

Hubungan Keterhubungan dengan Aktivis Politik Digital, Partisipasi Politik Daring, dan Afeksi Politik Digital terhadap Keputusan Memilih Pemilih Muda Indonesia

Najmi Duta Pratama

Fakultas Psikologi, Universitas Airlangga, Indonesia

najmi.duta.pratama-2019@psikologi.unair.ac.id

Dr. Ilham Nur Alfian, M.Psi., Psikolog

ilham.nuralfian@psikologi.unair.ac.id

Abstrak: Pemilih muda merupakan kelompok dominan dalam Pemilu 2024 dan hidup dalam lingkungan digital yang didominasi oleh media sosial visual seperti TikTok dan Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan keterhubungan dengan aktivis politik digital, partisipasi politik daring, dan afeksi politik digital terhadap keputusan memilih calon presiden dan wakil presiden pada pemilih muda di Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 226 pemilih berusia 17-30 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok dan atau Instagram. Teknik analisis data menggunakan korelasi Pearson dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterhubungan dengan aktivis politik digital ($r = 0,642$; $p < 0,001$), partisipasi politik daring ($r = 0,660$; $p < 0,001$), dan afeksi politik digital ($r = 0,743$; $p < 0,001$) masing-masing berhubungan signifikan terhadap keputusan memilih. Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 75,6 persen variasi keputusan memilih ($R\text{-squared} = 0,756$; $F = 229,2$; $p < 0,001$). Temuan ini menegaskan peran media sosial visual dalam pembentukan opini dan identitas politik pemilih muda.

Kata Kunci: Pemilih Muda; Media Sosial; Keputusan Memilih; Partisipasi Politik Digital; Afeksi Politik

1. INTRODUCTION

Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Indonesia menandai perubahan besar yang dipengaruhi oleh dua hal utama: jumlah pemilih muda yang sangat besar dan penggunaan teknologi digital yang semakin meluas. Komisi Pemilihan Umum (KPU) menetapkan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) sebanyak 204.807.222 orang, dengan generasi Milenial dan Generasi Z mencakup lebih dari 113 juta orang atau sekitar 56,45 persen dari total pemilih (KPU RI, 2023). Mayoritas pemilih ini adalah digital native yang tumbuh di era media sosial, sehingga cara mereka mendapatkan informasi politik berbeda dari generasi sebelumnya.

Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa dengan penetrasi 79,5

persen. Terdapat 139 juta pengguna aktif media sosial, dan platform visual seperti TikTok dan Instagram menjadi sumber informasi politik utama bagi Generasi Z (We Are Social dan Meltwater, 2024; Indikator Politik Indonesia, 2023). Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi sekadar saluran informasi, melainkan telah berevolusi menjadi arena utama kampanye politik. Konten politik yang dikemas dalam format video pendek, meme, atau infografis mampu meningkatkan keterpaparan pemilih muda terhadap isu-isu politik.

Penelitian Boulianne (2020) melalui meta-analisis menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan peningkatan minat dan keterlibatan politik. Namun, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai bagaimana dimensi-dimensi penggunaan media sosial secara spesifik berhubungan dengan keputusan memilih pemilih muda dalam konteks Indonesia. Penelitian ini mengacu pada model Frimpong et al. (2020) yang mengidentifikasi tiga dimensi utama: keterhubungan dengan aktivis politik digital, partisipasi politik daring, dan afeksi politik digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara keterhubungan dengan aktivis politik digital, partisipasi politik daring, dan afeksi politik digital terhadap keputusan memilih calon presiden dan wakil presiden pada pemilih muda di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi politik dan perilaku pemilih di era digital, serta menjadi acuan bagi praktisi politik dalam merancang strategi komunikasi politik yang lebih efektif.

2. THEORETICAL STUDIES

2.1 Keputusan Memilih

Keputusan memilih dalam konteks politik merupakan perilaku elektoral yang mencerminkan sikap politik individu terhadap suatu kandidat atau partai. Fiske dan Taylor (2013) menjelaskan bahwa keputusan ini melibatkan proses kognitif dan afektif yang kompleks, termasuk persepsi, evaluasi informasi, serta integrasi antara preferensi personal dan tekanan sosial. Dalam pandangan klasik, pemilih dianggap rasional dan memilih berdasarkan analisis program dan kompetensi calon. Namun, dalam realitas kontemporer, keputusan ini sering dipengaruhi oleh citra kandidat, afiliasi emosional, dan simbol-simbol politik yang tersebar melalui media sosial (Campbell et al., 1960).

Sejalan dengan teori Planned Behavior dari Ajzen (1991), keputusan memilih dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol. Dalam konteks pemilu, sikap terhadap calon, tekanan sosial dari teman sebaya, dan persepsi akan efektivitas suara mereka menjadi variabel-variabel yang menyatu dalam keputusan akhir untuk memilih. Keputusan memilih mencakup dimensi kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan konatif (niat bertindak) yang saling berinteraksi (Frimpong et al., 2020).

2.2 Media Sosial dan Politik

Media sosial telah merevolusi cara kandidat, partai politik, dan pemilih berinteraksi. TikTok dikenal karena fitur video pendek dan algoritma For You Page yang menampilkan konten yang disesuaikan dengan perilaku pengguna. Instagram tetap relevan dengan fitur Reels, Stories, dan IG Live yang memperkuat aspek visual dan personalisasi pesan (Kreiss et al., 2018). Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa pengguna media memiliki motif tertentu seperti mencari informasi, hiburan, interaksi sosial, dan membangun identitas diri (Katz et al., 1973).

Dalam konteks komunikasi politik, kedua platform menciptakan bentuk baru dari hubungan antara kandidat dan pemilih yang disebut sebagai para-social interaction (Horton dan Wohl, 1956). Melalui fitur live, story, dan komentar, pemilih merasa memiliki kedekatan dan hubungan personal dengan tokoh politik. Penelitian Frimpong et al. (2020) menemukan bahwa keterhubungan dengan aktivis politik digital secara signifikan memengaruhi pola pemilihan umum, termasuk dalam bentuk partisipasi politik daring dan political affect.

2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan model tiga dimensi penggunaan media sosial berdasarkan Frimpong et al. (2020). Pertama, keterhubungan dengan aktivis politik digital (connectedness) menunjukkan sejauh mana individu merasa terhubung secara sosial dan emosional dengan tokoh politik di media sosial. Indikatornya meliputi frekuensi mengikuti akun aktivis politik, intensitas interaksi, dan persepsi kedekatan. Kedua, partisipasi politik daring menggambarkan keterlibatan aktif individu dalam aktivitas politik digital seperti membagikan konten politik, berdiskusi, dan mengikuti kampanye digital. Ketiga, afeksi politik digital mengukur respons emosional terhadap

konten politik yang diterima melalui media sosial, termasuk antusiasme, kemarahan, dan rasa bangga terhadap kandidat.

3. METHOD

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Jenis penelitian bersifat deskriptif-korelasional yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian sekaligus menguji hubungan antara keterhubungan dengan aktivis politik digital (X1), partisipasi politik daring (X2), dan afeksi politik digital (X3) dengan keputusan memilih (Y) pada pemilih muda di Indonesia.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemuda berusia 17-30 tahun di Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial TikTok dan atau Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang dikombinasikan dengan snowball sampling. Penelitian ini melibatkan 226 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rekomendasi Fraenkel et al. (2012) dan memenuhi kriteria minimum untuk analisis regresi berganda (Tabachnick dan Fidell, 2013).

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian terdiri dari skala Likert 5 poin yang mengukur empat variabel. Skala keterhubungan dengan aktivis politik digital (X1) terdiri dari 3 item, skala partisipasi politik daring (X2) terdiri dari 8 item, skala afeksi politik digital (X3) terdiri dari 4 item, dan skala keputusan memilih (Y) terdiri dari 3 item. Instrumen diadaptasi dari penelitian Frimpong et al. (2020) dengan penyesuaian konteks budaya Indonesia. Hasil uji validitas konstruk melalui Exploratory Factor Analysis (EFA) menunjukkan tiga faktor valid dengan total varians 80,86 persen. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha menunjukkan nilai 0,889 untuk X1, 0,937 untuk X2, 0,935 untuk X3, dan 0,947 untuk Y, yang menunjukkan reliabilitas sangat tinggi.

3.4 Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi

skor variabel. Analisis inferensial menggunakan korelasi Pearson untuk menguji hubungan antarvariabel dan regresi linier berganda untuk menguji hubungan simultan. Sebelum analisis utama, dilakukan uji prasyarat meliputi uji normalitas (skewness dan kurtosis), uji multikolinearitas (VIF), uji heteroskedastisitas (Glejser), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson).

4. RESULTS AND DISCUSSION

4.1 Hasil

Penelitian ini melibatkan 226 responden pemilih muda di Indonesia. Komposisi usia menunjukkan kelompok 21-24 tahun merupakan kelompok terbesar (45,6 persen), diikuti 25-30 tahun (34,5 persen), dan 17-20 tahun (19,9 persen). Distribusi jenis kelamin relatif seimbang dengan perempuan 53,5 persen dan laki-laki 46,5 persen. Sebagian besar responden merupakan lulusan Sarjana (44,7 persen) dan pendidikan menengah (40,3 persen).

Hasil uji prasyarat menunjukkan seluruh variabel memiliki distribusi normal (skewness dan kurtosis dalam rentang -1 hingga +1). Tidak terdapat multikolinearitas ($VIF < 2$ untuk semua variabel), tidak terjadi heteroskedastisitas ($p > 0,05$ pada uji Glejser), dan tidak terdapat autokorelasi (Durbin-Watson = 2,254).

Hasil analisis korelasi Pearson menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara ketiga variabel independen dengan keputusan memilih. Tabel 1 menyajikan ringkasan hasil korelasi dan regresi sederhana.

Variabel	r	R-sq	F	Sig.
X1 -> Y	0,642	0,412	102,82	0,000
X2 -> Y	0,660	0,436	118,46	0,000
X3 -> Y	0,743	0,551	424,74	0,000

Tabel 1. Hasil Korelasi dan Regresi Sederhana

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan memilih. Tabel 2 menyajikan hasil regresi berganda.

Variabel	B	Beta	t	Sig.	Keterangan
Konstanta	-1,302	-	-2,858	0,005	Signifikan
X1	0,413	0,388	9,809	0,000	Signifikan
X2	0,077	0,144	3,647	0,000	Signifikan
X3	0,382	0,517	13,748	0,000	Signifikan

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterhubungan dengan aktivis politik digital berhubungan positif dan signifikan dengan keputusan memilih ($r = 0,642$; $p < 0,001$). Temuan ini sejalan dengan studi meta-analisis Boulianne dan Theocharis (2020) yang menganalisis 106 penelitian dan menemukan bahwa penggunaan media digital berhubungan positif dengan engagement politik pemuda. Dalam konteks Indonesia, keterhubungan dengan aktivis politik digital mencerminkan fenomena parasocial relationship yang dijelaskan oleh Cohen dan Holbert (2021), di mana parasocial relationships dengan figur politik di media sosial berhubungan signifikan dengan political support.

Variabel partisipasi politik daring menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan keputusan memilih ($r = 0,660$; $p < 0,001$), dengan kontribusi varians sebesar 43,6 persen. Temuan ini didukung oleh Moeller et al. (2018) yang menemukan bahwa internet use dan political interest saling memperkuat selama adolescence melalui reinforcing spirals. Digital media tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga menciptakan growth curves dalam political engagement, di mana pemuda yang aktif berpartisipasi secara daring cenderung semakin terlibat dalam politik seiring waktu.

Afeksi politik digital menunjukkan hubungan paling kuat dibandingkan dua variabel lainnya ($r = 0,743$; $p < 0,001$), dengan kontribusi varians sebesar 55,1 persen. Hasil ini konsisten dengan Gan et al. (2017) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial berhubungan dengan political affect yang pada gilirannya berkorelasi dengan civic dan political participation. Solehudin (2024) menambahkan bahwa konten politik berdurasi singkat di TikTok mampu memicu respons emosional yang intens yang pada akhirnya mendorong engagement politik.

Model regresi berganda menghasilkan nilai $R = 0,869$ dan $R\text{-squared} = 0,756$, yang berarti 75,6 persen variasi keputusan memilih secara bersama-sama dijelaskan oleh kombinasi ketiga variabel. Nilai Durbin-Watson = 2,254 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Temuan simultan ini mengindikasikan bahwa ketiga dimensi penggunaan media sosial bekerja secara komplementer dalam membentuk keputusan memilih muda. Afeksi politik digital merupakan prediktor paling dominan ($Beta = 0,517$), diikuti oleh keterhubungan dengan aktivis politik digital ($Beta = 0,388$) dan partisipasi politik daring ($Beta = 0,144$).

Secara teoritis, temuan ini memperkuat pemahaman bahwa media sosial visual berfungsi sebagai ruang pembentukan opini politik pemuda yang signifikan. Dalam konteks Indonesia, dominasi pemilih muda yang mencapai lebih dari 56 persen total pemilih menjadikan pemahaman tentang hubungan media sosial dengan keputusan memilih sebagai keharusan metodologis. Secara praktis, temuan ini memberikan petunjuk bagi praktisi politik bahwa strategi digital yang efektif perlu membangun keterhubungan emosional, mendorong partisipasi aktif, dan memicu afeksi politik secara bersamaan.

5. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan keterhubungan dengan aktivis politik digital, partisipasi politik daring, dan afeksi politik digital terhadap keputusan memilih calon presiden dan wakil presiden pada pemilih muda di Indonesia. Berdasarkan hasil analisis korelasi dan regresi linier berganda terhadap 226 responden, ditemukan bahwa ketiga dimensi penggunaan media sosial secara parsial maupun simultan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan memilih.

Secara parsial, keterhubungan dengan aktivis politik digital ($r = 0,642$; $p < 0,001$), partisipasi politik daring ($r = 0,660$; $p < 0,001$), dan afeksi politik digital ($r = 0,743$; $p < 0,001$) masing-masing menunjukkan hubungan positif dan signifikan. Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 75,6 persen variasi keputusan memilih ($R\text{-squared} = 0,756$; $F = 229,2$; $p < 0,001$). Afeksi politik digital merupakan prediktor paling dominan, diikuti oleh keterhubungan dengan aktivis politik digital dan partisipasi politik daring.

Hasil ini menegaskan bahwa media sosial visual seperti TikTok dan Instagram telah menjadi ruang interaksi politik yang signifikan bagi generasi muda dalam menentukan orientasi politiknya. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian komunikasi politik digital dan implikasi praktis bagi praktisi politik dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Keterbatasan penelitian meliputi desain cross-sectional yang membatasi inferensi kausalitas, teknik sampling non-probability, dan fokus pada dua platform saja. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal dan mixed methods untuk memperkuat temuan.

REFERENCE

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- APJII. (2024). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2023-2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(37), 9216-9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Bennett, W. L. (2012). The personalization of politics: Political identity, social media, and changing patterns of participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20-39.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(4), 318-327.
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young people, digital media, and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111-127.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The American voter*. John Wiley & Sons.
- Chen, S. (2023). How social media can solve the problem of filter bubbles under the new media algorithm recommendation mechanism. *Proceedings of the 2nd International Conference on Social Sciences and Humanities and Arts (SSHA 2023)*, 1284-1288.
- Cohen, J., & Holbert, R. L. (2021). Political parody on social media: Parasocial relationships and political support. *Communication Research*, 48(3), 435-457.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (2013). *Social cognition: From brains to culture* (2nd ed.). Sage.
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and evaluate research in education* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Frimpong, A., Boateng, H., & Okoe, A. F. (2020). The impact of social media political activists on voting patterns. *Journal of Public Affairs*, 20(2), e2033.
- Gan, C., Lee, F. L. F., & Li, L. (2017). Social media use, political affect, and participation among university students in urban China. *Telematics and Informatics*, 34(7), 936-947.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.
- Indikator Politik Indonesia. (2023). *Survei perilaku politik pemilih muda Indonesia 2023*. Jakarta: IPI.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- KPU RI. (2023). *Data daftar pemilih tetap Pemilu 2024*. Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.
- Kreiss, D., McGregor, S. C., & Lawson, C. (2018). Practicing political journalism in an age of digital media. In *The Oxford Handbook of Political Communication*.
- Moeller, J., Shehata, A., & Kruikemeier, S. (2018). A longitudinal study of the relationship between media use and political interest. *Journal of Communication*, 68(6), 1115-1139.

- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Solehudin, A. (2024). The role of TikTok in shaping political engagement among Indonesian youth. *Asian Journal of Social Technology*, 5(1), 78-92.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Brooks/Cole.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal.