

# PENGARUH PENGGUNAAN KONTEN SOSIAL-POLITIK PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MAHASISWA FISIP UNSOED ANGKATAN 2024

Atha Aulia Zabrina<sup>1</sup>, Diandra Yowan Narasraya Wiyono<sup>2</sup>, Mahardika Aurora Sultan<sup>3</sup>, Jovita Amanda Putri<sup>4</sup>, Shabrina Shofiana<sup>5</sup>, Nur Azizah Meila Kartika<sup>6</sup>, Faozan Fadil Dwi Atmoko<sup>7</sup>, Ratna Dewi<sup>8</sup>

<sup>1-8</sup> Program Studi S1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman

Email: [atha.zabrina@mhs.unsoed.ac.id](mailto:atha.zabrina@mhs.unsoed.ac.id), [diandra.wiyono@mhs.unsoed.ac.id](mailto:diandra.wiyono@mhs.unsoed.ac.id),  
[mahardika.sultan@mhs.unsoed.ac.id](mailto:mahardika.sultan@mhs.unsoed.ac.id), [jovita.putri@mhs.unsoed.ac.id](mailto:jovita.putri@mhs.unsoed.ac.id),  
[shabrina.shofiana@mhs.unsoed.ac.id](mailto:shabrina.shofiana@mhs.unsoed.ac.id), [nur.kartika@mhs.unsoed.ac.id](mailto:nur.kartika@mhs.unsoed.ac.id),  
[faozan.atmoko@mhs.unsoed.ac.id](mailto:faozan.atmoko@mhs.unsoed.ac.id), [ratna.dewi0504@unsoed.ac.id](mailto:ratna.dewi0504@unsoed.ac.id)

## ABSTRAK

Artikel ini menganalisis pengaruh penggunaan konten sosial-politik terhadap partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatif untuk melihat pengaruh antara intensitas akses konten sosial-politik dan tingkat partisipasi politik mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, serta uji t untuk menguji signifikansi pengaruh antarvariabel. Jumlah sampel yang digunakan 273 mahasiswa untuk mewakili lima jurusan di FISIP Unsoed. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa paling banyak mengakses konten informatif seperti berita dan kebijakan politik, sementara konten edukasi dan advokasi jarang diakses. Bentuk partisipasi politik yang paling dominan dilakukan mahasiswa adalah membagikan pamflet politik dan yang paling rendah adalah membuat konten politik sendiri serta sebagian kecil hanya memberikan komentar pada konten politik di media sosial. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh signifikan, di mana meningkatnya intensitas interaksi dengan konten sosial-politik turut meningkatkan partisipasi politik mahasiswa baik secara daring maupun luring.

**Kata Kunci:** Konten Sosial-Politik, Media Sosial, Partisipasi Politik

## ABSTRACT

This article analyzes the influence of socio-political content usage on the political participation of students from the Faculty of Social and Political Sciences, Unsoed, class of 2024. The research method used was quantitative with an explanatory survey approach to examine the influence between the intensity of socio-political content access and the level of student political participation. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, simple linear regression, and t-tests to test the significance of the influence between variables. The sample size used was 273 students representing five departments at the Faculty of Social and Political Sciences, Unsoed. The research findings indicate that students mostly access informative content such as news and political policies, while educational and advocacy content is rarely accessed. The most dominant form of political participation carried out by students is distributing political pamphlets, the least is creating their own political content, and a small number only comment on political content on social media. The results of the regression analysis indicate a significant influence, where increasing the intensity of interaction with socio-political content also increases student political participation both online and offline.

**Keywords :** Social-Political Content, Social Media, Political Participation

## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi yang berkembang pesat telah mentransformasikan cara individu mengakses berita, terutama bagi Generasi Z yang lahir di era teknologi. Tidak seperti generasi sebelumnya, Generasi Z tidak lagi tergantung pada media tradisional seperti televisi

atau surat kabar, namun lebih memilih media sosial sebagai sumber informasi utama. (Rahmawati et al., 2020) menjelaskan bahwa dari 355 juta pemilik ponsel di Indonesia, sekitar 91% mengakses berita melalui ponsel, dan sebagian besar berasal dari kelompok digital native yang berusia antara 17 hingga 34 tahun. Globalisasi dan penetrasi teknologi juga telah memicu perubahan dalam kebiasaan konsumsi media, menjadikan platform seperti TikTok, Instagram, dan X sebagai pilihan utama untuk mencari informasi, termasuk mengenai isu sosial dan politik (Guritno et al., 2022).

Tren ini semakin diperkuat oleh data Reportal (2025) yang mengindikasikan 5,41 miliar individu aktif di platform media sosial di seluruh dunia. Dengan akses yang cepat dan beragam jenis konten, media sosial tidak hanya berfungsi dalam menyebarkan informasi tetapi juga mempengaruhi cara pandang dan tindakan politik generasi muda. (Achmad & Dwimawanti, 2024) menemukan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara penggunaan media sosial dan perilaku politik Generasi Z di Jawa Tengah, dengan kontribusi sebesar 82,9%. Studi oleh Malima, Cabr, dan El Samad (2025) menekankan bahwa tingkat intensitas pemakaian media sosial juga berpengaruh terhadap perilaku politik di dunia maya, sementara (Arrazak & Adnan, 2025) menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak sebesar 29,5% terhadap perilaku politik generasi muda dalam pemilihan umum 2024.

Di Indonesia, kelompok Generasi Z merupakan pengguna internet yang paling intens. Berdasarkan penelitian APJII pada tahun 2025, persentase anggota Gen Z yang menggunakan internet mencapai 25,54%, dengan sebagian besar berada di rentang usia remaja hingga awal usia dewasa, baik sebagai pelajar maupun mahasiswa. Terutama mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, mereka secara historis memiliki peran sebagai agent of change sehingga keterlibatan mereka dengan masalah politik menjadi semakin penting. Meski begitu, cara mereka berinteraksi dengan politik telah berpindah dari lingkungan fisik, seperti kelas dan diskusi terbuka, ke dunia maya melalui konten pendek seperti video, meme, dan infografis (Atmodjo, 2014).

Natalia (2025) menunjukkan bahwa kampanye politik yang berhasil di media sosial harus menggunakan konten visual menarik, tagar populer, kolaborasi dengan influencer, dan portal edukatif online untuk bisa menjangkau Generasi Z dengan cara yang interaktif dan kreatif. Meskipun strategi tersebut efektif dalam menarik perhatian Generasi Z, pemanfaatan media sosial tetap dibayangi oleh disinformasi dan polarisasi yang kian meningkat. Statistik dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) selama periode 2018 hingga 2023 mencatat sebanyak 12.547 kasus berita palsu, di mana 1.628 di antaranya berkaitan

dengan isu politik. Sebagian besar informasi ini tersebar melalui saluran seperti Facebook, WhatsApp, Instagram, dan X. Ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi yang tidak benar dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap isu politik, termasuk di kalangan pelajar/mahasiswa.

Mahasiswa FISIP Unsoed menjadi objek yang penting untuk penelitian ini karena disiplin ilmu mereka berkaitan erat dengan persoalan sosial dan politik (Rizkidarajat, et al, 2025). Penelitian ini menggunakan sampel sebesar 273 mahasiswa mewakili lima prodi dari populasi 864 mahasiswa aktif FISIP Unsoed angkatan 2024. Peneliti menganggap objek penelitian berada pada tahap awal pembentukan pola pikir kritis dan adaptasi terhadap lingkungan kampus. Sehingga objek penelitian, menggunakan media sosial berperan bukan hanya sebagai pencari informasi politik tetapi juga sebagai agen dalam penyebaran diskursus di dunia maya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan di FISIP Unsoed menunjukkan adanya keterkaitan antara pemanfaatan media sosial dan keterlibatan politik mahasiswa, meskipun tingkat korelasinya masih tergolong rendah (Maulani, 2023), sehingga memberikan banyak peluang untuk menggali lebih jauh.

Fenomena ini menekankan betapa pentingnya untuk mengeksplorasi bagaimana materi sosial-politik di platform media sosial mempengaruhi partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed, terutama untuk angkatan 2024. Kelompok ini termasuk dalam Generasi Z, yang baru saja memasuki dunia akademis dan sedang berusaha membangun pola pikir kritis mengenai isu-isu publik. Dengan mengarahkan penelitian pada konten sosial-politik, alih-alih penggunaan media sosial secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana interaksi digital tersebut membentuk kesadaran politik, sikap, dan keterlibatan mahasiswa di zaman sekarang.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei eksplanatif. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman dengan subjek penelitian mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu Probability Sampling dengan jenis Proportionate Random Sampling (Sampel Acak Proporsional), sehingga seluruh anggota populasi yang memenuhi proporsi tiap program studi dijadikan sampel. Penelitian ini mendapatkan jumlah sampel sebanyak 273 mahasiswa dari jurusan Sosiologi, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi, Ilmu Politik, dan Hubungan Internasional. Data yang diperoleh

kemudian dianalisis melalui beberapa tahap, yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, serta Uji T untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Bentuk Konten Sosial-Politik yang diakses Mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024

Penelitian ini memperoleh data melalui penyebaran kuesioner kepada 273 responden angkatan 2024 yang mewakili lima jurusan di FISIP Unsoed, sehingga mampu merepresentasikan mahasiswa dalam mengakses konten sosial-politik di media sosial. Peneliti mengidentifikasi data dalam bentuk tabel yang memuat kategori-kategori konten sosial-politik yang paling sering muncul di media sosial responen.

Tabel 1. Distribusi frekuensi bentuk konten sosial-politik (Sumber: data primer 2025)

Bentuk konten yang sering diakses	Frekuensi	Persen %
Informasi Politik (berita, update kebijakan)	135	49.5
Kritik atau satire sosial politik	78	28.6
Opini atau wacana publik	40	14.7
Edukasi politik	10	3.7
Advokasi sosial atau gerakan masyarakat	10	3.7
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 1, hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa bentuk konten sosial-politik yang diakses oleh mahasiswa FISIP Unsoed 2024 dengan frekuensi tertinggi adalah informasi politik, seperti berita dan pembaruan kebijakan, dengan jumlah 135 respon (49,5%). Persentase ini menempati posisi tertinggi dan menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Unsoed 2024 lebih mengutamakan konten yang bersifat informatif dan faktual ketika mengakses isu politik di media sosial.

Sementara itu, bentuk konten sosial-politik dengan frekuensi terendah adalah edukasi politik dan advokasi sosial atau gerakan masyarakat, masing-masing hanya memperoleh 10 respon (3,7%). Berdasarkan temuan tersebut, memperlihatkan adanya perbedaan frekuensi akses antar kategori konten, konten informatif seperti berita dan pembaruan kebijakan lebih mendominasi daripada konten edukasi politik maupun advokasi sosial, dapat dijelaskan melalui perspektif Uses and Gratifications Theory (UGT), bahwa individu mengakses media untuk

memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa tampak lebih memprioritaskan kebutuhan kognitif, yaitu keinginan memperoleh informasi yang cepat, relevan, dan mudah dipahami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Audina & Wahyutama (2022) yang menunjukkan bahwa mahasiswa dan generasi muda umumnya menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi politik yang bersifat langsung dan faktual. Temuan ini juga selaras dengan distribusi frekuensi pada Tabel 1, yang menempatkan konten informatif sebagai kategori yang paling banyak diakses oleh mahasiswa. Tingginya akses terhadap konten informasi politik tidak hanya disebabkan oleh sifatnya yang informatif dan faktual, tetapi juga dipengaruhi oleh cara kerja algoritma media sosial yang secara aktif mendorong berita ke beranda pengguna. Algoritma media sosial memiliki dampak besar dalam menentukan jenis berita politik yang dikonsumsi oleh Generasi Z. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Riendani et al (2024) menegaskan bahwa algoritma secara signifikan membentuk pola konsumsi berita politik Generasi Z di Indonesia.

Rendahnya minat mahasiswa terhadap konten edukatif dan advokasi sosial (masing-masing 3,7%) dapat disimpulkan meskipun media sosial menyediakan ruang besar untuk meningkatkan literasi politik dan mendorong keterlibatan masyarakat, namun pengguna media sosial belum memanfaatkan platform secara maksimal untuk terlibat dalam partisipasi aktif atau memperdalam pengetahuan politik mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aziz et.al (2023) yang menunjukkan bahwa dari berbagai motif penggunaan media sosial seperti mencari informasi, panduan, hiburan, dan manfaat sosial, yang paling dominan justru kebutuhan untuk memperoleh manfaat praktis dari informasi yang tersedia. Artinya, kebutuhan utama mahasiswa dalam mengakses isu politik di media sosial adalah memperoleh informasi dan pembaruan, sementara konten yang bersifat pembinaan pengetahuan politik maupun dorongan keterlibatan sosial masih kurang diminati.

Dengan demikian, bagi mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024 konten informasi politik dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka sebagai mahasiswa yang pendekatan ilmunya kepada isu sosial politik. Konten ini dianggap memberikan gambaran cepat dan ringkas mengenai situasi politik terkini yang berguna tidak hanya untuk menganalisis isu kebijakan, namun memenuhi kebutuhan akademik mereka seperti tugas kuliah maupun berdiskusi di lingkungan kampus. Kecenderungan pilihan konten informasi juga disebabkan algoritma media sosial yang menunjukkan konten serupa di beranda pengguna berdasarkan topik yang sedang populer atau pernah diakses oleh mahasiswa, sehingga meningkatkan jangkauan terhadap

konten berita dan pembaruan kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa konten informasi politik menjadi dominan dalam konsumsi sosial politik mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024.

### **3.2. Bentuk Partisipasi Politik Mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024 sebagai Respon terhadap Konten Sosial-Politik**

Untuk memahami bagaimana mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024 merespons berbagai konten sosial politik, penelitian ini mengidentifikasi bentuk-bentuk partisipasi politik yang mahasiswa lakukan. Data pada Tabel 2 menyajikan distribusi frekuensi dari setiap bentuk aktivitas partisipasi, sehingga menggambarkan kecenderungan mahasiswa dalam mengekspresikan keterlibatan politik.

Tabel 2. Distribusi frekuensi bentuk partisipasi politik (Sumber: data primer 2025)

Bentuk Partisipasi	Frekuensi	Persen %
Membagikan pamflet politik	254	60.2
Mengikuti aksi sosial	81	19.2
Mengikuti diskusi politik	75	17.8
Membuat konten sosial politik sendiri	9	2.1
Other	3	0.7
<b>Total</b>	<b>422</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 2, bentuk partisipasi politik yang paling tinggi dilakukan oleh mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024 adalah kegiatan membagikan pamflet politik, dengan jumlah 254 respon (60,2%). Angka ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih memilih bentuk partisipasi yang sederhana, cepat, dan tidak membutuhkan kemampuan khusus. Hal ini sejalan dengan Uses and Gratifications Theory, yang menjelaskan bahwa pengguna media cenderung memilih aktivitas yang dianggap paling mudah dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, membagikan pamflet memberikan rasa ikut terlibat dalam isu politik tanpa harus berkontribusi dalam bentuk diskusi atau produksi konten yang lebih kompleks. Temuan ini sejalan dengan Bramasta & Pierewan (2023) yang menemukan bahwa akses media digital mendorong kecenderungan pada bentuk partisipasi yang praktis dan mudah dilakukan.

Sementara itu, bentuk partisipasi yang paling rendah dipilih adalah membuat konten sosial-politik (9 respon: 2,1%) serta kategori “other” (3 respon: 0,7%). Pada kategori “other”, sebagian kecil responden menjawab bahwa mereka hanya memberikan komentar pada konten politik di media sosial. Rendahnya angka ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa kadang

menanggapi isu politik, aktivitas seperti memberikan komentar tetap belum menjadi pilihan utama. Temuan ini konsisten dengan Natalia et al (2025) yang menjelaskan bahwa generasi Z lebih banyak menggunakan media sosial sebagai tempat mencari dan menerima informasi politik, bukan sebagai ruang untuk memproduksi konten atau mengekspresikan pendapat secara publik.

Secara keseluruhan, pola ini menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Unsoed 2024 lebih banyak terlibat dalam partisipasi digital yang bersifat ringan. Mereka cenderung memilih aktivitas yang aman, cepat, dan tidak menuntut kemampuan teknis maupun keberanian untuk tampil di ruang publik digital. Dengan demikian, meskipun sebagian mahasiswa mengikuti diskusi politik atau aksi sosial, bentuk partisipasi tersebut belum menjadi pilihan utama. Dominasi aktivitas berbagi pamflet menegaskan bahwa mahasiswa lebih nyaman dengan bentuk partisipasi yang praktis dan minim risiko, sehingga mereka belum banyak terlibat dalam bentuk partisipasi politik yang lebih aktif seperti produksi konten atau advokasi.

Tingginya pilihan mahasiswa FISIP Unsoed angkatan 2024 untuk berpartisipasi politik melalui penyebaran pamflet didorong oleh cara interaksi di lingkungan kampus yang kini semakin terhubung dengan media sosial. Mahasiswa menilai bahwa membagikan pamflet, terutama dalam bentuk digital merupakan cara yang paling cepat untuk membuat isu atau informasi politik lebih terlihat dan mudah menjangkau banyak orang. Lingkungan FISIP yang aktif dalam pertukaran informasi politik juga membuat mahasiswa terbiasa mengunggah dan membagikan pamflet politik, karena langkah ini dianggap efektif untuk mengangkat suatu topik dan meningkatkan attensi publik. Selain itu, dinamika kegiatan perkuliahan mendorong mahasiswa untuk tetap responsif terhadap isu-isu sosial membuat mereka cenderung memilih bentuk partisipasi yang fleksibel dan dapat dilakukan kapan saja. Dengan demikian, penyebaran pamflet menjadi bentuk partisipasi yang paling dominan karena dianggap efektif dalam memperluas jangkauan informasi, mudah disebarluaskan melalui media sosial, dan mampu menarik perhatian publik terhadap isu politik secara cepat.

### **3.3 Pengaruh Penggunaan Konten Sosial-Politik di Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024**

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan konten sosial-politik di media sosial terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024, penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%. Uji

regresi linear sederhana digunakan untuk memprediksi hubungan antara dua variabel (Martono, 2025). Sehingga didapatkan data hasil perhitungan SPSS sebagai berikut:

Tabel 3. Coefficients regresi linear sederhana (Sumber : data primer 2025)

Model	B	t	Sig.
<b>Konstanta</b>	14,370	50,120	0,000
<b>Penggunaan Konten</b>	0,229	4,228	0,000
<b>Sosial-politik di Media</b>			
<b>Sosial (X)</b>			

Hasil data ini menunjukkan bahwa penggunaan konten sosial-politik di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024. Berdasarkan uji regresi linear sederhana dengan taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai konstanta sebesar 14,370 dan koefisien regresi sebesar 0,229. Nilai koefisien ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam mengakses atau berinteraksi dengan konten sosial-politik pada media sosial, maka semakin tinggi pula tingkat partisipasi politik mereka. Model regresi yang terbentuk, yaitu  $\hat{Y} = 14,370 + 0,229X$ , menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan penggunaan konten sosial-politik mampu meningkatkan partisipasi politik mahasiswa sebesar 0,229 atau sekitar 22,9%.

Hasil uji t memperkuat temuan tersebut, di mana diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,228 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan penggunaan konten sosial-politik pada media sosial terhadap partisipasi politik mahasiswa.

Dengan demikian, penggunaan konten sosial-politik di media sosial terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024. Hal ini dapat terjadi karena media sosial menjadi ruang informasi politik yang mudah diakses, interaktif, dan relevan dengan kehidupan mahasiswa, sehingga dapat memperkuat kesadaran, minat, serta keterlibatan mereka dalam aktivitas politik, baik online maupun offline.

Tabel 4. Crosstabs Penggunaan Konten Sosial-Politik terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa

		Penggunaan Konten Sosial-Politik di Media Sosial		Total
Partisipasi Politik Mahasiswa	Rendah	Tinggi		
	(116) 53%	(17) 31,5%	(133) 48,7%	
	(103) 47%	(37) 68,5%	(140) 51,3%	
Total		(219) 100%	(54) 100%	(273) 100%

Tabel 4 yang ditemukan peneliti menegaskan kembali hasil pada Tabel 3. Bahwa mahasiswa dengan partisipasi politik kategori rendah sebagian besar memiliki penggunaan konten sosial-politik yang rendah (53%). Sementara itu, mahasiswa dengan partisipasi politik kategori tinggi sebagian besar memiliki penggunaan konten sosial-politik yang tinggi (68,5%). Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara Variabel X (Penggunaan Konten Sosial-politik di Media Sosial) dan Variabel Y (Partisipasi Politik Mahasiswa), yaitu ketika X meningkat, Y ikut meningkat, dan ketika X menurun, Y juga menurun. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan konten sosial-politik di media sosial, maka semakin tinggi pula partisipasi politik mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian dan dikaitkan dengan Teori Uses and Gratifications, dapat disimpulkan bahwa pengaruh signifikan penggunaan konten sosial-politik di media sosial terhadap partisipasi politik mahasiswa muncul karena mahasiswa secara aktif menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, pemahaman isu, dan ekspresi diri. Ketika kebutuhan tersebut terpenuhi melalui aktivitas seperti melihat, berkomentar, atau membagikan konten politik, mahasiswa memperoleh kepuasan yang kemudian mendorong peningkatan kesadaran serta keterlibatan politik mereka.

Hasil temuan ini sejalan dengan temuan (Achmad & Dwimawanti, 2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki korelasi sangat kuat terhadap perilaku politik generasi Z di Jawa Tengah, dengan kontribusi sebesar 82,9% terhadap tingkat partisipasi politik. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa intensitas interaksi dengan konten sosial-politik di media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed Angkatan 2024. Sama halnya dengan generasi Z yang menjadi objek penelitian (Achmad & Dwimawanti, 2024) mahasiswa dalam penelitian ini juga menunjukkan kecenderungan bahwa semakin banyak mereka mengakses, memahami, dan merespons konten sosial-politik, semakin tinggi pula keterlibatan mereka dalam aktivitas politik, baik secara digital maupun langsung.

#### **4. KESIMPULAN**

Konten sosial dan politik di media sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa FISIP Unsoed 2024. Mahasiswa paling sering mengakses konten informatif seperti berita dan kebijakan, sedangkan konten edukasi politik atau advokasi jarang diminati. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z tertarik mendapatkan informasi yang cepat dibandingkan mengikuti pembahasan politik yang panjang. Dari aspek partisipasi, mahasiswa lebih memilih bentuk partisipasi yang praktis dan berisiko rendah seperti membagikan pamflet politik. Analisis regresi menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas interaksi dengan konten sosial-politik, semakin meningkat pula partisipasi politik baik secara daring maupun luring. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Uses and Gratifications yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk perilaku politik generasi Z. Dengan demikian penelitian mengenai konten sosial-politik di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga mampu mempengaruhi tindakan dan keterlibatan politik mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R., & Dwimawanti, I. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku politik generasi Z di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik Digital*, 9(2), 115–129.
- Arrazak, A., & Adnan, F. (2025). Media Sosial dan Kepercayaan Politik Generasi Muda: Studi pada Pemilu 2024. *Jurnal Komunikasi Sosial Politik*, 14(1), 55–68.
- Atmodjo, J. T. (2014). Dinamika partisipasi politik remaja melalui media sosial. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(2), 281–295.
- Audina, S. A., & Wahyutama, E. B. (2022). Media sosial sebagai preferensi sumber informasi politik generasi milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 10997–11004. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/8921>
- Azis, N., Pawito, & Setyawan, D. (2023). Motif penggunaan media informasi politik oleh anak muda Tionghoa di media sosial. *Ettisal: Journal of Communication*, 8(2), 169–182. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/38>
- Bramasta, A. S., & Pierewan, A. C. (2023). Intensitas akses media digital dan partisipasi politik di Indonesia: Data WVS7 2018. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(2), 99–111. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i2.60992>
- DataReportal. (2025). Diakses 28 November 2025 dari <https://datareportal.com/social-media-users>
- Guritno, W., Salsabilah, A. N., Pramudita, S. W. S., & Berlianza, K. A. (2022). Perubahan signifikan media habit yang membuat media sosial menjadi informasi utama. *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*, 18-28.
- Haryanto, A. T. (2025, Agustus 6). *Survei APJII: Pengguna Internet Indonesia 2025 tembus 229 juta jiwa*. Detik.com. Diakses 28 November 2025, dari <https://inet.detik.com/telecommunication/d-8047759/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-2025-tembus-229-juta-jiwa>
- Malima, J., Cabr, D., & El Samad, N. (2025). Social Media Exposure and Online Political Behavior among Young Adults. *Journal of Digital Society Studies*, 5(1), 33–47.
- Martono, N. (2025). Statistik untuk Sosiologi. Depok: Rajawali Pers (PT RajaGrafindo Persada).

- Maulani, Luthfi Intan (2023) *Hubungan Antara Pemanfaatan Media Sosial dan Kesadaran Politik dengan Partisipasi Politik dalam Pemilu 2019 Mahasiswa FISIP Universitas Jenderal Soedirman*. Skripsi thesis, Universitas Jenderal Soedirman.
- Natalia, D., Sasmita, F., & Ahmad, M. R. S. (2025). Partisipasi politik generasi Z: Peran media sosial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 15772–15778.
- Natalia, R. (2025). Strategi Komunikasi Politik Kreatif dalam Kampanye Digital untuk Generasi Z. *Jurnal Media dan Politik Kontemporer*, 6(2), 102–118.
- PPID Diskominfo Jawa Tengah. 2025. *Rekap Isu Hoaks & Disinformasi Tahun 2025*. Diakses pada 28 November 2025 dari <https://ppid.diskominfo.jatengprov.go.id/rekap-isu-hoaks-disinformasi-tahun-2025/>
- Rahmawati, D., Lumakto, G., & Kesa, D. D. (2020). Generasi digital natives dalam praktik konsumsi berita di lingkungan digital. *Communications*, 2(2), 74-98.
- Riendani, C. R., Abhinaya, A., Abdillah, A. R., & Mufadhol, B. D. (2024). Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Selektivitas Konsumsi Berita Politik Pada Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 224-228. <https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v2i3.68>
- Rizkidarajat, W., Sobibatu Rohmah, N. ., & Wardhianna, S. . (2025). Transisi dari Pendidikan Tinggi Menuju Pekerjaan pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi dan Ilmu Politik FISIP Universitas Jenderal Soedirman. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 5(6), 1575-1588. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.837>