognitif dan Efek Behavioral. Kedua efek ini memberikan perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh media sosial. Melihat dari hasil penelitian yang dilakukan dapat terlihat bahwa Efek Kognitif dirasakan oleh seluruh narasumber. Berbeda pada Efek Behavioral yang terjadi pada narasumber. Dua narasumber tidak antusias terhadap pemilu 2024, sedangkan ketiga narasumber lain memiliki antusias terhadap pemilu. Namun efek behavioral juga terjadi pada pengambilan sikap untuk menjadi pemilih pada pemilu 2024 mendatang. Satu narasumber emmilih untuk menjadi golput pada pemilu 2024

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan, peneliti menmukan bahwa minat dari mahasiswa untuk melek politik cukup kurang. Mahasiswa seharusnya lebih mendalami informasi mengenai politik terutama pemilu 2024 mendatang.

Masa depan negara berada ditangan para mahasiswa, karena pada dasarnya mahasiswa merupakan pemimpin pada masa depan. Selain menjadi pemilih dalam pemilu, mahasiswa diharapkan ikut andil dalam mengawasi jalannya pesta demokrasi tahun 2024 mendatang.

Pada penelitian berikutnya diharapkan untuk lebih melakukan pendalaman terhadap efek psikologi dari komunikasi massa. Penelitian juga dilakukan lebih mendalam terhadap narasumber yang dijadikan objek penelitian. Penelitian yang dilakukan sebaiknya lebih terperinci dan memperbanyak sumber penelitian. Analisis dapat dilakukan dengan memperhatikan banyak aspek untuk optimalisasi penelitian. Pengembangan pada penelitian bisa dilakukan dengan melakukan perluasan kategori dari narasumber. Perkembangan terhadap penelitian dapat dilakukan dengan melihat aspek New Media Theory. Hal ini berkaitan dengan mendapatkan sumber informasi dari media sosial.

Daftar Pustaka

- Ardiansyah, M. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024* [Komunikasi pribadi].
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. ,. NJ: Prentice Hall.
- DeFleur, M. L., Dennis, E. E., & Hanus, M. S. (1985). *Understanding mass communication* (2nd ed). Houghton Mifflin Co.
- Gerbner, G. (1967). *Mass Media and Human Communication Theory*. Holt, Rinehart, & Winston.

- Kaelan. (2002). *Pendidikan Pancasila* (Ed. 6). Paradigma.
- Karlina, S., Komala, L., Soemirat, B. S., & Rachman, A. S. (1999). *Komunikasi Massa*. UT.
- Khalilurrahma, aufa. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024* [Komunikasi pribadi].
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.
- Pengertian Pemilu.* (t.t.). Diambil 8 Juni 2023, dari <https://kota-tangerang.kpu.go.id/page/read/37/pengertian-pemilu>
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan penjualan melalui Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Puspowangi, N. L. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024* [Komunikasi pribadi].
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi komunikasi* (T. Surjaman, Ed.; Cetakan keduapuluhsembilan, November 2013). Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Rizal, M. A. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024* [Komunikasi pribadi].
- Schramm, W. L. (Ed.). (1970). *The Process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif* (cet. 10). Alfabeta.
- Surbakti, R. A. (1992). *Memahami ilmu politik*. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Zauqiy, D. M. (2023). *Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024* [Komunikasi pribadi].