

Menelusuri Pola Pemahaman Pemilih Pemula: Perbandingan Antara Pengguna dan Non-Pengguna Media Sosial Twitter dalam Pemilihan Umum 2024 di Kota Serang

Farrir Ilallah^{1*}, Faiha Zayyan², Dinda Pebriani³, Rahmah Nur Sya'bani⁴, Dewi Erlina⁵,
Elly Nurlia⁶

¹⁻⁶ Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Korespondensi penulis: farririlallah2409@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the factors that affect the political participation of novice voters from generation Z in the 2024 General Election. The main focus of the research is to understand the motivation, perceptions, and challenges faced by novice voters in exercising their voting rights for the first time. The research method used is a qualitative approach to phenomenology. The research category includes 4 novice voters who have just participated and become the same experience because of the first time. Data is collected through direct interviews and analyzed using analysis from several predetermined categories. Research results show that there is a comparison of the participation of new voters of generation Z through the use of social media between twitter and non-twitter users supported by the lack of political literacy which has the most significant positive influence on the level of participation.*

Keywords: *Novice voters, general election, Twitter.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi politik pemilih pemula dari generasi Z dalam Pemilihan Umum 2024. Fokus utama penelitian adalah untuk memahami motivasi, persepsi, dan tantangan yang dihadapi oleh pemilih pemula dalam menggunakan hak pilih mereka untuk pertama kalinya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif pendekatan fenomenologi. Kategori penelitian meliputi 4 orang pemilih pemula yang baru saja mengikuti serta menjadi pengalaman yang sama karena momen pertama kalinya. Data dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dan dianalisis menggunakan analisis dari beberapa kategori yang telah ditentukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbandingan partisipasi pemilih pemula generasi Z melalui penggunaan media sosial antara pengguna twitter dan non twitter didukung dengan minim nya literasi politik yang memiliki pengaruh positif paling signifikan terhadap tingkat partisipasi.

Kata kunci: Pemilih pemula, pemilihan umum, Twitter.

1. LATAR BELAKANG

Sebagai negara yang demokrasi Indonesia menyelenggarakan Pemilihan Umum yang dilakukan oleh masyarakat untuk memilih pemimpin mereka di pemerintahan maupun lembaga organisasi lainnya. Pada umumnya, pelaksanaan pemilu ini bertujuan untuk memilih pemimpin yang sudah ditentukan dari partai yang lolos yang memang sudah siap secara visi dan misi serta program yang dibuat untuk mengatasi problematik kebutuhan masyarakat. Berdasarkan Pancasila serta Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, bahwa Pemilihan Umum merupakan fasilitas yang bertujuan untuk melakukan pemilihan secara kondusif (LUBERJURDIL) baik pada anggota Capres-Cawapres, DPR dan DPRD, yang mana tujuan tersebut juga menuju pada kedaulatan rakyat yang tercantum pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 (Fahruji & Fahrudin, 2023).

Topik yang sedang diperbincangkan ialah partisipasi pemilih pemula dimana tertuju pada pemilu 2024 dengan pertimbangan data CSIS juga yang menunjukkan pada jumlah pemilih

Received: September 20, 2024; Revised: Oktober 25, 2024; Accepted: November 30, 2024;

Online Available: Desember 23, 2024;

anak muda saat ini mencapai 52%, maka dari presentasi tersebut dianggap paling banyak sebagai pemilih pemula. Secara keseluruhan pemilih pemula dapat diartikan sebagai golongan kelompok termuda yang terlibat pada sebuah pemilu bahkan mereka menjadi salah satu aspek yang terpenting sehingga partai politik diharuskan untuk memperhatikannya karena menjadi bagian dari suatu individu yang akan menggunakan hak pilih suaranya pada pemilu. Jika dilihat dari umur dan mereka juga dianggap belum mempunyai pemahaman yang cukup terkait politik dan dianggap masih labil jika dilihat berdasarkan karakter maupun sifat (Huljana & Baharudin, 2022).

Kondisi tersebut menjadi kesempatan bagi partai politik untuk mempengaruhi pilihan mereka dengan segala cara. Faktanya, masih ditemukannya partai politik yang memanfaatkan hal tersebut untuk kampanye dalam bentuk politik uang. Selain banyak dari adanya politik uang tersebut, dari pemilih pemula ini pun juga banyak yang golput dengan alasan yang kebanyakan dari mereka antara berpikir kritis dan juga bingung dalam menggunakan hak pilih mereka (Saenong & Aris, 2023). Berdasarkan alasan pemilih pemula yang bingung juga dikarenakan masih baru memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk) sebagai salah satu mempunyai hak suara pilih. Namun kerap kali ada juga yang tidak memprioritaskan suara pemilih pemula karena sifat yang mudah terpengaruhi dan pemahaman mereka yang belum cukup dapat dianggap masih awam dan tidak setara dengan golongan terdahulu (Fahruji & Fahrudin, 2023).

Pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di zaman modern ini dapat mengubah bagian dari pemilu seperti komunikasi politik dan kampanye, dari kemajuan tersebut berupa sosial media ini menjadi platform yang memainkan aspek kehidupan peran penting dalam berkampanye. Kemajuan teknologi mengalami peningkatan yang begitu pesat pada beberapa tahun terakhir 2 terutama pada pemilu 2024 didalam kampanye politik. Peningkatannya didalam kemampuan sosial media seperti dapat hanya menyajikan konten secara kreatif dan menarik dapat mencapai khalayak ramai tanpa berinteraksi sebelumnya dengan pemilih (Putra & Nurcholis, 2021).

Ruang publik yang digunakan pada kehidupan masyarakat di era digital adalah media sosial. *Platform* seperti Twitter dan Tiktok merupakan wadah bagi masyarakat untuk berpendapat, membangun jaringan pertemanan, dan bertukar informasi (Rahim i ostali, 2024). Shoemaker and Raess mengatakan bahwa terdapat faktor penting yang mempengaruhi isi media massa, diantaranya 1) Pengaruh secara individu dari pekerja media 2) Pengaruh keseharian media 3) Pengaruh isi dari organisasi 4) pengaruh luar organisasi media terhadap isi dan 5) pengaruh dasar pikiran (Amanu & Letikarmila, 2021). Sesuai pada hasil riset media yang dilakukan oleh Indonesia Media Monitoring Center (IMCC) di tahun 2014

menggambarkan bahwa program politik, pencitraan figur dan sosialisasi yang ditunjukkan lewat media sosial semakin efektif.

Fenomena buzzer hadir di tengah-tengah perkembangan media sosial (Rahim i ostali, 2024). Buzzer merupakan perseorangan maupun sekelompok orang yang memanfaatkan media sosial guna mempengaruhi opini public maupun suatu kentungan tertentu dengan cara memperluas suatu opini maupun informasi (Mustika, 2019). Narasi yang diciptakan oleh buzzer tidak hanya bersifat positif melainkan terdapat pula yang negatif guna menciptakan interaksi yang sangat luas (Rahim i ostali, 2024). Oleh sebab itu, kami berupaya untuk meneliti salah satu media sosial yaitu Twitter, dimana penggunaan pada media sosial ini digunakan kebanyakan pada para politisi untuk menyewa buzzer dalam berkampanye dan dengan tujuan ini pula kami mengangkat topik dengan meningkatnya penggunaan aplikasi Twitter yang disebabkan kehadiran maraknya para buzzer (Putra & Nurcholis, 2021).

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi merupakan suatu paham yang berupaya untuk menemukan esensi makna dari suatu kejadian yang dilalui oleh beberapa orang (Creswell, 2015). Pendekatan fenomenologi sangat relevan digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengungkapkan realitas. Tujuan penelitian ini juga agar terungkapnya suatu kondisi maupun suatu objek dalam konteksnya dan berusaha agar menemukan pemahaman atau makna yang mendalam untuk terciptanya data deskriptif. Maka dengan itu, penelitian ini berusaha dengan segala teknik yang ada agar mendapatkan data yang mendalam atau data yang memiliki makna bukan dalam bentuk angka-angka melainkan bentuk kata-kata.

Penelitian kualitatif digunakan karena peneliti memerlukan suatu pemahaman lengkap dan detail mengenai suatu permasalahan (Creswell, 2015). Permasalahan yang diteliti adalah terkait perbandingan pemilih yang menggunakan media sosial berupa twitter dengan yang tidak pada Pemilihan Umum 2024. Hal tersebut hanya bisa diperoleh dengan berkomunikasi langsung kepada masyarakat (Creswell, 2015).

Selain data narasi percakapan, data juga bisa berupa gambar atau foto kegiatan sedang melakukan wawancara dengan masing-masing pengguna. Lalu menggunakan pengamatan penulis yang juga ikut berpartisipasi serta melihat kondisi media sosial sebagai media publik khalayak ramai. Sebagai pisau analisis, didukung dengan teori-teori yang berkaitan dengan teori perilaku pemilih pemula untuk melihat bagaimana para generasi muda tetkhusus GEN Z

ini berpartisipasi seiring menanggapi informasi menuju proses pemilihan tersebut melalui media sosial Twitter.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial memiliki sediki perberdaan jika dibandingkan dengan media masa umumnya, tetapi semua media tentunya memiliki konsekuensi serta memiliki nilai ekonomi yang merupakan objek persaingan untuk merebutkan kontrol dan akses politik serta akses ekonomi (McQuail, 1987). Media sosial masih belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi, meskipun sering digunakan untuk tujuan sosial maupun ekonomi. Di sisi lain, media sosial juga dapat berfungsi sebagai alat politik yang efektif karena kemampuannya menarik perhatian, memengaruhi opini dan pandangan, serta membentuk preferensi sikap, seperti yang terlihat dalam konteks pemilu, di mana media sosial digunakan untuk membangun legitimasi dan menciptakan persepsi (Dewi & Ningsih, 2023). Komunikasi politik sering dikaitkan dalam media social karena media social mempunyai dampak dan pengaruh dalam proses komunikasi politik, contohnya seperti digunakan untuk berkampanye (Astari, 2021).

Teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh Festinger menyatakan bahwa manusia memiliki kecenderungan untuk mengevaluasi kemajuan dan posisi mereka dalam kehidupan. Sebagai konsekuensinya, mereka cenderung mencari standar sebagai pembanding untuk menilai diri mereka sendiri (Festinger, 1954). Teori perbandingan sosial menurut Schneider & Schupp menyatakan bahwa perbandingan sosial merupakan sumber informasi penting bagi individu. Informasi ini sering digunakan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat mereka, dengan tujuan meningkatkan kinerja serta memperkuat rasa percaya diri dan harga diri. Festinger (1954) menerangkan bahwa terdapat dua jenis perbandingan sosial yaitu : perbandingan sosial atas (*upward social comparison*) merupakan kemampuan seseorang untuk membandingkan ciri seseorang dengan orang lain yang lebih baik dirinya. Kedua merupakan jenis perbandingan sosial bawah (*downward social comparison*) merupakan kemampuan seseorang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih buruk dirinya (Fauziah i ostali, 2020).

Teori partisipasi politik menurut Miriam Budiharjo adalah Kegiatan warga negara yang bertindak sebagai individu bertujuan untuk memengaruhi keputusan pemerintah. Partisipasi ini dapat dilakukan secara individual maupun kolektif, terorganisir maupun spontan, stabil atau sporadis, dengan cara damai atau kekerasan, legal maupun ilegal, serta efektif atau tidak efektif (Budiarjo, 2008).

Burns dkk (2001) berpendapat bahwa partisipasi politik ialah suatu kegiatan yang memiliki tujuan dalam memengaruhi perbuatan pemerintah baik secara langsung dengan cara mempengaruhi pembuatan dan pelaksanaan dalam kebijakan publik ataupun secara tidak langsung dengan cara mempengaruhi seleksi pejabat yang akan membuat kebijakan tersebut (Munawarah & Kristanto, 2022). Partisipasi politik ialah keinginan seorang individu yang mempunyai peran dalam kehidupan politik melalui keterlibatan administrative dalam menggunakan hak bersuara, yang Dimana dapat melibatkan dirinya dalam berbagai organisasi, serta dapat mendiskusikan berbagai persoalan politik dengan pihak lain (Saiin, 2020). Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada empat respon, 2 responden yang menggunakan Twitter, dan 2 lainnya yang tidak menggunakan Twitter, kami memperoleh hasil yang cukup jelas dan menjawab pada penelitian ini.

Seorang pemilih yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilihan umum, dengan identitas pengguna Ryan di platform media sosial Twitter, menyatakan bahwa konten yang dibagikan oleh pembentuk opini publik, khususnya Ernest Prakasa, memiliki pengaruh signifikan terhadap perspektif politiknya. Berbagai pandangan dari pembentuk opini publik lainnya turut berkontribusi dalam membentuk preferensi politiknya. Akumulasi informasi yang diperoleh dari para pembentuk opini tersebut mengakibatkan pergeseran preferensi Ryan dari pasangan calon nomor urut 3 (Ganjar-Mahfud) kepada pasangan calon nomor urut 2 (Prabowo-Gibran). Ryan menekankan bahwa konten yang ia konsumsi dari para pembentuk opini di Twitter berfungsi sebagai sumber referensi dalam proses pengambilan keputusan untuk Pemilihan Presiden 2024.

Berdasarkan observasi Ryan, algoritma Twitter menunjukkan kecenderungan yang lebih dominan dalam menampilkan konten terkait pasangan Prabowo-Gibran. Fenomena ini terjadi secara sistematis meskipun Ryan berupaya mengakses informasi secara acak, dimana laman medianya secara konsisten didominasi oleh konten mengenai pasangan calon nomor urut dua. Ryan juga mengamati bahwa di antara ketiga pasangan calon, nomor urut satu memiliki proporsi pendukung digital yang lebih signifikan. Hal ini terlihat dari intensitas interaksi dimana unggahan pendukung Prabowo-Gibran seringkali mendapat respons substansial maupun non-substansial dari pendukung pasangan Anies-Muhaimin.

Dalam mengidentifikasi akun pendukung digital yang terorganisir, Ryan menggunakan metode analisis konten dengan mengidentifikasi pola keseragaman komentar dari berbagai akun yang berbeda. Ryan juga mengungkapkan bahwa meskipun memiliki preferensi personal terhadap politisi Bambang Soesatyo, hal tersebut tidak mempengaruhi objektivitas dalam menentukan pilihannya. Ryan memandang Twitter sebagai platform yang optimal untuk

mengakses informasi politik yang berkualitas dibandingkan dengan platform media sosial lainnya dalam konteks penentuan preferensi politiknya.

Terdapat responden perempuan yang aktif menggunakan platform Twitter untuk mencari berita atau informasi mengenai pemilihan umum 2024 kemarin, yang bernama Famitha, ia merupakan pemilih pemula jadi ia baru pertama kali mengikuti pesta demokrasi yang diselenggarakan oleh seluruh Indonesia. Seorang pemilih pemula pastinya dihadapkan dengan kondisi kebingungan-kebingunan yang terjadi, seperti kebingungan dalam menentukan pilihan, ini merupakan hal yang paling utama. Pada pemilu pertama yang diikuti ini, Famitha tidak ingin salah memilih pasangan kandidat calon, oleh dari itu Famitha menggunakan platform Twitter ini untuk membantu dalam mencari informasi perpolitikan, karena mengingat Famitha juga gemar membaca treads pada Twitter, platform Twitter ini dipilihnya untuk sedikitnya menjawab kebingungan-kebingunan yang dirasakan.

Walaupun Famitha aktif menggunakan Twitter untuk mencari informasi perpolitikan, khususnya menaritahu calon kandidat Presiden RI. Namun, Famitha memilih kandidat berdasarkan hati nurani dan berdasarkan informasi yang telah beredar. Famitha aktif dalam menggunakan Twitter, tetapi jika ada buzzer yang menjelek-jelekan suatu paslon, Famitha tidak langsung mempercayainya, ia menaritahu lebih lanjut mengenai informasi yang diterima tersebut, artinya ia tidak mudah untuk terdoktrin. Seperti yang kita ketahui platform sosial media dengan buzzer terbanyak ada di aplikasi Twitter, jadi walaupun kita mencari informasi mengenai perpolitikan pada Twitter, kita harus dapat menelaah kembali informasi yang didapatkan apakah valid atau tidak, karena ada banyak sekali buzzer yang membuah kekecohan. Untuk itu perlu adanya pendirian dalam diri seseorang, agar tidak mudah tremakan berita yang sumbernya tidak jelas.

Bagi Famitha menggunakan Twitter untuk melihat berita perpolitikan cukup efektif, karena ia lebih menyukai membaca berita pada Twitter, ketimbang membaca dari laman internet lainnya, karena Twitter bacaannya membentuk treads jadi lebih memudahkan untuk membacanya. Dalam beberapa platform di sosial media pasti terdapat garis algoritma yang mengarah pada paslon tertentu, dengan adanya ini Famitha mengatakan pernah tergoyah hatinya untuk memilih paslon lain, dari yang awalnya memilih paslon a, setelah melihat banyaknya informasi-informasi yang sudah jelas Famitha pun tergoyah untuk memilih paslon b, hal ini juga didasarkan pada pengetahuan yang dimilikinya kemudian ia menganalisis paslon mana yang cocok terhadap dirinya. Dalam hal ini Twitter sudah memfasilitasi partisipasi politik generasi muda untuk terlibat dalam Pemilihan Umum 2024.

Kendala dari mencari informasi pada aplikasi Twitter selain terdapat buzzer dengan akun-akun fake, juga terdapat influencer yang menggiring opini untuk memilih paslon tertentu. Menurut Famitha dengan adanya kondisi ini, tidak sama sekali membuat ia merubah pilihannya, karena Famitha sendiri pun cukup mengerti mengenai perpolitikan. Hal yang menjadi kekhawatiran adalah orang-orang yang belum memahami mengenai perpolitikan, orang-orang yang masih awam, pasti mudah terbawa dengan orang-orang yang mendoktrinnya. Terkhusus pada generasi boomer, maka dengan ini dapat menjadi peran Generasi Z yang tidak apatis dengan berita perpolitikan untuk menyuarakan hal-hal yang benar dan jelas.

Disisi lain terdapat seorang responden yang tidak menggunakan platform twitter dalam mencari isu-isu pemilu 2024. Responden tersebut bernama Fauzan, ia merupakan seorang pemilih yang baru pertama kali berpartisipasi pada pemilihan umum, untuk mendapatkan informasi terkait pemilu 2024 Fauzan biasanya melihat dari berita-berita televisi, Instagram, serta artikel-artikel dari google. Meskipun Fauzan tidak menggunakan platform twitter dalam mencari informasi pemilu 2024, meskipun begitu ia tetap aktif dalam memantau berita terkait pemilu. Bagi Fauzan lingkungan keluarga mempunyai pengaruh dalam menentukan pilihannya, meskipun begitu Fauzan selalu memberitahukan kepada keluarga jika pemberitaan terkait pemilu tidak sesuai realitanya. Fauzan juga mengatakan ia selalu mengamati ketiga paslon melalui media sosial yang ia gunakan, karena hal tersebut membantu Fauzan dalam menentukan pilihannya sehingga tidak ada preferensi yang mempengaruhi opininya dalam memilih pasangan calon pada pemilu 2024.

Berdasarkan observasi Fauzan, ia merasa Twitter terlalu kompleks dan cenderung dipenuhi oleh perdebatan yang tidak produktif. Ia lebih menyukai format visual yang disajikan oleh Instagram, ataupun artikel-artikel yang ia dapat dari google, di mana ia bisa dengan mudah melihat infografis dan video pendek terkait profil kandidat dan program-program mereka. Ketika ditanya mengenai kekhawatiran akan *missed information* karena tidak menggunakan Twitter, Fauzan menyatakan bahwa ia percaya informasi penting akan tetap menyebar ke platform lain. Fauzan mengakui bahwa keputusannya untuk tidak menggunakan Twitter mungkin membuatnya kehilangan beberapa perspektif atau informasi yang beredar secara *real-time* di platform tersebut. Namun, ia merasa bahwa *trade-off* ini sepadan untuk menghindari polarisasi dan perdebatan yang sering terjadi di Twitter. Baginya, kualitas informasi lebih penting daripada kuantitas, dan ia merasa bisa mendapatkan itu dari sumber-sumber yang ia pilih.

Pada responden kali ini kami memilih responden partisipasi pemilih pemula dengan kategori non twitter yang bernama Bella, menyatakan bahwa ia tipe yang juga cepat terpengaruh oleh berita atau isu yang beredar hingga dapat mempengaruhi untuk mempertimbangkan dalam memilih calon. Pengguna pun jarang mencari informasi di twitter namun menerima informasi ketika proses menuju pemilihan, ia menggunakan media lain seperti Tiktok, web Internet, dan lainnya. Tetapi ia juga mengatakan konten yang beredar di media Tiktok merupakan turunan dari twitter.

Penggunaan buzzer di twitter dapat mendoktrin bagi orang yang awam, dari pandangan ia dapat mendoktrin karena mereka tidak mempunyai pengetahuan terkait politik dan bisa saja langsung percaya dan menerimanya secara mentah-mentah. Pada media yang ada menurut responden juga tidak efektif karena sering mendapati para buzzer yang mengedarkan berita palsu sehingga ia sulit percaya dan menjadi alasan ia juga tidak menggunakan media twitter. Berdasarkan pengalaman ia juga terkait algoritma juga mungkin bisa mempengaruhi generasi muda yang mereka tidak mengetahui apa apa namun dari tingginya algoritma tersebut dapat terjadi dan juga bisa saja generasi muda mencari tahu secara mendalam. Hal ini dapat berpeluang bagi akun bodong melakukan aksinya untuk memberitakan informasi yang tidak benar.

Pada fenomena tersebut dalam konteks elektoral, pemilih dapat didefinisikan sebagai entitas kolektif yang menjadi sasaran strategis para kandidat politik dalam upaya persuasi dan mobilisasi dukungan elektoral, yang dimanifestasikan melalui pemberian suara kepada kandidat tersebut. Dalam diskursus akademik yang dikemukakan oleh Saiful Mujani, R. William Liddle, dan Kuskridho Ambardi melalui karya ilmiah mereka yang berjudul "Kuasa Rakyat", fenomena perilaku elektoral dapat dielaborasi melalui tiga paradigma teoretis fundamental: pendekatan Sosiologis yang menekankan pada aspek-aspek struktural masyarakat, pendekatan Psikologis yang berfokus pada dimensi mental dan kognitif pemilih, serta pendekatan Pilihan Rasional yang berbasis pada kalkulasi untung-rugi dalam proses pengambilan keputusan elektoral (Haryanto, 2016).

Dalam paradigma sosiologis, perilaku memilih seseorang cenderung mengikuti arah kecenderungan politik yang dominan dalam lingkungan sosial tempat mereka berada. Afan Gaffar (Gaffar, 1988) mengembangkan konseptualisasi teoretis mengenai indikator determinan dalam pendekatan sosiologis yang meliputi tingkat kapital pendidikan, posisi hierarkis okupasional, diferensiasi gender, serta stratifikasi kelompok usia sebagai kerangka analitis komprehensif dalam memahami dinamika perilaku elektoral.

Paradigma psikologis menekankan bahwa preferensi elektoral individu terbentuk melalui proses sosialisasi yang diperoleh sejak masa formasi awal kehidupan. Proses ini melibatkan berbagai agen sosialisasi seperti institusi keluarga, lingkungan pertemanan, dan lembaga pendidikan yang secara signifikan mempengaruhi orientasi politik mereka, terutama pada fase pertama partisipasi elektoral.

Paradigma pilihan rasional mengajukan proposisi bahwa perilaku elektoral individu didasarkan pada evaluasi sistematis terhadap kapasitas kandidat atau partai dalam mengakomodasi kepentingan ekonomi pemilih. Pada jenis ini sangat menggambarkan untuk responden yang penulis temui karena beberapa dari mereka punya cara tersendiri untuk mengambil keputusan memilih walaupun terdapat hambatan dari lingkungan.

Generasi muda saat ini terkiat perpolitikan menurut ia juga mempunyai respon yang terlalu cepat namun tidak menyaring terlebih dahulu tanpa mengetahui kebenarannya. Twitter juga dapat berperan untuk mengekspresikan ketidakpuasan para pemilih hingga menyebabkan berita negatif dari adanya hal tersebut. Untuk menyikapi berita palsu pada Gen Z, pada pandangan responden sulit dilihat karena bagi mereka yang tidak paham perpolitikan yang dapat menjadi salah satu cara agar berita perpolitikan itu benar atau tidaknya yaitu dengan melihat awalnya dari perpolitikan tersebut dilakukan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Twitter telah menjadi arena diskusi politik yang aktif bagi pemilih pemula, dengan fitur-fitur seperti retweet, reply, dan quote tweet yang memfasilitasi pertukaran ide dan debat politik. Karakteristik Twitter yang real-time, interaktif, dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda menjadikannya lebih berpengaruh dibandingkan media konvensional dalam membentuk opini politik pemilih pemula. Disisi lain pemilih pemula melakukan diskusi politik dalam lingkungan keluarga maupun dengan teman-temannya tentunya hal tersebut cenderung lebih terstruktur dan terbimbing, berbeda dengan interaksi di Twitter yang seringkali lebih bebas dan kurang terfilter, yang dapat mengarah pada polarisasi pendapat yang lebih ekstrem. Meskipun Twitter memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku pemilih pemula, efektivitasnya perlu dilihat dalam konteks yang lebih luas dari ekosistem media dan komunikasi politik. Pengaruh Twitter harus diimbangi dengan pendidikan politik yang komprehensif melalui berbagai saluran, baik online maupun offline, untuk memastikan pemilih pemula dapat membuat keputusan politik yang informasi dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Amanu, H., & Letikarmila. (2021). Peran Media Massa Dalam Komunikasi Politik Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 1(1), 1–8.
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Budiarjo, M. (2008). *Dasar Dasar Ilmu Politik*. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan desain riset: memilih di antara lima pendekatan*. Pustaka Belajar.
- Dewi, Y., & Ningsih, Y. T. (2023). Hubungan perbandingan sosial dengan kepuasan hidup pengguna media sosial instagram Yuninda Tria Ningsih. *Jurnal Riset Psikologi*, 6(1), 13–24.
- Fahruji, D., & Fahrudin, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 6(2), 118–132. <https://doi.org/10.31949/jika.v6i2.6675>
- Fauziah, S., Hacantya, B. B., Paramita, A. W., & Saliha, W. M. (2020). Kontribusi Penggunaan Media Sosial Dalam Perbandingan Sosial Pada Anak-Anak Akhir. *Psycho Idea*, 18(2), 91. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v18i2.7145>
- Festinger, L. (1954). *Teori proses perbandingan sosial*. Hubungan Manusia, 7, 117–140.
- Gaffar, A. (1988). *Javanese voters: a case study of election under a hegemonic party system*. The Ohio State University.
- Haryanto, H. (2016). Kebangkitan Party ID: Analisis Perilaku Memilih dalam Politik Lokal di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(3), 291. <https://doi.org/10.22146/jsp.13082>
- Huljana, Y. M., & Baharudin, I. (2022). Strategi Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Aceh Barat Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Kecamatan Johan Pahlawan. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(2), 1–12.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Erlangga.
- Munawarah, R., & Kristanto, A. A. (2022). Alienasi Pemuda dalam Politik: Peran Nilai dan Kepercayaan Politik Pada Partisipasi Politik Pemilih Pemula. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 32. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7081>
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer ke Dunia Politik di Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(2), 144–151. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.60>
- Putra, T. R., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih

Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222. <https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>

Rahim, S. N., Shabrina, H. N., Salsabila, R., Hanum, S., Zemlya, N. A.-R., & Rahman, A. (2024). Peran Buzzer Di Media Sosial Dalam Membentuk Opini Kebijakan Publik Di Masyarakat Pada Pemilu 2024. *PubBis : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 8(2), 147–158. <https://doi.org/10.35722/jurnalpubbis.v8i2.1051>

Saenong, M. A. P., & Aris. (2023). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Kelurahan Ujung Sabbang Kota Parepare. *Jurnal Sultan: Riset Hukum Tata Negara*, 1(2), 88–101. <https://doi.org/10.35905/sultanhtn.v1i2.3422>

Saiin, A. (2020). Partisipasi Politik Masyarakat Terhadap Pemilihan Umum Perspektif Good Governance. *Jurnal Bawaslu Provinsi Kepulauan Riau*, 2(1), 130–147. <https://doi.org/10.55108/jbk.v2i1.236>