

HUBUNGAN VARIASI AKSES KAMPANYE MEDIA SOSIAL TERHADAP BUDAYA POLITIK GENERASI Z PADA ISU PEMILU 2024

Azifah Yusrina

(Universitas Negeri Surabaya, Indonesia) azifahyusrina.20004@mhs.unesa.ac.id

Maya Mustika Kartika Sari

(Universitas Negeri Surabaya, Indonesia) mayamustika@unesa.ac.id

Abstrak

Variasi akses berarti jalan masuk terhadap aksesnya pada media sosial utamanya digunakan sebagai wadah kampanye politik oleh pasangan calon kandidat yang dapat memengaruhi budaya politik generasi Z meliputi kognitif, afektif dan evaluatif sehingga dapat mempengaruhi pilihan politik yang akan digunakan dalam Pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variasi akses kampanye media sosial terhadap budaya politik generasi Z pada isu pemilu 2024. Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh generasi Z yang ada di Kabupaten Sidoarjo dengan metode *Quota Sampling* yang mengambil sebanyak 6 responden dari masing-masing Kecamatan yang ada di Sidoarjo sehingga diperoleh 108 sampel. Metode analisis data menggunakan analisis korelasi spearman dengan uji prasyarat berupa uji normalitas dan linearitas. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara variasi akses terhadap budaya politik generasi Z Sidoarjo dengan nilai korelasi *Spearman* 0,542 dan data generasi Z yang tergolong cukup dengan persentase sebesar 33%. Sehingga dapat diambil kesimpulan semakin tinggi variasi akses maka semakin tinggi pula budaya politik yang dimiliki, maka tipe budaya politik yang dimiliki oleh generasi Z Sidoarjo dalam perannya memakes isu kampanye politik media sosial juga termasuk dalam budaya politik campuran yakni budaya politik partisipan semi budaya politik kaula. Ditambah generasi Z cukup aktif dalam mengekspresikan preferensi mereka kepada para pasangan calon melalui akses kampanye politik media sosial, tetapi mereka tidak terlalu melibatkan berbagai macam isu tersebut dalam mencampuri keputusan politik yang akan digunakan dalam Pemilu.

Kata Kunci : Variasi Akses, Budaya politik, Generasi Z

Abstract

Access variation means that the entry point to access on social media is mainly used as a political campaign platform by candidate pairs that can influence the political culture of generation Z including cognitive, affective and evaluative so that it can influence the political choices that will be used in the Election. This study aims to determine the relationship between variations in social media campaign access and the political culture of generation Z on the issue of the 2024 election. The population in this study was all generation Z in Sidoarjo Regency with the Quota Sampling method which took 6 respondents from each sub-district in Sidoarjo so that 108 samples were obtained. The data analysis method used Spearman correlation analysis with prerequisite tests in the form of normality and linearity tests. The results of this study are that there is a positive and significant relationship between variations in access to the political culture of generation Z Sidoarjo with a Spearman correlation value of 0.542 and generation Z data which is classified as sufficient with a percentage of 33%. So it can be concluded that the higher the variation of access, the higher the political culture owned, so the type of political culture owned by generation Z Sidoarjo in its role in accessing social media political campaign issues is also included in a mixed political culture, namely a semi-participatory political culture of the people. In addition, generation Z is quite active in expressing their preferences for candidate pairs through access to social media political campaigns, but they do not involve various issues too much in interfering with political decisions that will be used in the Election.

Keywords: Access Variation, Political Culture, Generation Z

PENDAHULUAN

Kampanye politik merupakan sebuah kegiatan dimana didalamnya terdapat sebuah komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi suatu pengambilan keputusan dari para pemilih. Menurut UU No. 23 Tahun 2018 Bab III tentang syarat untuk terjadinya sebuah kampanye, yang akan diikuti oleh para peserta kampanye. Peserta tersebut merupakan warga negara Indonesia dan sudah ada pada tahap memenuhi persyaratan sebagai pemilih serta adanya

pelaksana kampanye. Sedangkan salah satu unsur agar terpenuhinya syarat menjadi seorang pemilih yakni harus sudah mempunyai Kartu Tanda Penduduk (KTP), sehingga kepemilikan tersebut juga dapat membuktikan bahwa pihak pemilih sudah cukup umur serta cakap dalam menggunakan hak pilih mereka. Sedangkan pemilu terdapat pemilih yang nantinya akan memilih calon

pasangan mereka yang sesuai dengan kriteria dan diinginkan.

Saat pandemi, segala kegiatan mengalami pembatasan, tidak terkecuali kampanye. Banyak calon pemimpin yang lebih percaya untuk menyuarakan visi dan misi mereka melalui berbagai platform media sosial, karena banyaknya pembatasan terkait segala kegiatan masyarakat di luar rumah. Namun untuk sekarang, sudah termasuk pada era pasca pandemi, segala kegiatan masyarakat sudah banyak yang melakukan kegiatan di luar rumah dan tidak terpaat kegiatan secara online.

Menurut Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (PKPU) No. 23 Tahun 2018 tentang kampanye pemilihan umum yang ada pada pasal 48 poin (3), berisi tentang debat pasangan calon yang akan dilakukan sebanyak lima kali dengan rincian 2 (dua) kali untuk calon presiden, 1 (satu) kali untuk wakil presiden dan 2 (dua) kali untuk calon presiden dan calon wakil presiden. Kemudian kampanye media sosial menurut PKPU No.23 Tahun 2018 tentang pemilihan umum, yang dimaksudkan dengan kampanye media sosial yakni sebuah kampanye politik yang mempunyai materi serta desain yang disalurkan melalui media sosial. Adapun indikator kampanye media sosial menurut PKPU No.23 tentang kampanye media sosial yakni paling minimal konten memuat visi, misi dan program peserta pemilu. Kemudian didalam desain dan materi yang berisi suara, tulisan serta gabungan antara kedua elemen tersebut hingga gambar yang bersifat karakter grafis, naratif yang bersifat baik interaktif maupun tidak interaktif yang diberi nama sebagai media sosial

Menurut data yang disajikan oleh data survei *Kadata Insight Center (KIC)*, platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi Z adalah Instagram kemudian disusul dengan platform youtube dan Tik-Tok. Platform media sosial merupakan sarana bagi masyarakat untuk menyalurkan komentar, opini, informasi hingga konten yang akan dilihat oleh khalayak. Informasi yang diajikan tidak hanya berupa gambar namun terkadang gambar yang bergerak serta di iringi sebuah teks. Begitupun konten yang disajikan mengikuti perkembangan yang sedang banyak dibicarakan terutama pada tanggal tertentu yang sebelum tanggal tersebut tiba, sudah banyak dibahas oleh khalayak pada media sosial. Tidak terkecuali sebuah informasi tentang politik, tepatnya pada sebuah proses pemilihan umum yang sudah jauh hari telah dibicarakan mulai dari calon, visi-misi, hingga program kerja.

Budaya politik adalah sebuah keputusan yang berasal dari kognitif, perilaku politik seseorang dan nantinya akan berdampak pada perilaku memilih. Definisi tersebut mengambil dari pernyataan (Almond dan Verba, 1963) menjelaskan budaya politik merupakan sikap yang berorientasi khas ada dalam seorang warga negara terkait sikapnya menghadapi suatu sistem politik. Lebih lanjut menurut dalam bukunya (Almond dan Verba, 1963) berpendapat bahwa terdapat tiga komponen dari budaya politik yakni orientasi kognitif, orientasi afektif dan orientasi evaluatif.

Kemudian jika dikaitkan dengan budaya politik yang terdapat pada generasi Z, dapat dikaitkan dengan informasi, pendidikan ataupun praktik yang dilakukan terkait suatu proses politik. Pada tahun 2024 generasi Z akan berada pada usia 12 tahun hingga 27 tahun, ditambah berdasarkan data menurut CSIS pada Pemilu 2024 berdasarkan survei 8-13 agustus 2022 pemilih akan di dominasi generasi Z dan millennial yang rentang usianya berkisar antara 17-39 tahun mendekati 60% berdasarkan jumlah seluruh total pemilih. Sehingga sangat penting untuk mengetahui budaya politik yang didasarkan pada orientasi kognitif, afektif dan evaluatif generasi Z, karena para pemilih akan didominasi oleh Generasi Z..

Seiring bertambahnya informasi kepada generasi Z yang erat kaitannya dengan media sosial dengan pengetahuan melalui teks, gambar, audio dan video maka akan terkonstruksi pula tingkat pengetahuan khususnya dalam pengetahuan politik yang bersumber dari pencarian informasi generasi Z tentang politik. Hal ini berdasarkan pada pandangan Almond dan Verba yang menyatakan bahwa seorang individu yang memiliki tingkatan pengetahuan mengenai berbagai simbol yang dimiliki oleh sistem politik, tokoh-tokoh pemerintahan, hingga jalannya sistem politik, maka hal tersebut termasuk pada komponen kognitif budaya politik. Generasi Z dengan kata lain juga menerapkan prinsip komponen orientasi afektif yakni perasaan terhadap sistem politik, baik dari perasaan penampilan aktor politik hingga peran yang pernah diambil.. Menurut Almond dan Verba orientasi afektif didasarkan pada perasaan seseorang pada suatu situasi politik.

Pada Pemilu 2024 generasi Z merupakan pemilih yang termasuk dalam kategori pemula, yang mana sesuai dengan pasal 198 UU Pemilu dengan bunyi pemilih pemula merupakan warga negara Indonesia yang sudah genap berusia 17 tahun ataupun sudah pernah menikah yang sebelumnya belum termasuk pada kepemilikan hak pilih karena peraturan UU Pemilu. Sedangkan pada tahun 2023 menurut Databoks, generasi Z berusia 17-26 tahun sehingga bisa dikatakan usia dalam pemilih pemula termasuk pada usia tersebut.

Almond dan Verba dalam bukunya *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, membagi pola budaya politik yang dimiliki oleh masyarakat. Pertama, terdapat budaya politik parokial yakni seorang warga negara tidak memiliki pengetahuan atau minat terhadap politik dan hanya menyadari secara samar keberadaan pemerintah pusat. Biasanya terjadi pada masyarakat yang hanya mempunyai satu tokoh yang merangkap menjadi beberapa peran sekaligus. Seperti kepala suku, kyai ataupun kepala kampung yang memiliki sifat religius, politis dan ekonomis sekaligus didalamnya. Sehingga jenis politik ini masih banyak ditemui namun hanya di pedalaman Indonesia.

Kedua, budaya politik kaula (subjek) yakni seorang warga negara sebagian besar patuh namun hanya sedikit berpartisipasi, melihat diri mereka bukan sebagai partisipan dalam proses politik namun sebagai subjek pemerintah. Dalam budaya politik jenis ini, aspek dari seluruh warga negara baik dari segi sosial maupun

ekonomi sudah cukup maju namun dalam aspek politik masih bersifat pasif. Kemudian dalam jenis ini Almond dan Verba mengatakan bahwa warga negara dalam jenis ini mempunyai orientasi pengetahuan yang tinggi pada sistem politik sehingga warga negara cukup paham akan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Namun dalam hal ini dimensi mengenai struktur dan peranan dalam membuat suatu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah tidak terlalu diperhatikan. Kemudian yang terakhir budaya politik partisipan, yakni warga negara memahami dan mengambil bagian dalam politik dan asosiasi sukarela. Dengan kesadaran politik yang tinggi, warga negara juga mampu memberikan opininya dan aktif dalam suatu kegiatan politik.

Gagasan inti dari pendapat Almond dan Verba adalah bahwa demokrasi akan terbukti paling stabil pada warga negara dengan sikap subyektif dan parokial, serta adanya partisipasi atau output yang diberikan oleh warga negara. Campuran ini dikenal sebagai budaya politik. Dengan perpaduan dalam tiga jenis budaya politik, warga negara cukup aktif dalam politik untuk mengekspresikan preferensi mereka kepada para penguasa tetapi tidak terlalu terlibat hingga dapat menolak ataupun menerima keputusan yang tidak mereka setujui.

Kemudian lebih lanjut menurut (Mahendra (2005) dalam Yunus, 2017), perilaku pemilih adalah sebuah tindakan dari seseorang yang ikut serta dalam memilih orang, partai politik hingga isu publik tertentu. Sehingga dalam kegiatan menggunakan hak politiknya, Warga Negara Indonesia bebas memilih sesuai dengan hati nurani tanpa paksaan apapun selaras dalam asas pemilu yakni Luber-Jurdil yang merupakan akronim dari Langsung, Umum, Bebas, Rahasia, Jujur, dan Adil. Kemudian Penyelenggaraan pemilu sebagai salah satu alat demokrasi serta sarana perwujudan untuk kedaulatan rakyat karena sejatinya kedaulatan berada ditangan rakyat. Maka pemilu akan dilaksanakan menurut dan sesuai asas Luber-Jurdil (Izzaty and Nugraha, 2019).

Sehingga generasi Z merupakan sebagian besar generasi yang akan mendominasi pemilih dalam pemilu mendatang dengan presentase sebesar 60% dari jumlah pemilih yang ada menurut CSIS. Kemudian pemilu mendatang merupakan pemilu dilaksanakan pasca pandemi Covid-19. Pada masa pandemi kegiatan kampanye banyak yang dilakukan di sosial media, karena pembatasan beraktivitas untuk menghindari menularnya virus Covid-19. Pasca pandemi kegiatan yang dilakukan di luar menjadi normal kembali tak terkecuali kegiatan kampanye. Dimana merupakan transisi dari pelaksanaan kampanye dari yang terbatas melakukan tatap langsung, kemudian pada saat ini dilakukan tatap muka secara langsung. generasi Z sebagai generasi yang sangat erat kaitannya dengan internet maupun sosial media juga tak luput dari keikutsertaannya dalam menanggapi isu pemilu terkhususnya saat masa kampanye berlangsung. Terdapat berbagai macam isu dengan penyampaian pesan ataupun informasi. Dalam hal ini terjadi budaya politik yang didasari pada orientasi kognitif tentang pengetahuannya terhadap demokrasi yang mana pengetahuan tersebut diperoleh generasi Z melalui konten berupa liputan media,

isu tentang kandidat ataupun isu pasca dapat yang terdapat pada media sosial. Serta orientasi afektif berupa penyaksian praktik demokrasi yang pernah dilaksanakan di Indonesia melalui video dokumenter atau gambar yang disaksikan melalui konten media sosial. Sehingga generasi Z dalam menentukan budaya politik terutama dalam menentukan perilaku pemilihnya, ditentukan melalui beberapa faktor.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu mencari fakta suatu fenomena permasalahan dengan cara menggunakan pemahaman yang tepat. Menggunakan fenomena atau isu terkini yakni kampanye yang sedang menjadi isu hangat di media sosial oleh para pasangan calon pemimpin. Ditambah lagi, pemilu tersebut merupakan pemilu pasca pandemi. Serta pemilih yang mendatang, didominasi oleh Gen-Z merupakan generasi yang erat kaitannya dengan perkembangan teknologi.

Populasi yang akan digunakan yakni jumlah generasi Z yang ada diseluruh kabupaten Sidoarjo yang berusia 9-23 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Timur (BPS), Sidoarjo memiliki Generasi Z dengan jumlah 2.282.215 Jiwa. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yakni *non-probability sampling*. Dengan teknik sampling *Quota Sampling*. Kemudian sampel yang diambil berdasarkan jumlah kecamatan yang ada di Sidoarjo. Dengan jumlah 18 kecamatan, dan peneliti mengambil kesimpulan dengan mengambil 6 responden pada setiap kecamatan.

Variabel dalam penelitian yakni variasi akses sebagai variabel *independent* dan budaya politik menjadi variabel *dependent*. Kemudian Definisi Operasional Variabel (DOV) pada variabel akses diartikan sebagai sebuah jalan masuk dan budaya politik merujuk pada kognitif, afektif dan evaluatif sehingga berdampak pada pilihan politik oleh seorang warga negara dalam menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu. Adapun pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan metode penyebaran angket yang berisi kuisioner berupa pernyataan dengan kisi-kisi angket responden. Pernyataan akan diukur menggunakan skala dikotomis serta skala likert.

Kemudian dilakukan uji validitas untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*. Terdapat 108 sampel yang akan di ujikan pada uji instrumen kali ini, yang akan tergabung dalam uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan pada 25 pernyataan, 2 variabel yakni variasi akses sebagai variabel X dan budaya politik sebagai variabel Y. Pada pengujian terhadap penelitian ini, peneliti menggunakan software SPSS untuk melakukan uji validitas dengan memakai rumus korelasi *Bivariate Pearson dan Correlated item Item-Total Correlation* serta uji dua sisi taraf signifikansi 0,005.

R hitung merupakan hasil perhitungan yang dilakukan dengan bantuan program SPSS, sedangkan untuk nilai r tabel dapat dilihat pada r tabel dapat dilihat dengan taraf signifikansi 0,05% atau setara dengan 5% dengan responden sebanyak 108 responden, maka r tabel yang digunakan sebanyak 0,1874. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Relibilitas Variabel Variasi Akses dan Budaya Politik

Variabel	Pernyataan	R Tabel	R Hitung dan Hasil Reliabilitas	Keterangan
Variasi Akses			0,648	Reliabel
	V1	0,1874	0,707	Valid
	V2	0,1874	0,832	Valid
	V3	0,1874	0,711	Valid
	V4	0,1874	0,345	Valid
Budaya Politik			0,752	Reliabel
Kognitif	P1	0,1874	0,382	Valid
	P2	0,1874	0,595	Valid
	P3	0,1874	0,443	Valid
	P4	0,1874	0,486	Valid
	P5	0,1874	0,622	Valid
	P6	0,1874	0,632	Valid
	P7	0,1874	0,482	Valid
	P8	0,1874	0,365	Valid
	P9	0,1874	0,26	Valid
	P10	0,1874	0,493	Valid
	P11	0,1874	0,533	Valid
Afektif	S1	0,1874	0,737	Valid
	S2	0,1874	0,71	Valid
	S4	0,1874	0,517	Valid
	S5	0,1874	0,692	Valid
	Evalutaif	E1	0,1874	0,915
E2		0,1874	0,884	Valid
E3		0,1874	0,886	Valid

(Hasil Analisis, 2024)

Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas 469 instrument penelitian variabel variasi akses. Menggunakan 5 pernyataan, maka dapat ditentukan apakah 469 instrument tersebut valid atau tidak dengan melakukan perbandingan nilai r hitung \geq r tabel. Dengan acuan R Tabel 0,1874. Sedangkan hasil dari uji validitas dari item variasi akses hasilnya $>0,1874$. Maka dapat disimpulkan, dari seluruh

pernyataan variasi akses tersebut semuanya valid serta dapat digunakan pada penelitian ini.

Pada variabel budaya politik yang berperan sebagai variabel Y yang didalamnya terdapat beberapa item untuk mengukur budaya politik seorang individu. Pada tabel 1 tepatnya item E3 menunjukkan bahwa isu Pemilu membuat seorang responden akan begitu saja beralih pilihan politik setelah melihat isu negatif. Kemudian pada item E4, responden tidak setuju jika mereka tidak melihat isu berupa program kerja, visi dan misi serta penampilan kandidat pada platform media sosial. Sehingga dengan berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen valid, karena pernyataan unvaforable jika dibalik merupakan pernyataan yang mendukung penelitian, sehingga item tersebut dinyatakan valid. Serta berdasarkan pengambilan keputusan yakni $r \geq r$ tabel yang artinya seluruh item tersebut valid.

Selanjutnya dilakukan uji realibilitas dengan tujuan agar jika diadakan pengukuran ulang menggunakan indikator yang serupa, hasilnya tidak akan berubah. Dengan menggunakan teknik pengukuran reabilitas dari *Alpha Cornbach*. Dengan kriteria apabila nilai Alpa Cornbach $\geq 0,60$ maka instrumen penelitian dianggap reliabel.

Menurut tabel 1 nilai dari kedua variabel dinyatakan reliabel. Sebuah instrumen berupa pernyataan akan dianggap reliabel jika Alpha Cornbach melebihi angka 0,60. Hasil analisis reliabilitas dalam tabel menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki Alpha Cornbach lebih dari 0,60. Hasil pengukuran menggunakan instrumen mendekati situasi sebenarnya dari subjek maka instrumen yang berupa pernyataan tersebut dianggap reliabel.

Variabel variasi akses tergolong dalam variabel yang mempunyai reliabilitas tinggi karena memperoleh angka reliabel variasi akses sebanyak 0,648 dan budaya politik sebanyak 0,252. Karena variabel menurut *Alpha Cornbach* termasuk dalam kategori mempunyai reliabilitas tinggi ketika melebihi 0,60 serta pada tabel reliabel menurut *Guilford*: 1956 reliabilitas diangka 0,60-0,80 termasuk golongan dalam reliabilitas tinggi. Begitupun juga variabel budaya politik yang juga mempunyai nilai reliabilitas dan tergolong tinggi karena di angka 0,752.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Sidoarjo merupakan wilayah yang termasuk pada provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan kota Surabaya yang merupakan ibu kota Jawa Timur. Jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo pada per bulan September 2020 menurut hasil SP2020 adalah sebanyak 2.082.801 jiwa. Dengan luas wilayah 714,27 km² persegi, kepadatan penduduk Kabupaten Sidoarjo berdasarkan hasil sensus penduduk 2020 sebanyak 2.916 jiwa per km.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Kabupaten Sidoarjo Berdasarkan Kelompok Umur Pada Tahun 2020

No.	Kelompok	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	0-4	96467	93852	193150
2	5-9	97321	94436	194607
3	10-14	89948	87173	179762
4	15-19	89086	88758	180457
5	20-24	95547	95234	193564

Sumber: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sidoarjo, 2020

Pada Tabel 2 dimuat jumlah penduduk berdasarkan kecamatan Sidoarjo, tahun 2020 Generasi Z Sidoarjo masih berusia mulai dari 5 tahun sampai 24 tahun karena berdasarkan umur tersebut merupakan golongan yang lahir pada tahun 1997-2012. Kemudian pada tahun 2024 diproyeksikan kembali dan Generasi Z menjadi usia 9-28 tahun dan sudah mulai cakap untuk menggunakan hak pilih.

Pada setiap terjadinya pemilihan umum dilakukan sebuah pendataan untuk memasukkan identitas siapa saja yang termasuk daftar pemilih tetap. Daftar nama yang telah terdata disebut dengan Daftar Pemilih Tetap (DPT), menurut KPU DPT adalah daftar nama warga yang punya hak pilih yang disusun KPU dari data pemilihan pemilu terakhir dan data Kemendagri yang ditetapkan pada waktu yang ditentukan undang-undang. Sebelum disahkannya DPT, akan melalui keputusan pada Daftar Pemilih Sementara (DPS) sebelum disahkan menjadi DPT.

Menurut data dari KPU Kabupaten Sidoarjo, daftar pemilih tetap dari masing-masing kecamatan dikumpulkan dan dijumlah hingga menjadi 1.468.302 total daftar pemilih tetap. Pemilih di dominasi oleh Generasi Z dan generasi Millennial yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten Sidoarjo. Dengan 724.352 daftar pemilih laki-laki dan 743.950 daftar pemilih Perempuan

Pada pembagian responden Kabupaten Sidoarjo yang terdiri dari 16 kecamatan yakni : Balongbendo, Buduran, Candi, Gedangan, Jabon, Krembung, Krian, Prambon, Porong, Sedati, Sidoarjo, Sukodono, Taman, Tanggulangin, Tarik, Tulangan, Waru, Wonoayu. Maka akan diambil 6 reponden dari masing-masing kecamatan, Dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yakni dengan teknik *Quota Sampling* dengan kategori reponden yakni generasi Z yang berusia 19-23 tahun, domisili Sidoarjo, mempunyai KTP sebagai bukti domisili dan sudah bisa menggunakan hak pilihnya dalam Pemilu Tahun 2024

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur dan Gender

Identitas Reponden			
Kriteria	Usia	Jumlah	Presentase %
Umur	19	18	17%
	20	22	20%
	21	27	25%
	22	17	16%

	23	24	22%
	TOTAL	108	100%
Gender	Laki-Laki	48	44%
	Perempuan	60	56%
	TOTAL	108	100%

(Hasil Analisis, 2024)

Pada tabel 3 data generasi Z yang berusia 19-23 tahun berjumlah 18.0457 jiwa untuk daerah Kabupaten Sidoarjo, maka peneliti akan menggunakan teknik pengambilan data dengan menggunakan *Quota Sampling* yang menggunakan syarat mengambil 6 responden pada setiap kecamatan. Dengan jumlah kecamatan sebanyak 18 kecamatan hingga total yang terkumpul sebanyak 108 responden.

Kemudian lebih lanjut berdasarkan tabel 3, responden yang paling banyak ditemui adalah perempuan dengan frekuensi sebanyak 60. Sedangkan, jumlah presentase responden laki-laki sebanyak 48. Hal ini dibuktikan oleh Data Pemilih Sementara (DPS) yang didominasi oleh perempuan yang mencapai 743.950 yang berbanding dengan laki-laki dengan jumlah 724.352. Pada pengisian kuisioner kepada responden, hal yang akan dilakukan pertama kali yakni mengisi identitas responden. Mulai dari nama, email, nomor telepon hingga asal kecamatan. Identitas responden digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan tahap analisis data, sehingga diketahui siapa saja yang telah mengisi kuisioner tersebut.

VARIASI AKSES

Variabel independen dalam penelitian ini yakni variasi akses oleh Generasi Z terkait hubungannya dengan Isu Pemilu. Kata akses erat kaitannya dengan usaha untuk menghubungkan sesuatu dan memiliki sebuah tujuan didalamnya. Sehingga dalam hal ini generasi Z yang erat kaitannya dengan teknologi, maka juga akan menghubungkan diri mereka sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Palfrey dan Gsser : 2008 yang menyatakan bahwa generasi Z tidak bisa lepas dengan teknologi.

Akses yang bervariasi dalam penelitian ini yakni bervariasinya seorang responden dalam mengakses melalui beberapa platform media sosial. Dalam pengukuran variabel variasi akses seorang responden akan mengisi sebuah kuisioner yang menyatakan pernah atau tidak mengakses isu pemilu melalui beberapa platform media sosial seperti *Instagram*, *Youtube* dan *Tik-Tok*. Apabila pernah mengakses isu Pemilu melalui lebih dari dua platform media sosial tersebut maka termasuk pada kategori tinggi.

Tabel 4. Variasi Akses Isu Pemilu

Kriteria	Frekuensi	Presentase%	Keterangan
13-17	53	49%	Tinggi
11-14	33	31%	Cukup
08-11	22	20%	Rendah

(Hasil Analisis, 2024)

Berdasarkan tabel 8 tiap item kuisisioner variabel variasi akses juga dipengaruhi oleh variabel kontrol yakni isu pemilu agar tidak tercampur data dengan akses media sosial untuk mencari informasi lain. Hasil pada tabel tersebut menunjukkan bahwa generasi Z Sidoarjo mempunyai akses yang tinggi pada platform media sosial dengan tujuan mengakses untuk mengakses isu pemilu. Presentase mencapai 39% pada sampel generasi Z yang diambil. Selanjutnya pada kategori cukup mencapai 31% yang mana selisih 8% dari kategori tinggi. Kemudian ada pada kategori terakhir yakni variasi akses rendah dengan presentase mencapai 20% dari jumlah sampel generasi Z Sidoarjo.

Media sosial yang berisi berbagai macam informasi tidak luput dari adanya kampanye politik didalamnya. Seperti yang diketahui informasi ataupun berita dimedia sosial tidak selalu memuat konten yang baik baik saja. Namun juga terdapat konten yang berisi hal negatif. Seperti isu yang ada dimedia sosial, secara etimologi sebuah urusan yang harus segera ditangani atau sebuah kabar yang tidak terjamin kebenarannya maupun asal usulnya. Begitupun dengan berita yang ada dimedia sosial tidak selalu semuanya benar, salah satunya yakni isu pemilu.

BUDAYA POLITIK GENERASI Z

Variabel dependen dalam penelitian ini yakni budaya politik, yang merupakan sebuah keputusan yang memengaruhi perilaku politik seorang individu. Memiliki beberapa komponen yang menjadi penyebab atau pengaruh seseorang membuat suatu keputusan dalam sebuah keputusan politik. Lebih lanjut Almond dan Verba menjelaskan bahwa budaya politik dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu kognitif, afektif serta evaluatif.

Aspek kognitif yang memengaruhi seseorang berdasarkan aspek pengetahuannya, pada penelitian ini tepatnya pengetahuan tentang kampanye politik oleh pasangan calon pada Pemilu 2024. Tolak ukur dari aspek kognitif mengikuti indikator tingkat pengetahuan menurut (Notoadmojo (2010) dalam Farokah, Amira and Dewi, 2022) Adapun tingkatan pengetahuan meliputi tahu (*know*), memahami (*comprehention*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesa (*synthesis*), evaluasi (*evaluation*).

Pada komponen orientasi kognitif, didasarkan pada tingkat pengetahuan yang beraspek politik baik dari kewajiban serta peranan dari apa yang mempengaruhi serta apa yang dihasilkan. Jika dikaitkan dengan generasi Z terhadap kampanye media sosial, mereka dapat memperoleh informasi dan pengetahuan melalui media sosial yang mereka gunakan. Kotler dan Keller (2020) dalam Dwinugraha, (2022) mengatakan bahwa media sosial merupakan alat yang berisi audio, gambar, teks hingga video yang dibagikan kepada orang lain ataupun perusahaan dan sebagainya. Sebuah penerimaan informasi yang berkaitan dengan obyek suatu pengetahuan, akan semakin mudah diterima seorang individu ketika memiliki

tingkat pengetahuan yang tinggi (Notoadmojo (2010) dalam Farokah, Amira and Dewi, 2022)

Tabel 5. Aspek Komponen Budaya Politik

Sub-Variabel	Interval	Frekuensi	Presentase%	Keterangan
Kognitif	52-56	26	25%	Sangat Tinggi
	47-51	23	22%	Tinggi
	42-46	48	45%	Cukup
	37-41	3	3%	Rendah
	31-36	6	6%	Sangat Rendah
Afektif	19-21	5	5%	Sangat Tinggi
	16-18	23	21%	Tinggi
	13-15	27	25%	Cukup
	10-12	35	32%	Rendah
	06-09	18	17%	Sangat Rendah
Evaluatif	17-19	9	8%	Sangat Tinggi
	14-16	32	30%	Tinggi
	10-13	22	21%	Cukup
	08-09	28	26%	Rendah
	04-07	16	15%	Sangat Rendah

(Hasil Analisis, 2024)

Pada tabel 5 tentang tingkatan pengetahuan, ditemukan aspek orientasi kognitif generasi Z Sidoarjo termasuk dalam kategori yang cukup dengan presentase 45% dari jumlah sampel generasi Z yang diambil. Hasil tersebut berdasarkan indikator tingkatan pengetahuan menurut (Notoadmojo (2010) dalam Farokah, Amira and Dewi, 2022). Jadi lebih lanjut menurut Notoadmodjo semakin tinggi tingkatan pengetahuan maka semakin tinggi pula kemampuan dalam menerima informasi. Kemudian dilanjutkan dengan kategori sangat tinggi sebesar 25% serta tinggi yang mencapai presentase 22%. Lalu yang terakhir ada pada kategori rendah dengan presentase 3 %, pada kategori ini individu belum terlalu terbuka dalam menerima sebuah informasi yang baru.

Aspek afektif dalam sebuah budaya politik berkaitan dengan sikap, emosi dan perasaan seseorang terhadap suatu kejadian atau lingkungan. Adapun menurut Bloom, afektif merupakan sebuah perasaan, emosi, nilai dan sikap hati berupa suatu perilaku yang menunjukkan penerimaan atau penolakan. Indikator untuk pernyataan yang akan digunakan sebagai kuisisioner menggunakan komponen afektif menurut (Azwar (2007) dalam Paranita, 2014) menyatakan bahwa sikap memiliki 3 komponen yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif. Data pada tabel 5 menunjukkan bahwa generasi Z Sidoarjo masih tergolong

rendah dalam hal mengekspresikan sikap, emosi atau perasaan dalam menyikapi kampanye politik terutama dalam emosi mereka menghadapi isu politik dimedia sosial. Terbukti generasi Z Sidoarjo dengan presentasi paling banyak yakni 26% termasuk pada kategori rendah.

Kemudian terdapat aspek evaluatif, yang merupakan sebuah penilaian dan opini tentang objek-objek politik yang secara tipikal melibatkan standar nilai, kriteria informasi dan perasaan pada objek politik dan kejadian. Berdasarkan tabel 5 evaluatif sebagai salah satu komponen budaya politik, menghasilkan data sebesar 30% yang termasuk dalam kategori tinggi dengan frekuensi sebesar 32 responden memiliki tingkat evaluatif yang tinggi dari sejumlah sampel generasi Z Sidoarjo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi Z Sidoarjo menggunakan dengan tinggi evaluasi yang dimiliki setelah menemukan beberapa isu Pemilu dalam kampanye politik media sosial. Kemudian disusul dengan kategori rendah yang mencapai presentase 26%, hal ini menunjukkan bahwa tidak semua generasi Z Sidoarjo menggunakan informasi atau isu Pemilu yang mereka temui pada media sosial terhadap pengaruhnya pada pilihan politik yang akan digunakan.

VARIASI AKSES TERHADAP BUDAYA POLITIK

Setelah dilakukan rekapitulasi dan pengambilan rata-rata, generasi Z Sidoarjo tergolong masih rendah dalam variasi akses yang dihubungkan dengan budaya politik yang dimiliki. Terdapat hubungan yang konsisten antara variasi akses dengan aspek pengetahuan hingga evaluatif yang dimiliki. dengan presentase mencapai 33% maka mayoritas generasi Z Sidoarjo mempunyai tingkat budaya politik yang termasuk dalam kategori cukup. Hanya selisih 1% dengan kategori tinggi, yang mencapai presentase 32% dari sejumlah sampel responden yang dikumpulkan.

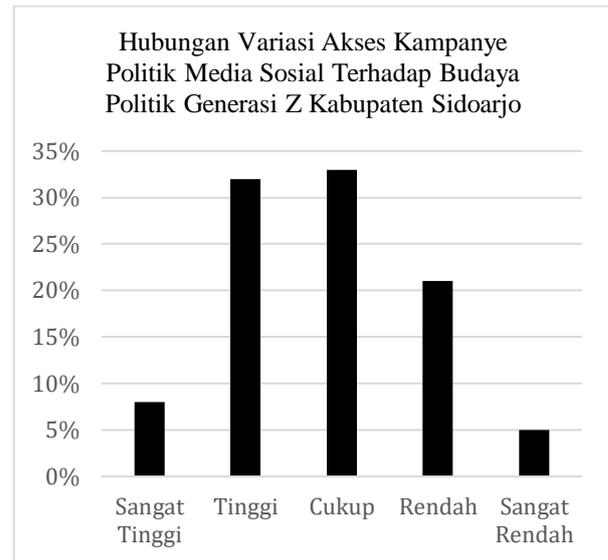
Tabel 6. Hasil Data Variasi Akses Terhadap

Budaya politik

Interval	Frekuensi	Presentase%	Keterangan
126-135	9	8%	Sangat Tinggi
116-125	35	32%	Tinggi
106-115	36	33%	Cukup
96-105	23	21%	Rendah
85-95	5	5%	Sangat Rendah

(Hasil Analisis, 2024)

Pada tabel 20 tentang hasil data variasi akses terhadap budaya politik, merupakan hasil dari rekapitulasi hubungan variasi akses terhadap budaya politik generasi Z Kabupaten Sidoarjo. Budaya politik yang dimiliki oleh generasi Z kabupaten Sidoarjo dengan hubungannya pada variasi akses yang termasuk pada kategori cukup dengan presentase 33% dari sejumlah sampel yang didapat, namun hanya selisih 1% terhadap kategori tinggi dengan presentase 38%, Kemudian disusul dengan kategori rendah dengan presentase 21% kemudian sangat tinggi dengan presentase 8% serta sangat rendah dengan presentase 5%. Kemudian dilakukan penyajian data menggunakan diagram batang.



Gambar 1. Diagram Batang Variasi Akses Terhadap Budaya Politik

Setelah dilakukan rekapitulasi data yang berasal dari responden, maka dilakukan sebuah analisis data. Salah satu jenis analisis data yakni uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan untuk menguji apakah data yang telah terkumpul memiliki kualitas yang baik. Jika data yang telah dikumpulkan sudah memenuhi seluruh kriteria asumsi klasik, maka data yang ada termasuk dalam kategori data yang baik (Ghozali, 2018). Maka selanjutnya akan dilakukan uji normalitas dan uji linearitas. Uji Normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorove Smirnov Test* dengan menggunakan *software SPSS V.25*. Dalam sebuah uji normalitas, data yang baik merupakan data yang berdistribusi secara normal atau yang mendekati normal. Berdasarkan uji normalitas menggunakan rumus *Kolmogorove Smirnov* diketahui nilai signifikansi $0,016 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal. Hasil tersebut berasal dari dua variabel yakni variasi akses yang merupakan variabel (X) dan budaya politik yang merupakan variabel (Y). Data yang dihasilkan juga tergolong normal karena grafik P-Plot uji normalitas data yang dihasilkan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya sangat dekat dengan garis tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

Kemudian untuk menguji apakah kedua variabel data tersebut memiliki korelasi signifikan atau tidak maka dilakukan uji linearitas antara kedua variabel antara variabel variasi akses (X) dan budaya politik selaku variabel (Y). hasil dari uji linearitas mengatakan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,649 > 0,05$ artinya $0,649$ lebih besar dari dasar pengambilan keputusan yang harus melebihi $0,05$ sehingga terdapat hubungan yang linear antara variabel variasi akses dengan orientasi politik. Mengenai isu pemilu yang merupakan variabel kontrol, sudah termasuk dalam pernyataan dan kuisinoer yang terdapat dalam orientasi politik selaku variabel (X). Bisa didimpulkan bahwa hubungan kedua variabel linear dan membentuk garis lurus. Sehingga dapat dimpulkan bahwa variasi akses (X)

berpengaruh atau berarti signifikan terhadap budaya politik(Y)

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis dengan tujuan sebagai jawaban terhadap gejala atau permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Sehingga peneliti akan melakukan uji hipotesis berupa uji hubungan atau korelasi menggunakan uji korelasi dari *Spearman*. Kemudian ada pula kriteria kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut menggunakan rumus kekuatan hubungan menurut Sugiyono (2014 : 257) .

Kemudian setelah menentukan hubungan kekuatan antara kedua variabel tersebut, maka ditentukan arah hubungan dengan kriteria arah hubungan dilihat pada angka koefisien korelasi (*correlation coefficient*), nilai koefisien korelasi berada diantara +1 s.d -1, jika nilai koefisien korelasinya positif, maka hubungan variabel searah, Jika nilai koefisien korelasinya negatif, maka hubungan variabel tidak searah.

Berdasarkan data yang telah dianalisis dan dilakukan uji korelasi menggunakan uji korelasi dari *Spearman* dan dilakukan penghitungan kekuatan hubungan kedua variabel serta penentuan arah hubungan menggunakan *correlation coefficient*. Maka diperoleh hasil nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, karena nilai Sig (2-tailed) >0,05 maka terdapat hubungan signifikan antara variasi akses dengan budaya politik. Kemudian nilai korelasi *Spearman* 0,542 berdasarkan pada tabel kekuatan hubungan interval antara 0,51-0,75 termasuk dalam kategori kuat. Sehingga hasil uji korelasi mengatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup antara variabel variasi akses dengan budaya politik. selanjutnya nilai korelasi *Spearman* bersifat positif yakni 0,542. Tidak ada tanda minus di depan skor korelasi, artinya variabel variasi akses dengan variabel budaya politik bersifat positif. Sehingga kedua variabel adalah searah artinya jika seseorang mempunyai variasi akses yang tinggi dalam mengakses isu Pemilu maka semakin tinggi pula kemampuan budaya politik yang dimiliki.

Berdasarkan dua poin korelasi diatas, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat dijelaskan secara rinci bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan searah antara variabel variasi akses politik pada isu Pemilu 2024 dengan budaya politik generasi Z Sidoarjo

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang disajikan maka diperoleh sebuah kesimpulan. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara hubungan variasi akses kampanye politik dengan budaya politik. Nilai signifikansi (*Sig. 2 tailed*) adalah 0,000. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 atau bisa disimbolkan seperti $0,000 < 0,05$ artinya H1 ditolak. Maka bisa disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel variasi akses dengan budaya politik. Nilai korelasi *Spearman* 0,542, berdasarkan pada tabel kekuatan hubungan interval antara 0,51-0,75 termasuk dalam

kategori kuat. Sehingga hasil uji korelasi mengatakan bahwa terdapat hubungan yang cukup antara variabel variasi akses dengan budaya politik. Nilai korelasi *Spearman* bersifat positif yakni 0,542 karena tidak ada tanda minus didepannya. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel adalah searah artinya jika seseorang mempunyai variasi akses yang tinggi dalam mengakses isu Pemilu maka semakin tinggi pula kemampuan budaya politik yang dimiliki.

Apabila variasi aksesnya tinggi maka aspek komponen budaya politik juga akan mengikuti. Terbukti data yang dihasilkan dari responden yang mempunyai variasi akses tinggi maka akan tinggi pula aspek afektifnya dengan persentase mencapai 83% dari sejumlah 53 responden yang memiliki variasi akses tinggi. Kemudian pada tingkat kognitif, responden yang mempunyai variasi akses tinggi maka aspek kognitif yang dimiliki termasuk dalam kategori cukup dengan presentase 47%, namun hasil ini selisih satu persen dengan kategori tinggi dengan presentase 45% yang mana hanya selisih 2% saja dari jumlah total seluruh sampel yang dikumpulkan. Kemudian pada aspek evaluatif, responden yang memiliki variasi akses yang tinggi maka tinggi pula tingkat evaluatif yang digunakan. Dengan presentase yang didapat sebanyak 51% dari jumlah total seluruh responden. Artinya generasi Z Sidoarjo menggunakan informasi atau Isu yang mereka jumpai dimedia sosial dalam memengaruhi pilihan politik yang akan digunakan dalam pemilihan umum.

Pada variasi akses yang rendah maka akan didapat pula komponen budaya politik yang rendah pada aspek yang dimiliki. Dibuktikan dengan data responden dengan variasi akses rendah maka memperoleh presentase 39% dari jumlah 22 responden, artinya jika responden memiliki akses Isu Pemilu yang rendah, maka akan memengaruhi budaya politik tepatnya pada aspek evaluasi yang mana akan berdampak pada pilihan politik. sehingga dalam hal ini seseorang yang mempunyai variasi akses rendah dalam mengakses kampanye politik media sosial tepatnya pada Isu Pemilu, maka individu tersebut juga tidak terlalu melibatkan isu atau berita terhadap pasangan calon dalam memengaruhi pilihan politik pasangan calon yang akan mereka pilih.

Namun secara keseluruhan budaya politik yang didalamnya terdapat aspek kognitif, afektif dan evaluatif yang dimiliki oleh generasi Z Kabupaten Sidoarjo yang mana sesuai dengan teori Almond dan Verba yang menyatakan bahwa budaya politik adalah sebuah keputusan yang berasal dari kognitif, perasaan dan perilaku politik seseorang. Terhadap hubungannya dengan variasi akses isu Pemilu pada media sosial termasuk pada kategori cukup dengan presentase 33% dari jumlah sampel yang didapat, namun hanya selisih 2% terhadap kategori

tinggi dengan presentase 32%. Sehingga termasuk dalam jenis budaya politik partisipan semi budaya politik subjek. Artinya generasi Z cukup aktif untuk mengekspresikan preferensi mereka kepada para pasangan calon melalui akses kampanye politik media sosial, tetapi mereka tidak terlalu melibatkan berbagai macam isu tersebut dalam mencampuri keputusan politik yang akan digunakan dalam Pemilu.

Saran

Berdasarkan hasil implikasi serta simpulan pada penelitian ini, dapat diajukan saran seperti berikut : (1) Hubungan variasi akses dengan budaya politik generasi Z Sidoarjo termasuk pada kategori cukup, untuk itu baiknya yang akan mencalonkan menjadi pemimpin menggunakan media sosial sebaik dan seoptimal mungkin ketika digunakan sebagai metode kampanye politik sehingga konten yang berisi isu berupa visi misi, program kerja dan penampilan kandidat dimedia sosial dapat digunakan sebagai pertimbangan yang baik bagi generasi Z untuk menggunakan pilihan politik yang dimiliki. (2) Penelitian ini mengungkapkan bahwa masih banyak faktor lain di luar variasi akses yang mempengaruhi generasi Z Sidoarjo dalam menggunakan budaya politik tepatnya pada pilihan politik. (3) Penelitian ini masih terbatas hanya pada variabel variasi akses dan budaya politik saja, oleh karena itu disarankan bagi peneliti lain untuk dapat meneliti faktor-faktor lain yang berhubungan dengan budaya politik yang tidak dibahas pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. F. Skinner.1938. *The Behavior Of Organisms: An Experimental Analysis*. Cambridge, Massachusetts: B.F. Skinner Foundation. ISBN 1-58390007-1, ISBN 0-87411-487 X.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1989). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. California, Stanford University
- Azwar, Saifuddin. (1992). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basil, Michael D., William J. Brown, and Mihai C. Bocarnea. 2018. *Candidate image building during the 2016 U.S. presidential election: Visual and verbal strategies in Donald Trump's Instagram posts*. *Visual Communication Quarterly* 25: 88–103.
- Budi, B. B., Arif, E. and Roem, E. R. (2019) 'Pemanfaatan Media Sosial', *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), p. 34. doi: 10.25077/rk.3.1.34-44.2019.
- Budiarjo Miriam (2016). *Dasar-dasar ilmu politik (edisi revisi)* Jakarta.Penerbit : Gramedia pustaka utama
- Budiardjo, Miriam (2012). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Chan, C. K., Zhao, M. M. and Lee, P. S. N. (2023) 'Determinants of escape from echo chambers: The predictive power of political orientation, social media use, and demographics', *Global Media and China*, 8(2), pp. 155–173. doi: 10.1177/20594364221140820.
- CNBC Indonesia, Salsabilla, Rindi (2024, 10 Januari) *Fenomena Gen Z Nangisin Prabowo, Pengamat Bilang Gini*. *CNBC Indonesia*, Dikases 28 Februari 2024 <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240110121658-33-504409/>
- Cohen L and Manion L. (1997) *Reaserch Methods in Education, Fourth Edition*. London : UK Routledge Press
- Databoks Muhamad, Nabila. "Ini Media Sosial yang Dipakai Anak Muda untuk Akses Informasi Politik" *Diakses pada 11 Desember 2023*. Pukul 12.30 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>
- Dwinugraha (2020) 'Analisis Pengaruh Direct Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Kesadaran Merek Shoe Cleaning & Care Candu Bersih', *Dwinugraha*, 5(3), p. 81.
- Evita, N. (2024) 'Generasi Z Dalam Pemilu : Pola Bermedia Generasi Z Dalam Pencarian Informasi Politik', pp. 47–66.
- Farokah, A., Amira, I. N. and Dewi, E. C. (2022) 'Efektifitas Penggunaan Media Video Dan Poster Terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Mengenai Protokol Kesehatan Pencegahan Covid-19', *Jurnal Klinik*, 1(1), pp. 43–49.
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang: UNDIP
- Gentzkow, M. and Shapiro, J. M. (2011) 'Ideological segregation online and offline', *Quarterly Journal of Economics*, 126(4), pp. 1799–1839. doi: 10.1093/qje/qjr044.
- Hassan, M. S. et al. (2021) 'Social Media Use and Political Efficacy: Structural Effect of the Voting Decision of New Voters', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(6). doi: 10.6007/ijarbss/v11-i6/10205.
- Izzaty, R. and Nugraha, X. (2019) 'Perwujudan Pemilu yang Luberjurdil melalui Validitas Daftar Pemilih Tetap', *Jurnal Suara Hukum*, 1(2), p. 155. doi: 10.26740/jshv1n2.p155-171.

- Kulachai, W., Lerdtomornsakul, U. and Homyamyen, P. (2023) 'Factors Influencing Voting Decision: A Comprehensive Literature Review', *Social Sciences*. doi: 10.3390/socsci12090469.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- liputan6.com. (2022, 26 September). *Survei CSIS : Pemilu 2024 Diisi Hampir 60 Persen Generasi-Z dan Millenial*. Diakses 18 Juni 2023. Pukul 23.30 dari <https://www.liputan6.com/news/read/5080449/survei-csis-pemilu-2024-diisi-hampir-60-persen-generasi-z-dan-milenial>
- Mann, L. 1969. *Social Psychology*. John Wiley and Son Australia PTY LTD, Sidney.
- Mansyur, I. (2019) 'Rasionalitas Budaya politik Masyarakat Nelayan Kabupaten Majene pada Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014', ... : Jurnal Magister Ilmu Politik ..., 5(1), pp. 152–180. Available at: http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/3635/2/19_P4300216308%28FILEminimizer%29...ok1-2.pdf.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaigns*. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 817–846). Sage Publications, Inc
- Sjamsuddin, Nazaruddin. (1991). *Profil Budaya Politik Indonesia*, PT Pustaka Utama Grafiti, Jakarta
- Stillman D, 2019, *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suharsimi Arikunto. (2011). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik / Suharsimi Arikunto*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sukardi. 2006. *Penelitian Kualitatif-Naturalistik dalam Pendidikan*. Jakarta: Usaha Keluarga.
- Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta
- Skinner. (1938). dalam: Notoatmodjo S., (2003). *Ilmu Kesehatan Masyarakat. Bab V, Pendidikan dan Perilaku*. Halaman 118
- Tuty Mutiah, M. and Rahtika Diana (2023) 'Peran Kampanye Media Sosial dalam Perilaku Pemilih Muda di DKI', NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa, 4(2), pp. 297–304. doi: 10.53565/nivedana.v4i2.990.
- Undang-Undang No. 23 Tahun 2018 Bab III tentang Kampanye Pemilihan Umum