

# Pengaruh Eksposur Konten Politik Di Media Sosial X Terhadap Arah Orientasi Politik Mahasiswa FISIP UNY Pada Pilpres 2024

Inayah Dwi Wulandari <sup>a,1</sup>, Chandra Dewi Puspitasari <sup>b,2</sup>

<sup>1</sup> (inayahdwi.2021@student.uny.ac.id) Mahasiswa Departemen PKnH, Fisip, UNY

<sup>2</sup> (chandradowi@uny.ac.id) Dosen Fakultas Hukum, UNY

<sup>a</sup> Mahasiswa (Departemen Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum FISIP UNY), Yogyakarta Indonesia

<sup>b</sup> Dosen (Departemen Ilmu Hukum Fakultas Hukum UNY), Yogyakarta Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten politik di media sosial X terhadap orientasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Sampel sebanyak 198 responden ditentukan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus Slovin dan taraf kesalahan 7%. Instrumen berupa angket telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,605, artinya penggunaan media sosial X berkontribusi 60,5% dalam membentuk orientasi politik mahasiswa, mencakup aspek kognitif, afektif, dan evaluatif. Sisanya 39,5% dipengaruhi faktor lain seperti lingkungan sosial, keluarga, pendidikan politik formal, dan pengalaman pribadi.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of political content on social media X on the political orientation of students at the Faculty of Social and Political Sciences, Yogyakarta State University, in the context of the 2024 Presidential and Vice-Presidential Election. Using a quantitative approach with an explanatory design, the research involved 198 respondents selected through Slovin's formula with a 7% margin of error and a simple random sampling technique. A questionnaire was used as the research instrument, which had been tested for validity and reliability. Data were analyzed using simple linear regression. The findings show that the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.605, indicating that the use of social media X contributes 60.5% to shaping students' political orientation in cognitive, affective, and evaluative dimensions. The remaining 39.5% is influenced by other factors such as social environment, family background, formal political education, and personal experiences.*

## Sejarah Artikel

Diterima : 11-07-2025

Disetujui: 19-07-2025

## Kata kunci:

media sosial X, orientasi politik, mahasiswa, konten politik, Pemilu

## Keywords:

social media X, political orientation, students, political

## Pendahuluan

Pendidikan Kewarganegaraan (PKn) di Indonesia memainkan peran cukup penting untuk membentuk generasi muda yang memiliki pemahaman mengenai nilai-nilai demokrasi dan tanggung jawab sebagai warga negara. Dalam pelaksanaannya, PKn mengedepankan tiga komponen utama, yaitu pengetahuan kewarganegaraan (*civic knowledge*), keterampilan kewarganegaraan (*civic skills*), dan karakter kewarganegaraan (*civic disposition*). Ketiga komponen utama ini bertujuan membentuk individu yang tidak hanya mengetahui hak dan kewajibannya sebagai warga negara, tetapi juga mampu berperan aktif serta bertanggung jawab dalam kehidupan sosial maupun politik contohnya yaitu pemilihan umum.

Pada dasarnya PKn bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai kebangsaan dan demokrasi generasi muda, agar mereka turut berpartisipasi dalam keberlangsungan demokrasi Indonesia (Nurhayati & Setiawan, 2021, hlm.45). Sementara itu, menurut Andriani & Suryani (2021, hlm.98) menjelaskan bahwa potensi yang dimiliki PKn cukup besar untuk meningkatkan kesadaran politik mahasiswa, terutama dalam memahami pentingnya demokrasi sebagai wujud nyata dari partisipasi warga negara dalam memilih pemimpin. Hal ini membuktikan bahwa PKn berperan dalam mengembangkan sikap kritis dan partisipasi politik yang bertanggung jawab.

Di Indonesia, demokrasi diwujudkan melalui pemilihan umum yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur serta adil. Dalam hal ini, keterlibatan mahasiswa sebagai kelompok intelektual dan agen perubahan memiliki peran penting dalam memastikan berjalannya demokrasi yang sehat. Akan tetapi, faktanya orientasi politik mahasiswa Indonesia pada saat ini mengalami dinamika yang memunculkan sejumlah permasalahan. Salah satunya yakni golput (golongan putih) atau tidak menggunakan hak suaranya pada pemilu. Sikap apatis ini kerap muncul karena banyak mahasiswa merasa sistem politik yang ada penuh dengan korupsi dan kurang transparan. Selain itu, sebagian dari mereka beranggapan bahwa suara mereka tidak akan berpengaruh besar terhadap hasil pemilu, sehingga akhirnya memilih untuk tidak berpartisipasi.

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik, jumlah masyarakat yang tidak menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2014 mencapai 58,61 juta orang atau sekitar 30,22% dari total pemilih. Sementara itu, pada Pemilu 2019, angka golput mengalami penurunan menjadi 34,75 juta orang atau setara dengan 18,02% dari keseluruhan pemilih. Kemudian, pada pemilu di Indonesia tahun 2024, diperoleh data Gen Z yang akan berusia 12-27 tahun jumlahnya mencapai sekitar 75,94 juta orang atau 27,95%. Selanjutnya, data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) menjelaskan bahwa generasi muda mendominasi pemilih sebanyak 55% dari jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada pemilu tahun 2024 ini.

Melihat dominasi generasi muda sebagai pemilih dalam Pemilu 2024 serta masih tingginya angka golput dalam dua periode pemilu sebelumnya, diperlukan upaya sosialisasi kepada generasi muda, khususnya pemilih pemula, menjadi hal yang cukup krusial. Sosialisasi ini bertujuan untuk mendorong partisipasi mereka dalam pemilu serta meningkatkan pemahaman mereka mengenai politik agar lebih sadar akan pentingnya peran mereka dalam menentukan arah kebijakan negara. (Suoth & Suidarma, 2024, hlm.169).

Masalah lainnya timbul karena minimnya literasi politik. Sebagian besar mahasiswa masih memiliki wawasan politik yang minim. Mereka belum sepenuhnya memahami bagaimana sistem pemerintahan bekerja, apa saja peran lembaga negara, serta bagaimana proses pemilu sebenarnya berlangsung. Akibatnya, pandangan politik mereka sering kali tidak didasarkan pada analisis yang mendalam, melainkan sekadar mengikuti pendapat yang berkembang di sekitar mereka atau dari media yang mereka konsumsi. Kondisi ini membuat mereka lebih rentan terpengaruh oleh narasi politik yang belum tentu benar atau berdasarkan fakta. Mahasiswa saat ini lebih terbiasa menggunakan media sosial, sehingga platform tersebut dapat memengaruhi cara mereka menerima informasi mengenai kinerja para calon. Bahkan, media sosial sering kali memainkan peran dalam membentuk perilaku serta dinamika pemilih muda dalam menentukan pilihan politik mereka. Media sosial terkadang dapat memengaruhi cara berpikir dan keputusan yang diambil oleh mahasiswa dalam memilih calon mereka. (Setiawan & Djafar, 2023, hlm.202).

Hal tersebut semakin memperkuat bahwa keterlibatan mahasiswa dalam politik di era digitalisasi ini cukup dipengaruhi oleh media sosial. Menurut Chris Brogan (dalam Titahena, 2023, hlm. 45), media sosial merupakan inovasi dalam sarana komunikasi dan kolaborasi yang memberikan akses terhadap bentuk-bentuk interaksi yang sebelumnya sulit dijangkau oleh masyarakat luas. Awalnya berfungsi sebagai wadah untuk menjalin hubungan sosial, media sosial kini telah berkembang menjadi ruang digital yang berperan penting dalam membentuk pandangan serta kecenderungan politik publik.

Menurut Miranda (2024) memaparkan bahwa berdasarkan data reportal menunjukkan bahwa secara global pengguna media sosial di awal tahun 2024, diperkirakan mencapai sekitar 4.7 miliar pengguna. Sementara itu, setiap tahun penggunaannya di Indonesia semakin meningkat. Menurut Annur (2024) menjelaskan berdasarkan data statistik dari databoks jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 191 juta orang, atau sekitar 73,7% dari total populasi.

Dari jumlah tersebut, sebanyak 167 juta di antaranya merupakan pengguna aktif, setara dengan 64,3% penduduk. Sementara itu, tingkat penetrasi internet di Indonesia tercatat mencapai 242 juta pengguna, yang merepresentasikan 93,4% dari keseluruhan populasi. Sementara itu, di tahun 2025 ini pengguna media sosial menurut GoodStat mencapai 5 milyar. Berdasarkan data dari *We Are Social* dan *Meltwater* (2024), menunjukkan bahwa pada bulan Januari 2024 media sosial X memiliki pengguna sebanyak 57,5%. (Anggreani, 2024). Menurut Ardiansyah (dalam Nurdianti, 2023, p.2) media sosial X menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan, terutama di kalangan pengguna berusia 18-24 tahun, yang merupakan demografi mahasiswa. Sebagai bagian dari kelompok tersebut, memiliki akses luas terhadap media sosial dan berpotensi besar terpengaruh dalam membentuk preferensi politik mereka. Data statistik terbaru dari *We Are Social and Meltwater* (2024), menunjukkan bahwa pengguna media sosial X di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 24,85 juta orang. Sebagian besar pengguna adalah mahasiswa dengan persentase 32,7% dari total pengguna.

Seiring berkembangnya zaman, media sosial X tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi melainkan menjadi wadah bagi penggunanya untuk berdiskusi berbagai topik, salah satunya yaitu topik politik. Media ini juga menjadi salah satu *platform* yang digunakan untuk menarik orientasi politik masyarakat terutama mahasiswa di masa pemilihan presiden tahun 2024 ini. Oleh sebab itu, beberapa partai politik memanfaatkan X dalam berbagai cara untuk mencapai tujuan kampanye mereka, (Bagyratnam, 2024). X dipilih sebagai salah satu alat untuk melancarkan aktivitas kampanye karena penggunaanya cukup banyak dari berbagai kalangan. Kemudian, media sosial ini dapat digunakan sebagai dorongan dalam partisipasi politik serta memperkuat jangkauan Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk mempublikasikan informasi mengenai pemilihan presiden. (Arpandi, 2023, hlm.45). Selain itu, platform ini juga digunakan untuk berkomunikasi langsung dengan pemilih melalui diskusi, jajak pendapat, dan interaksi lainnya yang berhubungan dengan pemilihan umum presiden.

Media sosial X juga dapat membawa dampak negatif yang tidak dapat diabaikan. Menurut Pora et al. (2022, hlm.35) menjelaskan bahwa media sosial seperti X memiliki potensi menjadi platform yang rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak benar. Fenomena ini menjadi salah satu masalah yang sering muncul sehingga menimbulkan disinformasi. Berita-berita bohong, mengenai kandidat presiden atau isu sensitif lainnya, kerap menjadi viral dan membingungkan mahasiswa. Beberapa dari mereka ada yang belum memiliki kemampuan memadai dalam memilah informasi yang benar dan akurat. Hal ini menimbulkan misinformasi, serta propaganda politik yang tersebar sering kali membentuk opini mereka secara tidak seimbang. Situasi ini semakin diperburuk oleh efek filter *bubble* dan *echo chamber*, di mana mahasiswa cenderung hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri, tanpa mempertimbangkan sudut pandang lain yang berbeda.

Polarisasi politik yang terjadi di media sosial X semakin memperburuk kualitas diskusi politik mahasiswa. Diskusi yang awalnya bersifat konstruktif sering berubah menjadi konflik karena algoritma media sosial memperkuat pandangan yang sudah dimiliki pengguna. Mahasiswa yang mengakses konten dari kelompok tertentu cenderung hanya menerima informasi searah, sehingga wawasan mereka menjadi sempit dan tidak seimbang. Selain itu, sikap politik mahasiswa cenderung tidak konsisten. Mereka mudah berpindah dukungan antar kandidat, tergantung pada tren yang sedang viral atau pengaruh lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa belum memiliki orientasi politik yang jelas dan lebih banyak mengikuti arus tanpa pertimbangan rasional. Media sosial X berperan besar dalam hal ini, karena mampu menyebarkan narasi politik secara cepat

dan luas, yang sering kali membentuk keputusan politik berbasis emosi dan popularitas, bukan analisis objektif.

Situasi tersebut mendorong pentingnya penelitian mengenai pengaruh konten politik di media sosial X terhadap orientasi politik mahasiswa, khususnya dalam konteks Pemilihan Umum Presiden 2024. Penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa media sosial memengaruhi partisipasi dan orientasi politik mahasiswa, namun belum ada yang secara spesifik meneliti pengaruh media sosial X. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih terfokus pada platform X sebagai variabel utama.

Peneliti memilih judul “Pengaruh Eksposur Konten Politik Di Media Sosial X Terhadap Arah Orientasi Politik Mahasiswa FISIP UNY Pada Pilpres 2024” untuk mengukur sejauh mana media sosial X berperan dalam membentuk orientasi politik mahasiswa. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UNY dipilih karena dikenal sebagai “fakultas pergerakan” yang merepresentasikan semangat kritis dan partisipatif mahasiswa. Fakultas ini juga menaungi berbagai program studi yang relevan dengan isu politik, hukum, dan sosial, serta dihuni oleh mahasiswa dari berbagai daerah yang memberikan keragaman perspektif.

Subjek penelitian difokuskan pada mahasiswa jenjang S-1, bukan S-2 atau S-3, karena mereka berada dalam rentang usia 18–24 tahun kelompok pengguna media sosial paling dominan dan paling rentan mengalami pembentukan orientasi politik melalui media sosial X. Data dari We Are Social menunjukkan bahwa usia ini merupakan demografi utama pengguna media sosial di Indonesia. Selain itu, hasil survei MAFINDO mengungkapkan bahwa 45% mahasiswa mengalami perubahan preferensi politik akibat paparan informasi di media sosial, namun sebagian besar belum memiliki kemampuan verifikasi informasi yang baik. Fakta ini memperkuat urgensi penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial X terhadap orientasi politik mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNY, dan diharapkan dapat menjawab celah dari penelitian-penelitian sebelumnya.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh eksposur konten politik di media sosial X terhadap arah orientasi politik mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 6.806 mahasiswa program sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel ditentukan menggunakan teknik *simple random sampling* agar setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden. Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 7%. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh sampel sebanyak 198 responden.

Instrumen penelitian berupa angket tertutup yang disusun dalam skala Likert lima tingkat, dengan pilihan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Penyebaran angket dilakukan secara daring melalui platform digital kepada responden yang telah dipilih secara acak. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah eksposur konten politik di media sosial X. Variabel ini diukur melalui tiga dimensi, yaitu intensitas penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi, dan tingkat keterlibatan pengguna. Variabel terikat adalah orientasi politik mahasiswa, yang diukur melalui tiga dimensi menurut Almond dan Verba, yaitu kognitif (pengetahuan politik), afektif (ketertarikan terhadap isu politik), dan evaluatif (kemampuan menilai isu politik secara kritis).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Uji validitas dilakukan dengan melibatkan tiga orang ahli (*expert judgement*) untuk memberikan penilaian terhadap instrumen. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,7. Uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach’s Alpha, dengan kriteria nilai alpha lebih besar dari 0,7 menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif untuk mengetahui kecenderungan data, uji

prasyarat analisis yang mencakup normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas, uji regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh antara eksposur konten politik di media sosial X terhadap arah orientasi politik mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta serta analisis inferensial.

## Hasil dan Pembahasan

Untuk memperoleh hasil penelitian yang valid, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, peneliti terlebih dahulu melakukan serangkaian pengujian terhadap instrumen dan data yang akan digunakan. Pengujian awal difokuskan pada validitas dan reliabilitas instrumen agar alat ukur yang digunakan benar-benar mampu merepresentasikan variabel yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan pendekatan validitas isi melalui teknik Aiken's V, dengan melibatkan tiga orang ahli dari bidang Pendidikan Kewarganegaraan. Hasil uji menunjukkan bahwa sebagian besar butir pernyataan dalam instrumen variabel media sosial X dan orientasi politik mahasiswa berada dalam kategori validitas tinggi, yakni memiliki indeks Aiken's V di atas 0,8. Secara rinci, seluruh butir pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid, sementara dari 27 butir pada variabel X, sebanyak 22 butir memiliki validitas tinggi dan 5 butir lainnya berada pada kategori sedang, tetapi tetap memenuhi syarat kelayakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat konsistensi internal dari instrumen, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Uji ini melibatkan 41 mahasiswa di luar sampel utama sebagai responden uji coba. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa instrumen untuk variabel media sosial X memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,799, sedangkan variabel orientasi politik memiliki nilai sebesar 0,816. Kedua nilai tersebut berada di atas ambang batas minimum 0,7, yang mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan dalam angket memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap prasyarat analisis regresi guna memastikan bahwa data memenuhi asumsi dasar yang diperlukan untuk uji inferensial. Uji normalitas residual dilakukan dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,062 ( $> 0,05$ ), yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal dan tidak menyimpang dari asumsi distribusi parametrik. Berikut disajikan tabel dari hasil uji normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		198
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.45610057
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.049
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS 25 diolah oleh peneliti, 2025

Kemudian, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen dan dependen, dilakukan uji linearitas dengan menggunakan analisis ANOVA. Hasilnya menunjukkan

nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ), yang berarti terdapat hubungan linear yang signifikan antara eksposur konten politik di media sosial X dengan orientasi politik mahasiswa. Selanjutnya, untuk menguji homogenitas varians residual, dilakukan uji homoskedastisitas. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,917 ( $> 0,05$ ), yang menunjukkan bahwa sebaran residual bersifat homogen dan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Berikut disajikan tabel hasil analisis uji homoskedastisitasnya.

Tabel 2. Hasil Uji Homoskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.667	1.518		2.415	.017
	Media Sosial X	-.002	.024	-.007	-.105	.917

a. Dependent Variable: residual\_positif

Sumber: Output SPSS 25 diolah oleh peneliti, 2025

Dengan terpenuhinya seluruh uji prasyarat tersebut, maka analisis inferensial dapat dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linear sederhana. Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh eksposur konten politik di media sosial X terhadap orientasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta dalam konteks Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024. Hasil analisis regresi akan diuraikan lebih lanjut pada bagian berikut sebagai dasar dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial X memiliki pengaruh yang signifikan terhadap orientasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta, pada Pemilihan Presiden dan wakil presiden tahun 2024.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa berinteraksi dengan konten politik melalui platform X, semakin tinggi pula kesadaran mereka terhadap isu-isu politik nasional, pemahaman terhadap dinamika politik yang terjadi, serta pembentukan sikap politik yang lebih reflektif. Hal ini mencerminkan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi salah satu instrumen penting dalam proses pembentukan orientasi politik generasi muda, yang sebelumnya banyak dipengaruhi oleh media konvensional.

Fenomena tersebut sejalan dengan pendapat Rahmawati (2022, hlm. 110) yang menegaskan bahwa tingginya keterpaparan informasi politik melalui media sosial secara signifikan mempercepat proses pembentukan orientasi politik, terutama dalam konteks kompetisi elektoral yang dinamis. Untuk menguatkan hubungan tersebut, dilakukan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,668 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Angka ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial X dan orientasi politik mahasiswa.

Lebih lanjut, hasil perhitungan uji-t menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 17,325 jauh melampaui nilai t-tabel pada taraf signifikansi 5%, yang secara statistik menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas, yaitu intensitas penggunaan media sosial X, dan variabel terikat, yakni orientasi politik mahasiswa, tidak terjadi secara kebetulan semata. Nilai t-hitung yang sangat signifikan ini memperkuat bukti bahwa variabel independen memiliki kontribusi nyata dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen. Dengan demikian, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara eksposur terhadap konten politik di media sosial X terhadap orientasi politik mahasiswa FISIP Universitas Negeri Yogyakarta dinyatakan diterima. Sebaliknya, hipotesis nol ( $H_0$ ), yang menyatakan tidak adanya pengaruh, ditolak dengan tingkat

keyakinan yang tinggi berdasarkan pengujian statistik yang dilakukan. Berikut ini adalah tabel hasil analisis regresi linear sederhana.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.282	2.473		8.200	.000
	Media Sosial X	.668	.039	.778	17.325	.000

a. Dependent Variable: Orientasi Politik

Sumber: Output SPSS 25 diolah oleh peneliti,25

Temuan ini juga menunjukkan bahwa media sosial X tidak hanya menjadi saluran penyampaian informasi, tetapi juga bertindak sebagai aktor yang memengaruhi persepsi dan prioritas publik. Hal ini sesuai dengan teori *agenda setting* yang dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972), yang menyatakan bahwa media tidak langsung memengaruhi apa yang dipikirkan masyarakat, tetapi memengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik melalui penonjolan isu tertentu. Dalam konteks platform X, fitur seperti *trending topic*, *retweet*, dan *thread* edukatif berperan dalam membentuk sorotan terhadap isu politik yang sedang hangat.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dila Agis D. dkk. (2023) dari Universitas Siliwangi yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berdampak signifikan pada partisipasi politik, terutama dalam aspek akses informasi politik dan keterlibatan lintas kelompok pandangan politik. Penelitian tersebut menekankan bahwa mahasiswa cenderung menyaring dan menyebarkan informasi politik yang mereka nilai penting, sejalan dengan prinsip seleksi isu dalam agenda setting. Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,605, dapat disimpulkan bahwa sekitar 60,5% variasi dalam orientasi politik mahasiswa dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial X.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 <sup>a</sup>	.605	.603	4.467

a. Predictors: (Constant), Media Sosial X

Sumber: Output SPSS 25 diolah oleh peneliti,2025

Dari table di atas menunjukkan bahwa penggunaan Media Sosial X memberikan kontribusi sebesar 60,5% dalam membentuk atau memengaruhi orientasi politik mahasiswa S-1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta. Sementara itu, sisanya yaitu sebesar 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini, seperti lingkungan keluarga, pendidikan politik formal, pengalaman pribadi, atau pengaruh media lainnya. Nilai R Square sebesar 0,605 ini termasuk dalam kategori kuat, yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dan layak dalam menjelaskan hubungan antara kedua variable.

Temuan ini selaras dengan teori ketergantungan media yang dikemukakan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (1976). Teori tersebut menjelaskan bahwa dalam kondisi sosial yang kompleks, individu menjadi lebih bergantung pada media untuk memperoleh kejelasan informasi dan orientasi. Mahasiswa sebagai generasi digital cenderung menjadikan media sosial sebagai rujukan utama dalam memahami dinamika politik nasional, termasuk informasi mengenai calon presiden, kebijakan publik, hingga opini politikus. Berikut adalah hasil analisis koefisien determinasi.

Apabila dikaitkan dengan penelitian yang lain, hasil penelitian ini juga memiliki keselarasan dengan penelitian Ahmad Salman Farid (2023) dari STAIN Mandailing Natal. Dalam penelitian beliau, ditemukan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik berpengaruh terhadap perilaku politik, persepsi publik, dan intensitas partisipasi politik. Hal ini menegaskan bahwa media sosial X tak hanya menjadi media penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang di mana persepsi dan sikap politik dibentuk dan dipertajam. Akan tetapi, meskipun intensitas penggunaan tinggi, tidak semua mahasiswa menunjukkan orientasi politik yang seragam. Variasi respons ini selaras dengan teori *obstinate audience* yang dikemukakan oleh Schramm dan Roberts (1971), yang menyatakan bahwa audiens bukan penerima informasi pasif, melainkan pihak yang aktif menyaring, menerima, atau bahkan menolak informasi yang tidak sejalan dengan nilai atau keyakinannya. Dalam hal ini, mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta terlihat memilih akun yang menurut mereka kredibel, serta cenderung menghindari informasi politik yang dianggap tidak sesuai dengan pandangannya.

Temuan serupa juga terlihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Dimaz Oktama dan kolega (2023) dari Universitas Negeri Padang, yang menyoroti perilaku pemilih pemula dalam konteks Pilkada. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa media sosial memang berpengaruh, namun audiens memiliki peran aktif dalam menentukan mana informasi yang akan dijadikan rujukan. Keterlibatan aktif mahasiswa sebagai audiens kritis menjadi bukti bahwa efek media sosial bukanlah satu arah, tetapi melalui proses interaksi yang kompleks.

Kondisi tersebut berkaitan erat dengan cara orientasi politik mahasiswa terbentuk dan berkembang sebagai hasil dari interaksi mereka dengan informasi politik di media sosial. Orientasi politik merupakan istilah yang menggambarkan sikap, nilai, serta pandangan individu atau kelompok terhadap sistem dan proses politik yang berlangsung. Hal ini meliputi keyakinan mereka terhadap sistem politik yang ada serta keterlibatan mereka dalam berbagai proses politik. (Yani et.al, 2022, p.5) Menurut Kurniawan (2024, p.1163) menjelaskan bahwa orientasi politik mencakup kesamaan nilai dan cita-cita di antara anggota sebuah kelompok yang terorganisir, dengan tujuan untuk meraih kekuasaan politik sekaligus melaksanakan program-program yang telah direncanakan. Penjelasan ini menegaskan bahwa orientasi politik tidak hanya terbatas pada sudut pandang personal, tetapi juga melibatkan dimensi kolektif dalam mencapai tujuan politik bersama. Di sisi lain, orientasi politik juga mencakup pemahaman tentang peran dan fungsi kelompok politik dalam proses pemilu (Prasojo, 2021, p.215). Kelompok politik berupaya menempatkan kandidat mereka dalam posisi strategis melalui mekanisme demokrasi.

Dalam penelitian ini orientasi politik dianalisis berdasarkan tiga dimensi utama sebagaimana dikemukakan oleh Gabriel Almond dan Sidney Verba (1963), yaitu orientasi kognitif, orientasi afektif, dan orientasi evaluatif. Ketiga dimensi ini secara konseptual merepresentasikan cara individu berinteraksi secara psikologis dengan sistem politik, baik dalam hal pengetahuan, perasaan, maupun penilaian terhadap unsur-unsur politik yang ada di sekitarnya.

Orientasi kognitif merujuk pada tingkat pengetahuan dan pemahaman individu terhadap sistem politik, termasuk pemahaman mengenai lembaga-lembaga negara, aturan main dalam politik, proses pemilu, serta peran dan tanggung jawab sebagai warga negara. Dalam konteks mahasiswa, orientasi

kognitif tercermin dari sejauh mana mereka memahami struktur pemerintahan, mengenali aktor-aktor politik, serta mengikuti isu-isu politik aktual baik secara lokal maupun nasional. Orientasi afektif menggambarkan perasaan, emosi, dan keterikatan seseorang terhadap simbol-simbol politik, seperti bendera, lagu kebangsaan, tokoh politik, atau partai politik. Dimensi ini mengukur sejauh mana individu merasa bangga, loyal, atau bahkan kecewa terhadap sistem politik yang ada. Pada mahasiswa, orientasi afektif dapat dilihat dari sikap emosional mereka terhadap calon presiden tertentu, kepercayaan terhadap lembaga negara, atau reaksi terhadap peristiwa politik yang viral di media sosial. Respons afektif ini penting karena dapat mempengaruhi partisipasi politik mereka secara spontan, misalnya melalui dukungan simbolik di media sosial atau keterlibatan dalam aksi kolektif.

Orientasi evaluatif berkaitan dengan sikap kritis dan penilaian normatif individu terhadap kebijakan politik, perilaku aktor politik, dan nilai-nilai yang dianut oleh sistem politik. Dimensi ini mencerminkan sejauh mana individu mampu mengevaluasi apakah kebijakan tertentu adil, akuntabel, atau sesuai dengan kepentingan publik. Dalam konteks mahasiswa, orientasi evaluatif terlihat dari kecenderungan mereka untuk menilai kualitas kepemimpinan, menyoroti isu korupsi, atau mendukung petisi yang berkaitan dengan kebijakan publik. Dimensi ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya mengikuti perkembangan politik, tetapi juga memiliki sikap yang reflektif dan berbasis nilai dalam menyikapi realitas politik. Hasil analisis menunjukkan bahwa mahasiswa FISIP Universitas Negeri Yogyakarta memiliki orientasi politik yang tinggi, terutama pada aspek kognitif dan evaluatif. Skor tinggi pada dimensi kognitif menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memahami sistem politik, lembaga pemerintahan, dan aktor politik di Indonesia. Hal ini terlihat dari pernyataan "Saya merasa harus menggunakan hak pilih saya dalam Pemilu 2024", yang disetujui oleh 60,1% mahasiswa dan sangat disetujui oleh 30,8% lainnya.

Tingginya skor pada dimensi kognitif menggambarkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki pemahaman yang baik mengenai sistem politik, peran lembaga pemerintahan, dan aktor-aktor politik di Indonesia. Hal ini tercermin dari hasil pada indikator "Saya merasa harus menggunakan hak pilih saya dalam Pemilu 2024", di mana sebanyak 119 mahasiswa (60,1%) menyatakan sangat setuju dan 61 mahasiswa (30,8%) setuju. Persentase ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki kesadaran politik, tetapi juga memahami hak dan tanggung jawab mereka sebagai warga negara. Informasi politik ini banyak mereka peroleh dari paparan konten edukatif dan opini politik di media sosial X, yang turut memperkuat pemahaman mereka secara kognitif. Sementara itu, pada dimensi afektif, keterlibatan emosional mahasiswa terhadap isu dan tokoh politik juga cukup tinggi. Hal ini terlihat dari pernyataan "Saya mendukung petisi atau gerakan politik yang saya anggap penting", yang disetujui oleh 85 mahasiswa (42,9%) dan sangat disetujui oleh 93 mahasiswa (47,0%). Data ini menunjukkan bahwa hubungan mahasiswa dengan dunia politik tidak bersifat netral, tetapi diwarnai dengan keterlibatan emosional dan preferensi terhadap isu atau tokoh politik tertentu.

Adapun pada dimensi evaluatif, mahasiswa menunjukkan kemampuan dalam menilai kebijakan politik secara kritis. Pernyataan seperti "Saya aktif membagikan pendapat politik saya di media sosial" memperoleh persetujuan dari 88 mahasiswa (44,4%) dan sangat disetujui oleh 74 mahasiswa (37,4%). Selain itu, 106 mahasiswa (53,5%) setuju dan 77 mahasiswa (38,9%) sangat setuju bahwa mereka mendukung diskusi politik yang sehat di media sosial X. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menyerap informasi, tetapi juga memilah dan mengevaluasi informasi secara aktif. Mereka terlibat dalam percakapan politik digital dengan cara yang reflektif dan berbasis nilai-nilai pribadi yang diyakini.

Dengan demikian, data-data tersebut memperkuat bahwa orientasi politik mahasiswa bukan hanya terbentuk oleh paparan informasi secara kuantitatif, tetapi juga oleh proses berpikir kritis,

keterlibatan emosional, serta interaksi aktif yang dilakukan mahasiswa dalam lingkungan digital. Tiga dimensi orientasi politik menurut Almond dan Verba, kognitif, afektif, dan evaluatif, terlihat berkembang secara berimbang melalui intensitas penggunaan media sosial X yang tinggi di kalangan mahasiswa S-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2024.

Keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan media sosial X dapat dianalisis melalui lensa teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch (1973). Teori ini berangkat dari asumsi bahwa individu bukanlah penerima pasif, melainkan pengguna aktif yang secara selektif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan informasi, hiburan, ekspresi identitas, dan interaksi sosial. Dalam konteks ini, mahasiswa memanfaatkan media sosial X sebagai sarana untuk mengakses informasi politik, mengekspresikan identitas ideologis, serta menjalin interaksi dalam komunitas digital yang mendukung pandangan politik mereka. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa media sosial X tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang diskursif yang mampu membentuk, memperkuat, bahkan mengubah orientasi politik berdasarkan kebutuhan dan motivasi individual.

Dengan demikian, data menunjukkan bahwa variasi orientasi politik mahasiswa paling menonjol terdapat pada dimensi afektif dan evaluatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya mengonsumsi informasi politik, tetapi juga merespons secara aktif melalui sikap emosional dan penilaian terhadap isu serta tokoh politik tertentu. Hal ini menegaskan bahwa orientasi politik mahasiswa bersifat reflektif terhadap eksposur konten politik di media sosial dan dipengaruhi oleh pengalaman interaksi digital yang intens.

Dalam hal ini, teori konflik sosial dari Lewis A. Coser menjadi kerangka yang tepat untuk membaca dinamika yang muncul. Coser menjelaskan bahwa konflik, terutama yang muncul dari perbedaan pandangan atau pertentangan ide, bukan semata-mata sesuatu yang merusak, melainkan bagian penting dari proses sosial yang dapat memperjelas batas identitas kelompok serta memperkuat solidaritas internal. Relevansi teori ini tercermin dari data penelitian yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mendukung petisi politik (89,9%), menyatakan pendapat politik secara terbuka (81,8%), dan cenderung menyaring informasi yang sesuai dengan keyakinannya. Situasi ini menggambarkan adanya keterlibatan emosional dan ideologis dalam aktivitas politik digital yang tidak lepas dari potensi konflik simbolik.

Penggunaan media sosial X secara intens oleh mahasiswa bukan hanya mendorong partisipasi politik secara aktif, tetapi juga membentuk ruang sosial tempat terjadinya pertukaran ide, perdebatan, dan konsolidasi pandangan politik. Konflik yang muncul dalam interaksi daring ini justru berperan dalam mempertegas posisi ideologis mereka, sekaligus memperkuat orientasi politik yang terbentuk secara sadar berdasarkan afiliasi, pengalaman, dan paparan informasi digital yang terus-menerus.

## Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial X memainkan peran penting dalam pembentukan orientasi politik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi politik, tetapi juga sebagai ruang diskusi, ekspresi, dan pembentukan identitas politik yang aktif. Mahasiswa memanfaatkan media sosial untuk mengeksplorasi informasi, membandingkan pandangan, dan merumuskan sikap politik mereka terhadap isu-isu aktual. Pengaruh media sosial X terhadap orientasi politik bersifat multidimensi, karena melibatkan interaksi antara faktor personal, algoritma media, serta dinamika sosial yang terjadi di ruang digital. Mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh isi konten, tetapi juga oleh cara mereka memilah, merespons, dan menyebarkan informasi tersebut dalam jaringan sosial mereka. Oleh karena itu, selain menjadi media edukasi politik yang efektif, media sosial juga

membawa tantangan baru dalam hal penyaringan informasi, potensi polarisasi, dan konsistensi sikap politik. Dalam konteks ini, penting bagi institusi pendidikan dan penyelenggara pemilu untuk memperkuat literasi digital dan pendidikan kewarganegaraan sebagai fondasi dalam membentuk partisipasi politik yang rasional dan bertanggung jawab. Pemahaman terhadap cara kerja media sosial serta kesadaran kritis terhadap informasi politik menjadi kunci agar generasi muda mampu menjalankan perannya sebagai pemilih yang cerdas dan aktif dalam proses demokrasi.

## Referensi

- Andriani, N., & Suryani, A. (2021). Pendidikan Kewarganegaraan dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 11(2), 95–104.
- Anggreani, D. (2024). Media sosial dan pengaruhnya terhadap pemilih muda di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Politik Digital*, 7(1), 34–48.
- Annur, C. M. (2024). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2024. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id>
- Arpandi, I. (2023). Pengaruh kampanye digital terhadap preferensi politik generasi milenial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 10(1), 45–60.
- Bagyratnam, D. (2024). Strategi komunikasi politik partai melalui media sosial. *Jurnal Politik dan Demokrasi*, 12(2), 111–122.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- Dila Agis, D., Isri Nurani, M., Nuryana Alfarizi, & Rifa Datul H. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Politik*, 8(1), 55–70.
- Dimaz, O., Prasetya, H., & Fitriani, L. (2023). Perilaku pemilih pemula dan peran media sosial dalam Pilkada. *Jurnal Politik Lokal*, 9(2), 102–114.
- Fajar Kurniawan. (2023). Partisipasi politik mahasiswa di era digital. *Jurnal Demokrasi Digital*, 6(1), 20–35.
- GoodStat. (2025). Proyeksi jumlah pengguna media sosial global. *Global Digital Report 2025*. <https://goodstat.org>
- Gunawan, R. (2023). Media sosial dan pembentukan opini publik mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 5(2), 80–89.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kurniawan, F. (2024). Orientasi politik generasi muda dalam pemilu 2024. *Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 11(3), 1159–1170.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Miranda, E. (2024). Tren digital dan pengaruh media sosial global. *Jurnal Informasi Digital*, 7(1), 12–25.
- Nurdianti, S. (2023). Penggunaan media sosial oleh mahasiswa dan efeknya terhadap pemahaman politik. *Jurnal Komunikasi Mahasiswa*, 4(2), 1–12.

- Nurhayati, T., & Setiawan, A. (2021). Pendidikan politik dan sikap kritis mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 9(2), 40–52.
- Pora, M., Hutagalung, R., & Nurlita, T. (2022). Disinformasi politik di media sosial X dan dampaknya terhadap pemilih muda. *Jurnal Media dan Demokrasi*, 10(1), 30–40.
- Prasojo, H. (2022). Aktivisme politik digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Politik Digital*, 5(2), 60–73.
- Putra, D., & Wijaya, A. (2022). Algoritma media sosial dan echo chamber politik. *Jurnal Teknologi dan Politik*, 4(3), 88–97.
- Rahmawati, I. (2022). Intensitas penggunaan media sosial dan pembentukan orientasi politik. *Jurnal Politik Indonesia*, 13(2), 105–115.
- Sari, M. (2023). Preferensi media generasi Z dalam mengakses informasi politik. *Jurnal Sosial Media dan Politik*, 6(1), 140–150.
- Schramm, W., & Roberts, D. F. (1971). *The process and effects of mass communication*. University of Illinois Press.
- Setiawan, A., & Djafar, F. (2023). Efek media sosial terhadap keputusan politik mahasiswa. *Jurnal Politik Pemuda*, 4(1), 200–210.
- Suoth, H. R., & Suidarma, N. (2024). Sosialisasi politik dan literasi pemilih pemula. *Jurnal Ilmu Politik dan Kewarganegaraan*, 10(1), 165–178.
- Titahena, N. (2023). Media sosial sebagai ruang publik baru. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 9(2), 44–52.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. <https://wearesocial.com/insights/digital>
- Yani, L., Ramadhan, A., & Nur Azizah. (2022). Orientasi politik mahasiswa dalam dinamika demokrasi Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 11(1), 1–15.-