

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *INSTAGRAM* DAN
KUALITAS INFORMASI @NARASINEWSROOM
“PERINGATAN DARURAT” TERHADAP
KESADARAN POLITIK PADA MAHASISWA KOTA
PALEMBANG**

SKRIPSI



Disusun oleh :

**DIAN INRIKA SIRAIT
07031282126119**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN *INSTAGRAM* DAN
KUALITAS INFORMASI @NARASINEWSROOM
“PERINGATAN DARURAT” TERHADAP KESADARAN
POLITIK PADA MAHASISWA KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

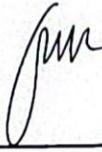
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi

Oleh :

DIAN INRIKA SIRAIT
07031282126119

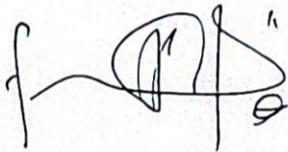
Pembimbing I

Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

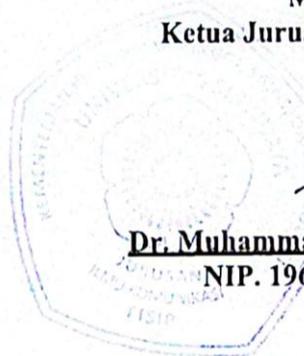


Pembimbing II

Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198607072023212056



Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Musni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM DAN KUALITAS INFORMASI
@NARASINEWSROOM “PERINGATAN DARURAT” TERHADAP
KESADARAN POLITIK PADA MAHASISWA KOTA PALEMBANG

SKRIPSI
Oleh:

DIAN INRIKA SIRAIT
07031282126119

Telah Dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 14 Juli 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

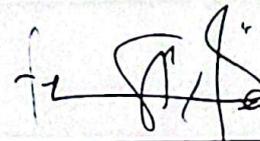
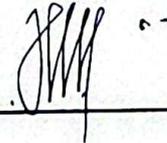
KOMISI PENGUJI

Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010
Ketua

Leti Karmila, M.I.Kom
NIP. 198810032024212001
Anggota

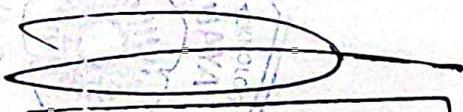
Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001
Anggota

Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198607072023212056
Anggota

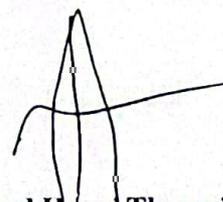


Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,


Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Inrika Sirait
NIM : 07031282126119
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 9 Januari 2002
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Instagram dan Kualitas Informasi @Narasinewsroom “Peringatan Darurat” Terhadap Kesadaran Politik pada Mahasiswa Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Indralaya, 4 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Dian Inrika Sirait
NIM. 07031282126119

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“It’s only after you’ve stepped out of your comfort zone that you begin to change, grow, and transform”

- Roy T. Bennett

“Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya”

- Mazmur 126:6

PERSEMBAHAN

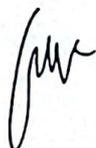
1. Kepada diri saya sendiri sebagai peneliti.
2. Kepada Mama, Papa, Kak Christine, Shela, Michael dan keluarga saya tercinta.
3. Kepada Almamater saya program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya.

Abstrak

Pesatnya perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat, khususnya generasi muda, dalam mengakses informasi politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi dari akun Instagram @Narasinewsroom, khususnya pada video “Peringatan Darurat”, terhadap kesadaran politik mahasiswa di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden mahasiswa yang merupakan pengguna aktif Instagram dan telah menonton konten tersebut. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, baik terpaan konten maupun kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran politik, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,022 dan 0,002. Namun, secara simultan kedua variabel tersebut hanya memberikan kontribusi sebesar 18,9% terhadap variabel dependen, yang berarti masih terdapat faktor lain yang memengaruhi kesadaran politik mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa walau media sosial memiliki pengaruh, khususnya dalam konteks konten politik yang informatif dan tepat sasaran, peran literasi digital dan konteks sosial lainnya tetap penting dalam membentuk kesadaran politik generasi muda. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya peningkatan kualitas konten politik dan penguatan kemampuan kritis mahasiswa dalam mengonsumsi informasi digital.

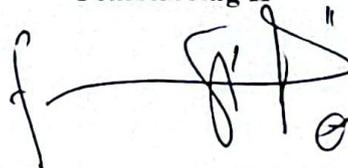
Kata kunci: terpaan konten, kualitas informasi, kesadaran politik, Instagram, mahasiswa

Pembimbing I



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Pembimbing II



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198607072023212056

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

Abstract

The rapid development of social media has transformed how society, especially the younger generation, accesses political information. This study aims to determine the influence of content exposure and information quality from the Instagram account @Narasinewsroom, particularly the "Peringatan Darurat" video, on the political awareness of university students in Palembang City. This research employed a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 100 student respondents who are active Instagram users and have watched the mentioned content. The data were analyzed using multiple linear regression. The results show that both content exposure and information quality have a positive and significant partial influence on political awareness, with significance values of 0.022 and 0.002, respectively. However, simultaneously, these two variables contribute only 18.9% to the dependent variable, indicating that other factors also influence students' political awareness. These findings suggest that while social media content, particularly informative and targeted political content, plays a role, digital literacy and other social contexts remain essential in shaping political awareness among young people. The study recommends improving the quality of political content and strengthening students' critical thinking skills in consuming digital information.

Keywords: *content exposure, information quality, political awareness, Instagram, university students*

Pembimbing I



Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199208222018031001

Pembimbing II



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198607072023212056

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061997031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan anugerah dan berkat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh Terpaan Konten Instagram dan Kualitas Informasi @Narasinewsroom terhadap Kesadaran Politik pada Mahasiswa Kota Palembang. Penulisan skripsi ini diajukan sebagai tanggung jawab penulis dalam menempuh jenjang Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan pertolongan dan hadir dalam setiap langkah kehidupan penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus dekanat lainnya.
4. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Pembimbing I dan Mba Feny Selly Pertiwi, S.I.Kom., M.I Kom yang selalu membimbing, membantu, dan mengarahkan peneliti selama masa penyusunan skripsi.
6. Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan dan ilmunya.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan penulis dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
8. Mbak Elvira Humariah selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi beserta staf lainnya yang telah membantu penulis terkait administrasi selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
9. Keluarga penulis tercinta, Papa Amram Sirait, Mama Sunggul Situmorang, Kak Chirstine, Shela, dan Michael yang dengan doanya selalu menyertai setiap langkah penulis. Penulis yakin melalui doa keluarga yang membuat penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dan penelitian. Terima kasih selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis.
10. Seluruh pihak Narasi Newsroom dan Narasi TV yang mana memberikan bantuan dan informasi terkait penelitian penulis.
11. Sahabat kuliah Belta (Competitive People) yang sudah mau mengimbangi dan berjuang bersama sampai akhir proses skripsi serta pemberkasan, Widya, Gloria, Sarah, dan teman SMA peneliti yakni Natasya yang selalu memberikan telinganya untuk mendengar segala keluh kesah penulis, dan menjadi *support system* dalam proses pengerjaan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 lainnya yang juga sudah memberikan banyak bantuan dan dukungan.
13. Diri penulis sendiri yang berjuang menyelesaikan semua yang telah dimuai dengan rasa penuh tanggung jawab. Yang berani keluar dari zona nyaman dan

berani mengambil risiko untuk tetap hidup dan merajut masa depan. Terima kasih sudah tetap bertahan dan berjuang sampai akhir, Dian.

Kiranya seluruh bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan berkat dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna maka penulis sangat terbuka apabila terdapat kritik dan/atau saran ke depannya untuk kemajuan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Palembang, 28 Juli 2025

Dian Inrika Sirait
NIM. 07031282126119

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Konseptual	14
2.1.1 Komunikasi Politik	14
2.1.2 Media Sosial.....	18
2.1.3 Terpaan Media.....	24
2.1.4 Kesadaran Politik.....	25
2.1.5 Informasi.....	28
2.1.6 Mahasiswa.....	31
2.2 Kerangka Teori.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37
2.5 Penelitian Terdahulu	39
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Unit analisis, Populasi dan Sampel.....	45

3.3.1	Unit Analisis.....	45
3.3.2	Populasi.....	45
3.3.3	Sampel.....	46
3.4	Data dan Sumber Data	48
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	48
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.5.1	Uji Validitas	48
3.5.2	Uji Reliabilitas	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1	Kuesioner	51
3.6.2	Dokumentasi.....	51
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1	Deskriptif Kuantitatif	52
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.3	Uji Hipotesis.....	55
BAB 4	GAMBARAN UMUM PENELITIAN	57
4.1	Profil Narasi.....	57
4.1.1	Visi Misi Narasi	58
4.1.2	Bentuk Media dari Narasi.....	59
4.2	Profil Narasi Newsroom.....	65
4.2.1	Struktur Divisi Narasi Newsroom	68
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
5.1	Profil Responden	69
5.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	69
5.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas / Perguruan Tinggi.....	71
5.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah... ..	72
5.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
5.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
5.2	Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	74
5.2.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Terpaan Media.....	76
5.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	81
5.2.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Politik.....	86
5.3	Hasil Penelitian.....	93

5.3.1	Uji Validitas	93
5.3.2	Uji Reliabilitas	96
5.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	96
5.3.4	Uji Regresi Linear Berganda	99
5.3.5	Uji Hipotesis.....	102
5.4	Pembahasan	105
5.4.1	Pengaruh Terpaan Konten terhadap Kesadaran Politik.....	105
5.4.2	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kesadaran Politik	105
5.4.3	Pengaruh Terpaan Konten dan Kualitas Informasi terhadap Kesadaran Politik	106
5.4.4	Implikasi Temuan Penelitian.....	107
BAB 6 PENUTUP.....		110
6.1	Kesimpulan	110
6.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....		113
LAMPIRAN.....		118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3. 2 Nilai Koefisien Alpha.....	50
Tabel 3. 3 Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 4. 1 Konten Narasi Newsroom	66
Tabel 5. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi	69
Tabel 5. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Asal Universitas / Perguruan Tinggi	71
Tabel 5. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Masuk Kuliah.....	72
Tabel 5. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 5. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 5. 6 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-rata Skor	75
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Terpaan Konten (X1).....	76
Tabel 5. 8 Distribusi Durasi Variabel Terpaan Konten (X1)	78
Tabel 5. 9 Distribusi Atensi Variabel Terpaan Konten (X1).....	79
Tabel 5. 10 Distribusi Akurat Variabel Kualitas Informasi (X2).....	82
Tabel 5. 11 Distribusi Ketepatan Waktu Variabel Kualitas Informasi (X2).....	83
Tabel 5. 12 Distribusi Relevansi Variabel Kualitas Informasi (X2).....	85
Tabel 5. 13 Distribusi Kesadaran Input Variabel Kesadaran Politik (Y)	87
Tabel 5. 14 Distribusi Kesadaran Output Variabel Kesadaran Politik (Y).....	89
Tabel 5. 15 Distribusi Penerimaan Informasi dan Pemberian Opini Variabel Kesadaran Politik (Y).....	91
Tabel 5. 16 Distribusi Pilihan Politik Variabel Kesadaran Politik (Y).....	92
Tabel 5. 17 Distribusi Nilai r Tabel Signifikansi 5% dan 1%	93

Tabel 5. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Konten (X)	94
Tabel 5. 19 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi	94
Tabel 5. 20 Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Politik.....	95
Tabel 5. 21 Hasil Uji Reliabilitas	96
Tabel 5. 22 Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel 5. 23 Hasil Uji Heteroskedasitas	98
Tabel 5. 24 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 5. 25 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	100
Tabel 5. 26 Hasil Uji-t (Uji Hipotesis).....	102
Tabel 5. 27 Hasil Uji Simultan (F).....	103
Tabel 5. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil survei status literasi digital di Indonesia tahun 2020-2022.....	2
Gambar 1.2 Hasil Survei KIC Sumber Arus Informasi tentang Dinamika Politik yang Paling Sering Digunakan.....	6
Gambar 1.3 Hasil Survei KIC terkait Media Sosial yang paling sering digunakan untuk mengakses informasi politik	6
Gambar 1.4 Postingan IGTV “Peringatan Darurat”	9

BAB 1

PENDAHULUAN

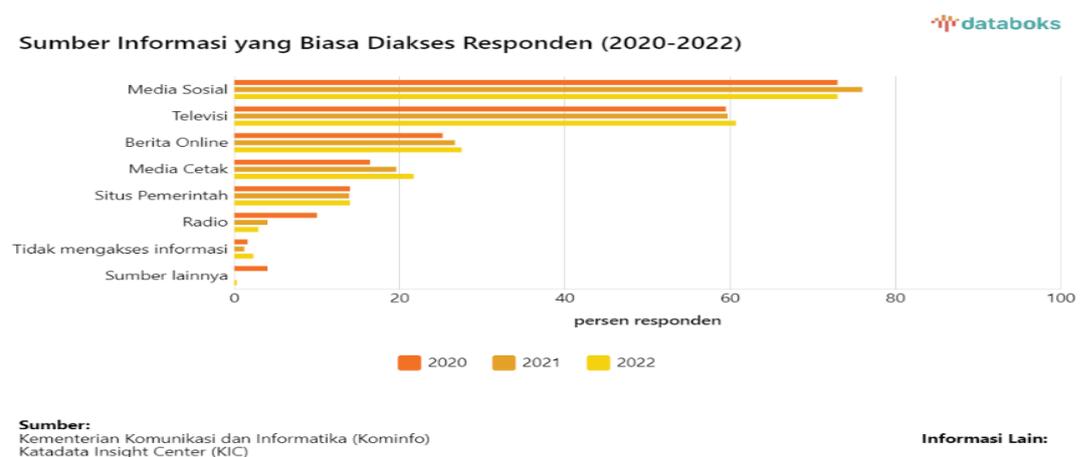
1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi dibidang komunikasi mendorong proses penyebaran informasi yang lebih cepat dan tanpa batas melalui internet. Perkembangan teknologi komunikasi berdampak pada semua aspek kehidupan mulai dari ilmu pengetahuan, ekonomi, budaya, sosial, hingga politik. Selaras dengan peradaban manusia, teknologi informasi dan komunikasi turut berkembang pesat. Hal ini karena dorongan manusia untuk dapat bersosialisasi dengan individu lain dengan bantuan perlatan komunikasi yang semakin mudah dipakai dan efisien. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah sampai dimana pengguna dapat bertukar informasi tanpa batas waktu, ruang dan lintas negara dengan menggunakan satu alat komunikasi saja melalui jaringan internet.

Seiring dengan perkembangan inilah jumlah pengguna internet semakin pesat dan bertambah banyak. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 menembus angka 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023 dengan persentase 79,5% yang mengalami peningkatan 1,4% dari periode sebelumnya (APJII, 2024) . Internet telah berada hampir di tiap telepon genggam masyarakat. Saat ini orang telah bebas menyebarkan informasi dengan siapa saja melalui situs jejaring sosial. Dengan perkembangan internet media massa konvensional telah mengubah bentuknya dari yang berbentuk cetak dan elektronik menjadi berbasis *digital (online)* yang merambah hingga media sosial dalam proses penyebaran informasinya.

Di era *digital* saat ini, masyarakat Indonesia menjadikan media sosial sebagai sumber arus komunikasi utama dalam mendapatkan informasi. Media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi dari *Web 2.0*, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran Konten Buatan Pengguna (Kaplan & Haelen dalam Leon A. Abdillah, 2022). Media sosial menjadi salah satu bentuk lain dari media *online* yang digunakan di tengah masyarakat. Media ini cenderung dipakai untuk berinteraksi antar individu maupun kelompok dan sebagai penyalur informasi.

Berdasarkan data survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bersama Katadata *Insight Center* (KIC) terkait tingkat penggunaan media sosial sebagai informasi utama memiliki persentase paling besar, melewati media komunikasi lainnya, seperti televisi, portal berita online, media cetak dan portal pemerintah. Selama periode 2020-2022 sumber yang dipakai untuk mengakses informasi cenderung masih sama yaitu media sosial sebanyak 72,6% dari 10.000 responden.



Gambar 1.1 Hasil survei status literasi digital di Indonesia tahun 2020-2022
(sumber: Kominfo dan KIC)

Media sosial dewasa ini bukan sekedar ruang untuk berbagi informasi kehidupan sehari-hari individu atau meme lucu. Saat ini media tersebut telah dijadikan sebagai sarana penyebaran informasi politik, pertempuran politik. Kampanye politik Dengan lebih dari jutaan pengguna aktif yang menggunakan media sosial, sehingga berpotensi besar dalam mempengaruhi opini publik dan sikap politiknya. Media sosial kini memiliki banyak jenis yaitu *Twitter (X)*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp*, *Youtube*, *Line*, *Telegram* dan jenis lainnya. Media sosial memberi peluang masyarakat untuk terhubung langsung dengan tokoh politik atau *influencer* politik, dan memberikan pengaruh politik dan motivasi dalam berpartisipasi dengan tindakan kolektif (Chan, 2016 ; Tang & Lee, 2013 dalam Adegbola & Gearhart, 2019).

Ramlan Surbakti (2010:184) menjabarkan tentang berbagai hal yang dianggap bisa menghipnotis besar kecilnya partisipasi politik individu adalah masalah kesadaran politik (dalam Diryo Suparto:2020). Dalam sistem sosial dan politik kesadaran berpolitik menjadi salah satu pilar utama. Menurut Al Faituri (2020) kesadaran merupakan pandangan seseorang tentang dirinya dan lingkungan tempatnya berada (dalam Vera Wijayanti dkk:2023). Sementara itu kesadaran berpolitik menurut Sutjipto,dkk (2023) merupakan pandangan individu berkenaan tentang hak dan kewajiban politik serta peristiwa yang berlangsung pada lingkungan sekitarnya.

Tingkat kesadaran politik berpengaruh besar terhadap negara demokrasi, dimana setiap aspirasi dan kepentingan masyarakat dapat tercermin dalam peraturan dan kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah. Keterlibatan masyarakat pada dunia politik dapat memperkokoh kehidupan politik di negara itu sendiri.

Namun, pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang hanya ikut berpartisipasi tapi tidak mengetahui dan tidak memiliki kesadaran yang luas akan politik itu sendiri. Begitu pun sebaliknya, masyarakat yang memiliki pengetahuan terkait politik dan memiliki kesadaran politik, namun enggan berpartisipasi di proses politik.

Sebagaimana dibuktikan melalui aksi demonstrasi ribuan mahasiswa dari berbagai kampus di Palembang yang dikutip dalam detikSumbagsel pada 22 Agustus 2024 terkait penolakan revisi UU Pilkada, menunjukkan bahwa mahasiswa di kota ini aktif dan responsif terhadap isu-isu politik aktual. Aksi ini diperkirakan diikuti 1000 orang, dengan point tuntutan membatalkan RUU Pilkada (perubahan keempat RUU No.1 tahun 2015 tentang penetapan Perpu Nomor 1 tahun 2014 tentang pemilihan Gubernur, Bupati, Walikota menjadi UU). Peran generasi muda dalam ranah politik sangat diperlukan sebagai penentu keberhasilan dan kemajuan demokrasi. Hal ini karena Indonesia sedang dalam era bonus demografi berdasarkan data BPS (2020) yaitu penduduk usia produktif (15-64 tahun) akan lebih besar dari non produktif (65 tahun) dengan perbandingan 64% dari jumlah keseluruhan penduduk. Oleh karena itu, generasi muda harus mempersiapkan kualitas SDM yang baik dalam menghadapi informasi politik di tengah era arus informasi digital atau *new media*.

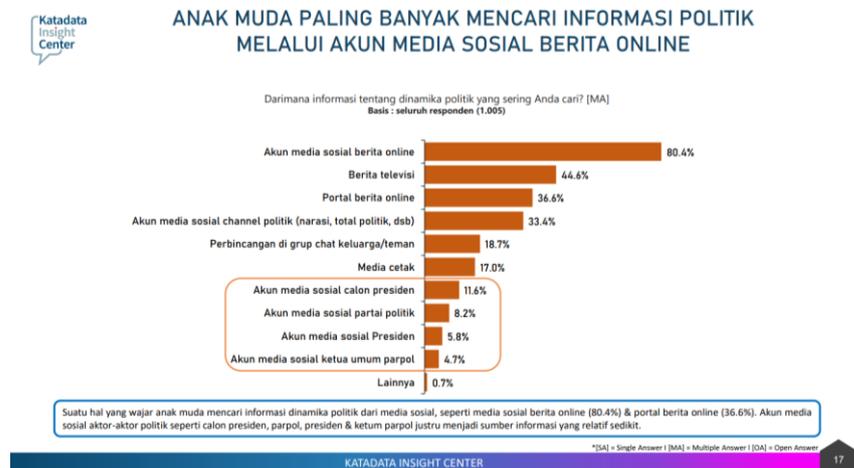
Informasi politik dapat ditemukan dari berbagai sumber, seperti forum diskusi, pembelajaran formal, dan terpaan tayangan berita baik melalui media konvensional, elektronik maupun digital yang dapat mempengaruhi opini dan pengetahuan masyarakat terkait isu-isu politik. Dengan bertambah luasnya pengetahuan khalayak akan mendorong sikap tanggap dan meningkatkan kesadaran

politik. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2008 pasal 1 menyatakan bahwa informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasan yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun non elektronik.

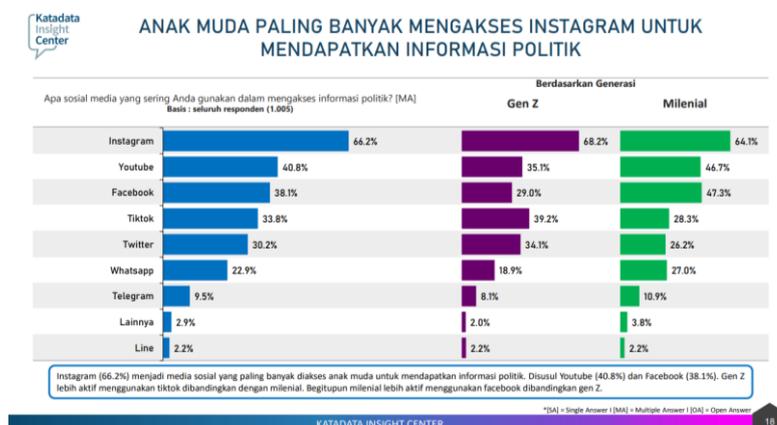
Mahasiswa sebagai agen perubahan yang saat ini memiliki peran penting dalam roda pemerintahan dan ranah politik. Mengingat bahwa saat ini pengguna terbesar media sosial yaitu generasi muda dalam pemenuhan kebutuhan informasi baik berupa hiburan, gaya hidup, sosial ekonomi, maupun politik pemerintahan. Berdasarkan data pengguna media sosial tahun 2024 menurut databoks.katadata.co.id (RRI:2024) pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%) dari total pengguna yaitu 191 juta pengguna (73,7% dari populasi). Media sosial kerap digunakan oleh mahasiswa guna menambah wawasan terkait kegiatan politik yang berlangsung dan melihat proses jalannya kegiatan politik serta terdorong untuk dapat berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan tersebut. Menurut A'rafiyah N. (2023) pada dasarnya mahasiswa dianggap memiliki tingkat pendidikan dengan jenjang paling tinggi, dan idealnya kelompok ini mempunyai tingkat dengan partisipasi dan kesadaran politik yang seharusnya lebih tinggi (Nina Sa'idah F, dkk:2024).

Dengan semakin bermutu informasi yang didapatkan akan mendorong kualitas demokrasi suatu negara. Salah satu media sosial yang cenderung digunakan generasi muda dalam mendapatkan dan menyebarkan informasi politik yaitu *Instagram*. Aplikasi ini menyajikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi video

dan foto serta turut berpartisipasi dalam debat politik melalui *like*, kolom komentar maupun cerita (*insta story*). Dalam survei yang dilakukan Katadata Insight Center mengenai "Politik di Mata Anak Muda" tahun 2023 menyatakan bahwa anak muda mencari informasi dinamika politik di media sosial, salah satunya media sosial berita *online* yaitu 80.4% disusul dengan berita televisi sebanyak 44.6% dan pada urutan ketiga yaitu portal berita online sejumlah 36.6%. Dan dari media sosial yang paling banyak digunakan yaitu *Instagram* (66.2%), *YouTube* (40.8%) dan *Facebook* (38.1%).



Gambar 1.2 Hasil Survei KIC Sumber Arus Informasi tentang Dinamika Politik yang Paling Sering Digunakan tahun 2023
(sumber: Katadatansight Center)



Gambar 1.3 Hasil Survei KIC terkait Media Sosial yang paling sering digunakan untuk mengakses informasi politik tahun 2023
(sumber: Katadata Insight Center)

Perkembangan teknologi informasi mendorong media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi politik. Instagram sebagai platform visual yang banyak digunakan anak muda, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan kesadaran politik. Namun demikian, kemudahan dalam mengakses dan membagikan informasi juga membawa tantangan terhadap validitas dan kualitas informasi yang diterima. Banyaknya konten yang tersebar belum tentu menjamin bahwa informasi tersebut benar dan dapat dipercaya. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan penyebaran informasi yang menyesatkan di ruang digital.

Dalam konteks tersebut, penting untuk menilai sejauh mana informasi yang dikonsumsi memenuhi prinsip kualitas informasi. Kualitas informasi dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu akurasi, ketepatan waktu, dan relevansi. Informasi yang akurat mencegah kesalahan pemahaman terhadap isu publik. Ketepatan waktu memastikan informasi hadir saat dibutuhkan, dan relevansi menjamin informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Ketiga aspek ini menjadi dasar untuk menilai apakah suatu informasi layak dijadikan acuan dalam pembentukan opini.

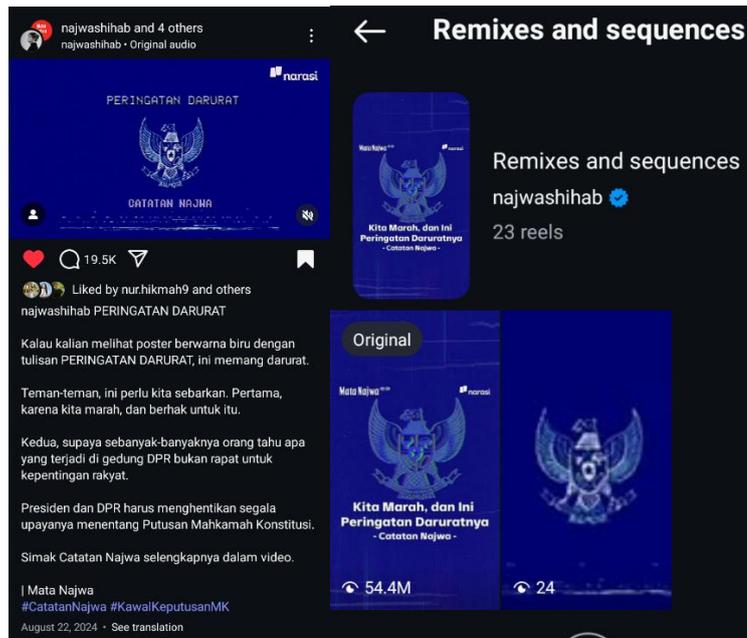
Raymond McLeod merupakan salah satu tokoh yang mengemukakan pentingnya tiga aspek utama dalam kualitas informasi. Ia menekankan bahwa informasi harus bebas dari kesalahan, tersedia tepat waktu, dan relevan dengan kebutuhan penggunanya. Pemikiran McLeod awalnya digunakan dalam sistem informasi manajemen, namun relevansinya meluas hingga ke konteks komunikasi digital. Dalam era media sosial, prinsip ini penting karena konten disebarkan secara cepat tanpa jaminan verifikasi. Oleh karena itu, penting untuk menilai informasi digital berdasarkan tiga prinsip tersebut.

Konten politik yang disebar oleh akun seperti @narasinewsroom, termasuk dalam seri *Peringatan Darurat*, perlu dianalisis dari sisi kualitas informasi. Penilaian ini tidak hanya mempertimbangkan daya tarik visual atau tingkat interaksi, tetapi juga ketepatan, relevansi, dan akurasi isinya. Dengan memahami mutu informasi yang dikonsumsi, mahasiswa dapat membentuk kesadaran politik yang lebih kritis dan rasional. Terpaan konten yang berkualitas akan mendorong terbentuknya pemahaman yang lebih baik terhadap isu-isu publik. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji bagaimana kualitas informasi dalam media sosial memengaruhi kesadaran politik mahasiswa.

Narasi berupa ruang untuk masyarakat untuk bertukar ide dan berdiskusi gagasan. Memiliki kiblat pada idealisme dan nilai-nilai kemajemukan, kritis dan toleran, juga mendorong setiap anak bangsa untuk suka rela berpartisipasi. Najwa Shihab merupakan salah satu pendiri PT. Narasi Media Percaya yang terkenal akan kecerdasannya dalam membawa program yang mengundang tokoh publik terkait isu-isu yang sedang terjadi di masyarakat yang paling sering adalah isu politik dan pemerintahan. Najwa Shihab dikenal sebagai *influencer* politik yang sangat berpengaruh di kalangan masyarakat, mahasiswa dan atau generasi muda. Oleh karena pengaruh dari Najwa Shihab yang menyuguhkan konten ataupun berita menggunakan sudut pandang generasi muda yang membahas isu politik hangat dan memberikan penjelasan terkait istilah politik yang disampaikan secara santai dan menarik melalui program media yang dikenal dengan Narasi.

Salah satu isu politik yang dipublikasi oleh Narasinewsroom yaitu 'Kita Marah dan Ini Peringatan Daruratnya'. Peringatan darurat merupakan video yang berdurasi 3 menit 4 detik yang diunggah setelah rapat Badan Legislasi (Baleg) DPR

RI yang membahas Rancangan Undang-Undang (RUU) Pilkada. Video tersebut ramai diunggah dan di posting ulang oleh warganet. Peringatan darurat ini merujuk pada keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) terkait negara yang sedang menghadapi situasi kritis dan memerlukan tindakan secara cepat dan efektif.



Gambar 1.4 Postingan IGTV “Peringatan Darurat”
(Sumber: *Instagram* @najwashihab)

Postingan yang beredar dalam media sosial ini menandai adanya momen penting untuk mengetahui bagaimana simbol yang ada dapat dipakai untuk membentuk suatu realitas pada era digital. Dengan konsep latar belakang biru pekat dan memasukkan lambang Garuda Pancasila seolah membuat pesan mendesak dan mengancam serta memicu gelombang kecemasan dan opini di kalangan masyarakat. Dengan adanya media sosial, algoritma menyebabkan penyebaran konten yang bersifat provokatif dan emosional, akan mempercepat dan memberikan efek besar yang membuatnya terlihat lebih penting, mendesak dan berbahaya daripada kenyataannya.

Perkembangan dinamika politik di Indonesia belakangan ini menunjukkan kecenderungan meningkatnya kekhawatiran publik terhadap kebijakan negara yang dianggap berpotensi mereduksi hak konstitusional warga negara. Salah satu manifestasi dari respons masyarakat terhadap situasi tersebut adalah kemunculan simbol “Peringatan Darurat Garuda Biru” yang viral di media sosial sejak 22 Agustus 2024. Simbol ini pertama kali disebarluaskan oleh akun-akun seperti @najwashihab, @matanajwa, dan @narasitv melalui platform Instagram dan X. Poster bergambar burung garuda berwarna biru tersebut merujuk pada cuplikan video yang sebelumnya telah diunggah oleh kanal YouTube EAS Indonesia Concept pada 22 Oktober 2022, yang mereproduksi cuplikan siaran TVRI dengan visual bendera merah putih dan lagu kebangsaan Indonesia Raya.

EAS Indonesia Concept mengadaptasi konsep *Emergency Alert System (EAS)* dari Amerika Serikat menjadi versi Indonesia, dengan maksud menyampaikan pesan keadaan darurat melalui media visual. Garuda biru sendiri merupakan interpretasi ulang dari lambang negara, Garuda Pancasila, yang dikemas dengan dominasi warna biru untuk melambangkan ketenangan, keadilan, dan kewaspadaan. Simbol ini mengandung pesan kuat yang menyiratkan adanya ancaman serius terhadap demokrasi dan integritas konstitusi Indonesia, serta berfungsi sebagai bentuk seruan kepada publik untuk menjaga nilai-nilai Pancasila dan sistem demokrasi yang telah dibangun.

Fenomena ini mencerminkan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi massa yang efektif dalam menyuarakan keresahan publik terhadap situasi darurat di ranah sosial, politik, dan hukum. Peringatan Darurat Garuda Biru menjadi media simbolik untuk meningkatkan kesadaran kolektif masyarakat agar

lebih peduli dan aktif dalam mengawal proses politik nasional. Simbol ini juga menjadi bagian dari respons terhadap keputusan Badan Legislasi DPR yang dinilai bertentangan dengan putusan Mahkamah Konstitusi nomor 60/PUU-XXII/2024 dan 70/PUU-XXII/2024, khususnya terkait regulasi dalam RUU Pilkada mengenai ambang batas usia calon kepala daerah dan ketentuan pengusulan calon oleh partai politik.

Postingan akun Mata Najwa melalui platform Instagram menunjukkan bagaimana media sosial telah bertransformasi menjadi ruang publik digital yang mampu menjangkau massa secara luas. Media ini memungkinkan penyebaran pesan-pesan politik dan ajakan untuk menjaga prinsip demokrasi serta hak-hak rakyat. Simbol “Garuda Biru” kini menjadi ikon perlawanan damai sekaligus bentuk solidaritas masyarakat sipil dalam menanggapi situasi politik yang dianggap bermasalah. Gerakan ini turut diperkuat oleh tagar populer seperti #KawalPutusanMK dan #TolakPilkadaAkalan yang digunakan oleh tokoh masyarakat, aktivis, dan warganet untuk memperluas jangkauan pesan.

Fenomena viralitas simbol ini juga memperlihatkan peran media sosial dalam membentuk opini publik serta menciptakan ruang diskusi politik yang inklusif dan dinamis. Namun, tingginya arus informasi juga menuntut tanggung jawab kolektif untuk memastikan bahwa pesan yang disebarkan bersifat faktual dan tidak menimbulkan disinformasi yang dapat memecah belah masyarakat atau merusak kualitas demokrasi itu sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang diuraikan penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh terpaan konten *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik mahasiswa?
- 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik mahasiswa
- 3) Apakah terdapat pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh terpaan konten *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik pada mahasiswa kota Palembang.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik pada mahasiswa kota Palembang
- 3) Untuk mengetahui pengaruh terpaan konten dan kualitas informasi *Instagram @narasinewsroom* ”Peringatan Darurat” terhadap kesadaran politik pada mahasiswa kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait bidang Ilmu Komunikasi. Dan menjadi acuan untuk penelitian lain yang sejenis terkhususnya dalam ranah Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan pada masyarakat khususnya mahasiswa agar menggunakan media sosial untuk referensi dalam mencari informasi politik sehingga memiliki kesadaran akan hak dan kewajibannya pada ranah politik. Dan dapat menjadi penambah wawasan bagi civitas akademika jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *PERANAN MEDIA SOSIAL*.
- Adegbola, O., & Gearhart, S. (2019). *Examining the Relationship Between Media Use and Political Engagement: A Comparative Study Among the United States, Kenya, and Nigeria*. 13, 1231–1251.
- Akbar, J. (2024). *Peringatan Darurat, Saatnya Rakyat Bergerak*. Narasi.Tv. https://narasi.tv/read/narasi-daily/opini-peringatan-darurat-saatnya-rakyat-bergerak#google_vignette
- Amril, R. (2024). *Apa Maksud Unggahan “Peringatan Darurat” dan Hubungannya dengan Putusan MK?* Narasi.Tv. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/apa-maksud-unggahan-peringatan-darurat-dan-hubungannya-dengan-putusan-mk>
- Anshori, K., Binastuti, S., Komunikasi, F. I., & Gunadarma, U. (2024). *Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram @tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers*. 4.
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Januari Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma, July*, 1–11. http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf <https://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Belawati, D. P. T. (2015). *Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Repository.ut.ac.id/. <http://repository.ut.ac.id/6924/1/UTEI-11.pdf>
- Darmawan, A. K., Muhsi, Umam, B. A., Al Wajieh, M. W., Ariyanto, F., & Umamah, N. (2022). Social Media Analytics: Konsep dan Penerapannya dengan Rapid miner/Orange. In *Media* (Vol. 58, Issue 10). <https://www.unodc.org/southasia/en/topics/frontpage/2009/trafficking-in-persons-and-smuggling-of-migrants.html>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsari, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Januari 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo). *Jurnal Publish*, 1(2), 70–175.
- Dian Prajarini. (2020). *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Deepublish.
- Edison Bonar Tua Hutapea. (2020). *Komunikasi Politik Lingkup kajian, konsep dan pendekatan*. Gibon Books.

- Faisal, G., Awaludin, A., & Fauzan, R. G. (2023). Terpaan mediasosialtiktokpadaselfawareness Siswakelasiiipssman2Subang. *OMNICOM Jurnal Komunikasi Universitas Subang*, 9(1), 6.
- Gie, T. L. (1997). The Liang Gie (1997) Pengantar Filsafat Ilmu. Penerbit Liberty, Januari. *Penerbit Liberty Januari*, 53(9).
- Hadi, I. P. Dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. [https://repositori.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_\(ABKA_3208-2_SKS\).pdf?sequence=1](https://repositori.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_(ABKA_3208-2_SKS).pdf?sequence=1)
- Haryunikman, I. (dkk). (2025). Media Sosial. In Fatmawati (Ed.), *Amerta Media*.
- Hatmawan, S. R. & A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Deepublish.
- Hikmawati, F. (2020). Metodologi Penelitian. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Raja Grafindo Persada.
- Ibrahim, I., Haryadi, D., & Hidayat, N. (2024). Identity, Political Culture, and Democracy Naivety in Januari. *SHS Web of Conferences*, 187, 04023. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202418704023>
- Ikhsan, M., & Yudi, Y. D. (2022). Pengaruh Terpaan Tayangan Review Gadget Di Youtube Terhadap Minat Beli Anggota Komunitas Game @Freefireriau. *Medium*, 10(2), 367–377. [https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(2\).9361](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(2).9361)
- KBBI. (n.d.). *KBBI Daring*. Retrieved February 27, 2025, from <https://kbbi.web.id/mahasiswa>
- Kemhan. (2024). *JUMLAH PENDUDUK YANG BESAR MERUPAKAN TANTANGAN BAGI NEGARA JANUARI*. [https://www.kemhan.go.id/balitbang/2024/12/03/jumlah-penduduk-yang-besar-merupakan-tantangan-bagi-negara-indonesia.html#:~:text=Bonus demografi adalah fenomena dimana, jiwa \(BPS tahun 2020\)](https://www.kemhan.go.id/balitbang/2024/12/03/jumlah-penduduk-yang-besar-merupakan-tantangan-bagi-negara-indonesia.html#:~:text=Bonus%20demografi%20adalah%20fenomena%20dimana%20jiwa%20(BPS%20tahun%202020)).
- Khatimah, H. (2018). *Posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat*. 16(1).
- Khatimah, K., Selvia, V., Sugiyarti, A., Gilang, M., Luthfi, M., & Putra, S. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Politik dan Demokrasi di Januari*. 7, 128–143.
- Kurniawan, S. (2024). *Peringatan Darurat: Kekuatan Simbol dan Realitas Digital*. Nasional.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2024/08/22/11255541/peringatan-darurat-kekuatan-simbol-dalam-realitas-digital?page=all>
- Levada, Y. A. (2018). Civic culture. In *Russian Culture at the Crossroads: Paradoxes of Postcommunist Consciousness* (pp. 299–312). <https://doi.org/10.4324/9780429497506>
- Mardatila, A., Nurahman, I., Alfindo, Hapipah, N., & Candra, A. A. (2023). *Meningkatkan Kesadaran Politik Masyarakat Dalam Mengadapi Tantangan*

- Globalisasi Melalui Pendidikan politik. *SEMAYO: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 1(1), 12–22.
- Martinoes, M. R. (2022). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun *Instagram @Localprideindonesia* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fikom UIR. *Repository.Uir.Ac.Id*, 110. <https://repository.uir.ac.id/12341/1/179110027.pdf>
- Mujiarto, C. A., Simamora, F., & Almaida, N. (2024). *Pengaruh Terpaan Konten Politik Instagram @bijakmemilih . id Terhadap Minat Memilih di Pemilu 2024 The Effect of Political Content Exposure Instagram @bijakmemilih . id on Voting Interests in the 2024 Elections*. 13(2), 63–71.
- Nahrowi, Irawati, D., & Yulianto, E. (n.d.). *PERAN STRATEGIS MAHASISWA DALAM MENINGKATKAN KESADARAN POLITIK MASYARAKAT Oleh : Nahrowi, Dewi Irawati dan Eko Yulianto*.
- Narendra, P. W., & Hidayati, U. (2024). Pengaruh terpaan media *Instagram Jogjaeverycore* terhadap online engagement pengikut *Instagram Jogjaeverycore*. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i1.19245>
- Nuriadin, A., Dyan, Y., Harumike, N., Sanggamu, D. T., Studi, P., Komunikasi, I., & Islam, U. (2021). *INTERNET PADA MEDIA MASSA DAN KEHIDUPAN*. 1(1), 1–25.
- P, W. P. (2022). Ketua BEM FKIP UM Sumatera Barat : Demo 11 April Tidak Penting! Benarkah? *Humas UM Sumbar*. <https://umsb.ac.id/berita/index/818-ketua-bem-fkip-um-sumatera-barat-demo-11-april-tidak-penting-benarkah>
- Panggabean, A. D. (2024). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Januari Tahun 2024*. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Panuju, R. (2019). Komunikasi Pemasaran: Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi dan Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran. In *Prenada Media Group*.
- RI, K. K. Dan I. (2010). UNDANG-UNDANG REPUBLIK JANUARI NOMOR 14 TAHUN 2008 TENTANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK DAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK JANUARI NOMOR 61 TAHUN 2010 TENTANG PELAKSANAAN UNDANG-UNDANG NOMOR 14 TAHUN 2008 TENTANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK. *Trends in Cognitive Sciences*, 14(2), 88–100.
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). *Teori Dan Praktik Pendekatan* (Issue 1).
- Sa'idah Fitriyah, N., Azise, N., & Santoso, F. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membentuk Pengetahuan Politik Mahasiswa the Role of Social Media in Shaping Students' Political Knowledge. *Jurnal Abdi Publik*, 02(01), 58–66.
- Sampurna, A., Zainina, A., Aulia, F., Anggianto, I., & Utara, S. (2024). *Tujuan Komunikasi Politik*. 8, 30514–30519.
- Sinaga, D. (2014). *Statistik Dasar*. UKI Press.

- Sinambela, L. P., & Chotim, E. E. (2020). *Statistika Sosial: Teori dan Aplikasi Untuk Mahasiswa dan Peneliti Ilmu-Ilmu Sosial* (Monalisa, Ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sitompul, D. P., Sitorus, Y., Gracia, E., Sibuea, B., Elsi, S. D., Jambi, U., Jambi, U., Jambi, U., & Jambi, U. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU*. 4(5), 767–775.
- Sitorus, H. J., Tanoyo, M., & . I. (2024). Polarisasi Politik Melalui Interaksi Sosial Di *Instagram*: Studi Kasus Pemilu 2024 Di Januari. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 383–394. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1675>
- Sugeng. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Matematika. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suherli, Jamal, M. N., Kamsar, Taslim, M., & Audia Elsaid, D. (2024). Pengaruh Terpaan Informasi Politik Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula dalam Pemilihan Presiden Republik Januari Tahun 2024 di Kota Makassar. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 10(13), 1042–1052. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>
- Suparto, D. (2021). *Membangun Kesadaran dan Partisipasi Politik Masyarakat* (Sixteen, Ed.). Cendikia Press.
- Suryana, C. (2019). *Komunikasi Politik Teori dan Praktik*. Mimbar Pustaka.
- Sutjipto, V. W., Putri, M. L., Sary, M. P., Putri, A. D., Wulandari, H., & Fauziyah, H. N. (2023). Pengaruh Kesadaran Berpolitik Terhadap Partisipasi Politik Kaum Millennial. *Al-KALAM : JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(2), 117. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i2.10898>
- Taniza, A. R. (2023). *Pengaruh Tayangan Konten Politik di Channel Youtube Najwa Shihab terhadap Kesadaran Politik (Studi pada Mahasiswa Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik* <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/89096>
- Tusan, A. R., Hadi, I. P., & Budiana, D. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(1), 4.
- UNISRI, F. (2024). *Peran Media Sosial dalam Kampanye Politik*. Fisip.Unisri.Ac.Id/. <https://fisip.unisri.ac.id/peran-media-sosial-dalam-kampanye-politik/>
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi Konten Digital*. Rekacipta Proxy Media.

- Wardhana, A. (2025). *Instagram Marketing Dalam Pemasaran Media Sosial* (Issue Januari).
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.

