

Pengaruh media sosial instagram terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula pada Pilpres 2024

Dava Pratama Putra, Al Rafni, Susi Fitria Dewi, Monica Tiara

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan
FIS Universitas Negeri Padang

Co-Author: **Al Rafni**

E-mail: alrafni@fis.unp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial Instagram terhadap preferensi politik pemilih pemula pada Pemilihan Presiden 2024, dengan fokus pada mahasiswa ISP UNP TM 2023 sebagai responden. Pemilih pemula merupakan kelompok strategis dalam demokrasi karena jumlahnya yang signifikan dan potensinya dalam membentuk arah politik bangsa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Instagram dengan pembentukan preferensi politik pemilih pemula. Nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, serta persamaan regresi $Y = 11,321 + 0,492X$ menunjukkan hubungan positif antara kedua variabel. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, maka semakin besar pengaruhnya terhadap preferensi politik pemilih pemula. Instagram berperan sebagai sumber informasi politik yang cepat dan interaktif, serta mampu membentuk persepsi dan sikap politik mahasiswa. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya bahwa media sosial, khususnya Instagram, menjadi salah satu alat penting dalam membentuk preferensi politik generasi muda. Oleh karena itu, literasi digital dan politik menjadi kunci penting dalam menciptakan pemilih yang cerdas, kritis, dan demokratis.

Kata Kunci: media sosial, media sosial preferensi politik, Pilpres 2024

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Instagram social media on the political preferences of new voters in the 2024 Presidential Election, focusing on ISP UNP TM 2023 students as respondents. New voters are a strategic group in democracy because of their significant number and potential in shaping the direction of national politics. The method used in this study is a quantitative approach with a simple linear regression analysis technique. The results of the study indicate that there is a significant influence between the use of Instagram and the formation of political preferences of new voters. The significance value of 0.001 is smaller than the significance level of 0.05, and the regression equation $Y = 11.321 + 0.492X$ shows a positive relationship between the two

variables. This means that the higher the intensity of Instagram use, the greater the influence on the political preferences of new voters. Instagram acts as a source of fast and interactive political information, and is able to shape students' political perceptions and attitudes. This finding strengthens previous research that social media, especially Instagram, is an important tool in shaping the political preferences of the younger generation. Therefore, digital and political literacy are important keys in creating smart, critical, and democratic voters.

Keywords: social media, political preferences, 2024 presidential election



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara demokrasi yang menempatkan pemilihan umum sebagai fondasi utama dalam menentukan arah kepemimpinan nasional. Sejak pertama kali dilaksanakan pada tahun 1955, pemilu telah menjadi ajang lima tahunan yang tidak hanya bersifat procedural, tetapi juga sebagai pesta demokrasi rakyat yang melibatkan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat. Dalam setiap momentum pemilu, terutama pemilihan presiden dan wakil presiden, kampanye politik menjadi aspek strategis yang menentukan elektabilitas para calon di mata publik. Di era kontemporer, media, khususnya media sosial, memainkan peran penting sebagai kanal utama penyampaian visi, misi, serta citra para kandidat.

Perkembangan teknologi informasi berbasis internet telah melahirkan era komunikasi baru yang ditandai dengan munculnya media sosial sebagai alat utama komunikasi publik. Fenomena ini turut memengaruhi cara kerja birokrasi, pemerintahan, serta dinamika politik secara keseluruhan. Istilah "politik digital" menjadi semakin populer, terutama di kalangan generasi muda. Transformasi digital telah menggeser model kampanye konvensional menuju strategi komunikasi yang berbasis media sosial. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial berbasis visual yang populer di kalangan generasi milenial dan Gen Z, telah menjadi arena kampanye politik yang efektif dan efisien.

Menurut Indrawan (2023), media sosial menandai fase ketiga dari perkembangan komunikasi politik, yaitu era media baru. Pada fase ini, masyarakat tidak lagi bergantung pada media cetak atau siaran, melainkan cenderung aktif mencari informasi secara mandiri melalui internet. Media sosial menciptakan ruang interaktif yang memungkinkan individu tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen opini politik. Komunikasi politik dalam era digital menjadi lebih terbuka, dua arah, dan partisipatif. Dalam konteks pemilu presiden 2024, media sosial Instagram menjadi platform

kampanye yang paling dominan digunakan oleh para kandidat dan tim suksesnya. Hasil survei Kompas (2024) menunjukkan bahwa Instagram menjadi media sosial yang paling banyak dimanfaatkan dalam kampanye politik (62%), mengungguli Twitter (25%) dan YouTube (13%). Temuan ini menegaskan bahwa visualisasi pesan politik dalam bentuk gambar dan video pendek lebih efektif dalam menarik perhatian dan membentuk opini politik generasi muda.

Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) tahun 2023, sebanyak 56% dari total pemilih nasional berasal dari kelompok Gen Z dan milenial, dengan 25 juta di antaranya merupakan pemilih pemula berusia 17–25 tahun. Kelompok ini memiliki peran strategis dalam menentukan arah hasil pemilu karena mereka merupakan pemilih baru yang belum terpengaruh oleh pola lama, serta lebih responsif terhadap kampanye yang disampaikan melalui media sosial.

Penelitian ini secara khusus berfokus pada mahasiswa baru Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang (ISP UNP) angkatan 2023. Populasi ini dipilih karena mayoritas mahasiswa berada dalam rentang usia 17–21 tahun dan termasuk kategori pemilih pemula pada Pilpres 2024. Berdasarkan survei awal yang dilakukan melalui kuesioner daring, sebanyak 63% responden menyatakan bahwa Instagram adalah media utama yang mereka gunakan untuk memperoleh informasi politik terkait pemilu presiden, disusul oleh TikTok (37%) dan Twitter (20%).

Studi ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan media sosial dalam pembentukan preferensi politik pemilih pemula. Media sosial tidak hanya menyampaikan informasi politik, tetapi juga memengaruhi persepsi dan pilihan politik melalui algoritma, personalisasi konten, serta strategi komunikasi visual yang menarik. Dalam kerangka teori perilaku pemilih (*voting behaviour*) yang dikembangkan oleh Mazhab Michigan, perilaku memilih dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti identifikasi partai, persepsi terhadap kandidat, dan isu-isu politik yang relevan. Konsep "*funnel of causality*" dalam teori ini menjelaskan bahwa media dan kampanye merupakan elemen yang paling dekat dan paling berpengaruh terhadap keputusan memilih. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana media sosial Instagram memengaruhi pembentukan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula dalam konteks Pilpres 2024. Fokus penelitian diarahkan pada dinamika interaksi mahasiswa dengan konten politik di Instagram serta dampaknya terhadap persepsi mereka terhadap pasangan calon. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai peran strategis media sosial dalam menentukan arah pilihan politik generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pendekatan *ex-post facto*, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan setelah peristiwa terjadi, tanpa adanya manipulasi dari peneliti. Pendekatan ini digunakan karena variabel yang diteliti yakni pengaruh media sosial Instagram terhadap preferensi politik mahasiswa pemilih pemula telah berlangsung pada peristiwa pemilihan presiden 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana media sosial Instagram memengaruhi pembentukan preferensi politik mahasiswa, dengan menggunakan teori-teori perilaku pemilih, agenda setting serta pendekatan statistik untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel. Metode kuantitatif dipilih karena mampu mengukur data dalam bentuk angka dan mengujinya secara objektif melalui Teknik analisis statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi ilmu sosial politik (ISP) Universitas Negeri Padang Angkatan 2023 yang berjumlah 109 orang. Penentuan sampel dilakukan dengan Teknik *proportional random sampling*, dan berdasarkan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10%, dipeloreh jumlah sampel sebanyak 75 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner secara daring menggunakan skala likert (1-5) yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Instrumen penelitian disusun berdasarkan definisi operasional dua variabel utama: media sosial Instagram sebagai variabel independent (X) dan preferensi politik mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana, uji normalitas, uji linearitas, dan uji F untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel-variabel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner kepada 75 responden mahasiswa ilmu sosial Politik PPKn UNP Angkatan 2023. Setelah data dikumpulkan, dilakukan pengolahan melalui aplikasi SPSS versi 25.0 uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pada kuisisioner dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,227). Berikut hasil pengujian validitas

Tabel 1
Hasil Pengujian validitas

variabel	indikator	R Hitung	R tabel	keterangan
Sosial media Instagram (x)	X1 X2 X3 X4	0,576	0,227	Valid Valid
	X5 X6 X7 X8	0,337	0,227	Valid Valid
	X9 X10 X11	0,432	0,227	Valid Valid
	X12 X13 X14	0,577	0,227	Valid Valid
	X15	0,395	0,227	Valid Valid
		0,392	0,227	Valid Valid
		0,344	0,227	Valid Valid
		0,368	0,227	Valid
		0,485	0,227	
		0,444	0,227	
		0,600	0,227	
		0,636	0,227	
		0,628	0,227	
		0,576	0,227	
		0,570	0,227	
Preferensi politik mahasiswa (Y)	Y1 Y2 Y3 Y4	0,551	0,227	Valid Valid
	Y5 Y6 Y7 Y8	0,735	0,227	Valid Valid
	Y9	0,592	0,227	Valid Valid
	Y10	0,684	0,227	Valid Valid
		0,554	0,227	Valid
		0,652	0,227	Valid
		0,583	0,227	
		0,332	0,227	
		0,292	0,227	
		0,445	0,227	

Sumber :Output SPSS25, Data diolah 2025

Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi dari kuesioner. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X (media sosial Instagram) memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,781, sedangkan variabel Y (preferensi politik pemilih pemula) sebesar 0,734. Karena kedua nilai lebih besar dari 0,60, maka seluruh item dinyatakan reliabel.

1. Uji Regresi Linear sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.
Hasil pengujian regresi linear sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.459	.451	3.42181

a. Predictors: (Constant), Sosial media Instagram

Sumber: SPSS 25, Data yang diolah 2025

Berdasarkan analisis dari tabel 2, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,677, yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel bebas yaitu "Penggunaan Instagram" dengan Variabel terikat yaitu Preferensi politik. Lebih lanjut, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,459 mengindikasikan bahwa sebesar 45,9% variasi yang terjadi pada preferensi politik dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan Instagram. Dengan kata lain, penggunaan Instagram memberikan kontribusi pengaruh sebesar 45,9% terhadap preferensi politik responden. Sementara itu, sisanya sebesar 54,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti faktor lingkungan sosial, pendidikan politik, media lain, atau pengalaman pribadi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 3.
Tabel coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.321	3.587		3.156	.002
	Sosial media Instagram	.492	.063	.677	7.868	<.001

a. Dependent Variable: Preferensi Politik Mahasiswa

Sumber : Output Data SPSS 25, Yang diolah 2025

Berdasarkan pada tabel 3 analisis regresi linear sederhana, dapat diterjemahkan dengan persamaan regresi yang diperoleh sebagai berikut: $Y = a + bX$ $Y = 11,321 + 0,492X$

Pernyataan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: Koefisien regresi X sebesar 0,492, Koefisien regresi sebesar 0,492 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1% dalam penggunaan Instagram (X) akan menyebabkan peningkatan nilai preferensi politik (Y) sebesar 0,492. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan Instagram, semakin tinggi pula preferensi politik yang dimiliki oleh individu. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara variabel Instagram (X) dan preferensi politik (Y). Artinya, jika penggunaan Instagram meningkat, preferensi politik juga cenderung meningkat.

2. Uji Simultan (F)

Tabel 4.
Hasil pengujian Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	724.805	1	724.805	61.903	<,001 ^b
	Residual	854.741	73	11.709		
	Total	1579.547	74			

a. Dependent Variable: Preferensi Politik Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Sosial media Instagram

Sumber : Olahan output Data SPSS 25

Berdasarkan analisis output data dari tabel 2, dipeloreh nilai F hitung sebesar 61,903. Nilai ini menunjukkan hasil uji F yang signifikan, dimana tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini berarti hipotesis nol dapat ditolak, yang mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan dan dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat (Preferensi politik) berdasarkan variabel bebas (Sosial Media Instagram). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Sosial Media Instagram (X) terhadap preferensi politik mahasiswa (Y). artinya, model regresi ini Valid dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Metode uji normalitas yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah Kolmogorov-Sminov (KS).

Tabel 5
Hasil pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,1265379
Most Extreme Differences	Absolute		,095
	Positive		,095
	Negative		-,088
Test Statistic			,095
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,091
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		,091
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,083
		Upper Bound	,098

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

Sumber: Output Data SPSS 25 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Asymp. Sig* sebesar 0,091 yang dapat dikatakan nilai *Asymp.sig* 0,091 lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan berdistribusi Normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linearitas suatu hubungan variabel X dengan Y atau Variabel bebas X dengan Variabel terikat Y dengan memanfaatkan SPSS dengan hasil pengujian menggunakan tabel Anova dibawah Ini sebagai berikut:

Tabel 6

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Preferensi Politik Mahasiswa * Sosial media Instagram	Between Groups	(Combined)	1019.476	25	40.779	3.568	<.001
		Linearity	724.805	1	724.805	63.412	<.001
		Deviation from Linearity	294.670	24	12.278	1.074	.404
	Within Groups		560.071	49	11.430		
	Total		1579.547	74			

Sumber : output Data SPSS 25, 2025

Karena nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,404 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari linearitas model. Dengan kata lain, hubungan antara penggunaan Instagram (X) dan preferensi politik (Y) bersifat linear.

Media sosial telah merevolusi cara individu mengakses informasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten buatan pengguna. Dalam konteks politik modern, platform seperti Instagram tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana bersosialisasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang diskusi, kampanye, dan penyebaran informasi politik secara luas dan cepat (Effendy, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana media sosial Instagram memengaruhi pembentukan preferensi politik, khususnya di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna aktif media sosial. Mahasiswa pemilih pemula menjadi subjek yang strategis karena selain jumlahnya yang signifikan dalam daftar pemilih, mereka juga dipandang sebagai representasi masa depan demokrasi (Budiardjo, 2018).

Preferensi politik sendiri dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam memilih partai politik, calon legislatif, atau calon eksekutif berdasarkan sikap, nilai, pengetahuan, dan informasi yang mereka peroleh (Anam & Aulia, 2021). Namun, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula kerap kali belum memiliki preferensi politik yang kuat, stabil, atau berbasis pada pemahaman

yang memadai (Dimaz et al., 2023). Di sinilah peran media sosial, khususnya Instagram, menjadi signifikan dalam menyediakan informasi politik yang mudah diakses dan dikonsumsi oleh kalangan muda. Instagram sebagai media sosial berbasis visual menyediakan berbagai bentuk konten politik seperti infografis, video kampanye, pernyataan tokoh publik, hingga diskusi terbuka melalui kolom komentar dan fitur polling. Dalam konteks ini, teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw relevan untuk menjelaskan bagaimana media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu yang dianggap penting. Dengan demikian, Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam membentuk kesadaran dan preferensi politik pemilih muda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram terhadap preferensi politik mahasiswa pemilih pemula. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001, jauh di bawah batas signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya, penggunaan Instagram secara nyata berpengaruh terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa. Lebih lanjut, hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 11,321 + 0,492X$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah bahwa ketika variabel penggunaan Instagram bernilai nol, maka preferensi politik berada pada nilai dasar sebesar 11,321. Sementara itu, setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan Instagram akan meningkatkan preferensi politik sebesar 0,492. Koefisien regresi yang positif ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif dan searah. Temuan ini didukung oleh penelitian Nurcholis et al. (2019) yang menyatakan bahwa media sosial secara signifikan meningkatkan partisipasi dan kesadaran politik pemilih pemula. Hal yang sama juga disampaikan oleh Dimaz Andriyedi et al. (2023), yang menegaskan bahwa Instagram merupakan salah satu platform dominan dalam membentuk sikap politik generasi muda, terutama dalam momentum politik seperti pilkada.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk dan memengaruhi preferensi politik mahasiswa, khususnya pada kelompok pemilih pemula. Berbagai konten politik yang tersedia di platform ini menjadi sumber informasi utama yang mendorong keterlibatan politik, membentuk kesadaran, serta memperkuat keyakinan individu dalam menentukan pilihan politiknya. Oleh sebab itu, penggunaan media sosial secara bijak dan kritis sangat diperlukan agar generasi muda dapat menjadi pemilih yang cerdas dan berpartisipasi aktif dalam demokrasi secara sehat dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh media sosial Instagram terhadap preferensi politik pemilih pemula pada pemilihan presiden 2024 pada mahasiswa ISP UNP TM (2023), dapat disimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram telah menjadi sarana yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan dan membentuk informasi politik di kalangan pemilih pemula. Platform ini tidak hanya menyediakan informasi dalam bentuk teks, tetapi juga visual yang menarik, seperti infografis, video kampanye, hingga interaksi melalui komentar dan polling yang dapat meningkatkan kesadaran politik. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Instagram dengan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Artinya, penggunaan Instagram secara nyata berkontribusi dalam membentuk kecenderungan pilihan politik individu dalam kelompok pemilih pemula.

Persamaan regresi linear sederhana yang diperoleh, yaitu $Y = 11,321 + 0,492X$, menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan Instagram berbanding lurus dengan peningkatan preferensi politik. Hubungan positif ini memperkuat dugaan bahwa media sosial berperan aktif dalam memengaruhi keputusan politik generasi muda. Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa media sosial, terutama Instagram, memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi politik, kesadaran politik, dan pembentukan sikap politik generasi muda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi muda memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan preferensi politik mahasiswa pemilih pemula. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan politik yang baik agar penggunaan media sosial dapat diarahkan untuk memperkuat demokrasi dan menciptakan pemilih yang kritis, rasional, serta bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianti, F., Kartina, A. M., & Salampessy, Y. L. A. (2021). *Efektivitas Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Diversifikasi Konsumsi Pangan Pokok (Kasus Akun Instagram @ayuangling)*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12(2), 50
- Aziza, A. (2022). *Penggunaan Instagram Sebagai Literasi Politik Bagi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Kepala Daerah Di Kabupaten Barru Tahun 2020= The use of Instagram as political literacy for novice voters in the 2020 regional head elections in Barru District* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Budiardjo, M. (2018). *Dasar-dasar ilmu politik* (Edisi Revisi). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, O. U. (2022). *Media sosial dan komunikasi politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Indrawan, J., Barzah, R. E., & Simanihuruk, H. (2023). *Instagram sebagai media komunikasi politik bagi generasi milenial. Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 170-179.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Komisi Pemilihan Umum. (2023). *Data Pemilih Pemilu 2024*. Diakses dari <https://www.kpu.go.id/>
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*
- Wardhani, P. S. N. (2018). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pemilihan umum. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57-62.
- Wibowo, B. (2020). *Transformasi Komunikasi Politik di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan Instagram oleh Politisi Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.