

Hubungan Informasi Media Sosial Dengan Pilihan Pemilih Pemula Dalam Memilih Calon Pemimpin

Nunung Darwati¹ & Ofi Hidayat²

¹Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

²Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Email Korespondensi: nunungdarwati8@gmail.com

Tanggal Submitt: 12 September 2025 Tanggal diterima: 13-10-2025 Tanggal Terbit: 31-12-2025

Abstrak: Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik, terutama di kalangan pemilih pemula. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara informasi media sosial dan perilaku politik pemilih pemula dengan pendekatan kuantitatif berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Data dikumpulkan melalui survey dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara informasi media sosial dan sikap terhadap perilaku (ATTB), dengan nilai koefisien 0,556, t-statistik 10,989, dan p-value 0,000. Namun, hubungan antara informasi media sosial dan niat memilih ditemukan sangat lemah. Sebaliknya, niat memilih memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*), dengan nilai koefisien 0,586, t-statistik 9,749, dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun informasi di media sosial berkaitan dengan pembentukan sikap politik, niat memilih lebih berkaitan dengan persepsi individu terhadap kendali atas tindakannya. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi komunikasi politik yang mempertimbangkan faktor psikologis dan persepsi dalam menjangkau pemilih pemula.

Kata Kunci: Media sosial, Pemilih pemula, SmartPLS, *Theory of planned behavior*

Abstract: The development of social media has changed the patterns of political communication, particularly among first-time voters. This study aims to explore the relationship between social media information and the political behavior of new voters, using a quantitative approach based on the *Theory of Planned Behavior* (TPB). Data were collected through surveys and analyzed using *Structural Equation Modeling* (SEM) with the help of SmartPLS. The results reveal a significant relationship between social media information and attitudes toward behavior (ATTB), with a coefficient value of 0.556, t-statistic of 10.989, and p-value of 0.000. However, the relationship between social media information and voting intention is found to be very weak. On the other hand, voting intention shows a strong and significant relationship with perceived behavioral control, with a coefficient of 0.586, t-statistic of 9.749, and p-value of 0.000. These findings suggest that while social media is related to the formation of political attitudes, voting intention is more closely linked to individuals' perceived control. This study highlights the importance of political communication strategies that consider psychological and perceptual factors when engaging new voters.

Keywords: Social media, New voters, SmartPLS, *Theory of planned behavior*

PENDAHULUAN

Salah satu komponen pemilih yang masih mendapat banyak perhatian yaitu kelompok milenial dan gen Z karena mendominasi sebanyak 55% dari jumlah penduduk di Indonesia¹. Di tahun 2024, terutama dalam pelaksanaan PILKADA tentunya ada penambahan pemilih yang disebut dengan pemilih pemula. Menurut KPU (2024), yang dimaksud dengan pemilih pemula adalah warga negara yang baru memperoleh hak pilih, yakni mereka yang telah mencapai usia 17 tahun, telah menikah, atau pernah menikah. Komisi pemilihan umum (KPU) mencatat bahwa jumlah daftar pemilih tetap (DPT) dalam PEMILU 2024 mencapai 204.807.222 orang (KPU, 2024). Pemilih ini terbagi di 38 provinsi yang tersebar di dalam negeri dan pemilih luar negeri di 128 negara perwakilan².

Pemilih pemula yang merupakan kategori remaja masih minim pengalaman termasuk pengalaman politik karena pertama kali melakukan pemilihan sehingga rentan menimbulkan keragu-raguan. Menurut David Elkind, pemikiran remaja belum sepenuhnya matang karena meskipun remaja memiliki kemampuan untuk menyimpan dan memikirkan berbagai kemungkinan secara bersamaan, minimnya pengalaman membuat mereka belum terampil dalam menentukan pilihan yang paling tepat³. Hal ini tentu saja menjadi tantangan karena dalam menentukan pilihan untuk memilih pemimpin, pemilih pemula juga tidak memiliki gambaran yang jelas tentang sosok pemimpin yang mereka inginkan.

Meski berada di kondisi yang mudah berubah dalam menentukan pilihan, Generasi milenial dan generasi Z yang termasuk dalam kategori pemilih pemula dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi dan perkembangan digital. Sebagai mayoritas generasi yang melek teknologi, ada banyak informasi yang bisa diakses termasuk seputar politik. Hasil suvey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 diketahui bahwa mengakses berita informasi menjadi tingkat kepentingan yang paling tinggi dalam menggunakan internet dan konten berita yang paling sering diakses adalah Politik, sosial hukum dan HAM sebanyak 40,56%. Akan tetapi, di tengah kondisi pemilih pemula yang masih belum mampu menentukan pilihan politik dan tingginya presentase penggunaan internet serta tingginya akses terhadap konten politik, sosial hukum dan HAM, fakta yang didapatkan adalah generasi Z dan generasi milenial merupakan generasi yang presentase akses terhadap konten politik, sosial dan HAM yang paling rendah jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Survey menunjukkan bahwa konten politik, sosial dan HAM yang sering diakses berdasarkan generasi adalah baby boomers sebanyak 51,55%, generasi X sebanyak 47,07%, generasi milenial sebanyak

41,94%, dan generasi Z sebanyak 33,40% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

Di kabupaten Sumbawa sendiri, jika dilihat dari jumlah generasi milenial dan generasi Z yang berjumlah lebih dari 50% pemilih maka pengguna media sosial di kabupaten Sumbawa dapat dipastikan tinggi. Tren positif penggunaan media sosial oleh masyarakat Sumbawa dapat dilihat dari laporan Dikomfotik kabupaten Sumbawa yang menyatakan bahwa terjadi peningkatan pada indeks masyarakat digital kabupaten Sumbawa, di mana angkanya naik dari 37,52 pada tahun 2022 menjadi 41,28 pada tahun 2024.

Menurut laporan Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik kabupaten Sumbawa tahun 2024 menyatakan bahwa laporan indeks masyarakat yang meningkat, menandakan bahwa tingkat kompetensi masyarakat Sumbawa dalam menggunakan media sosial mengalami peningkatan. Namun dengan peningkatan tersebut, apakah penggunaan media sosial memiliki hubungan dalam memilih calon pemimpin oleh pemilih pemula di tengah ketidakpastian yang mereka hadapi dan arus informasi yang mudah?. Maka Penelitian ini dirumuskan untuk menjawab pertanyaan apakah terdapat hubungan antara informasi media sosial dengan pemilih pemula dalam memilih calon pemimpin.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode inferensial yang menggunakan data empiris hasil pengukuran untuk menguji hipotesis secara statistik dan menarik kesimpulan¹. Penelitian ini menggunakan desain korelasional untuk melihat hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian korelasional dilakukan dengan mengamati dua variabel atau lebih guna mengetahui sejauh mana terdapat hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Tujuan dari penelitian korelasional adalah untuk melihat sejauh mana hubungan antar dua variabel di mana perubahan pada satu variabel disertai dengan perubahan pada variabel lain.

Dalam penelitian ini populasi penelitian adalah remaja dengan rentang usia 16 – 20 tahun karena merupakan umur untuk pemilih pemula. Data penduduk dengan rentang usia 16 – 20 tahun yang berada di kelurahan Brang Biji adalah sebanyak 1.198 jiwa. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu salah satu bentuk dari metode *non-probability* sampling, dimana pemilihan sampel didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, peneliti menetapkan kriteria-kriteria tertentu untuk menentukan sampel penelitian, adapun kriteria tersebut adalah sebagai berikut merupakan penduduk yang tinggal di kelurahan Brang Biji), remaja dengan rentang usia 16-20

tahun), aktif menggunakan media sosial (facebook, youtube, instagram, dan TikTok)), dan pertama kali memilih pada PILKADA serentak 27 November 2024 (belum pernah melakukan pemilihan pada pemilihan umum sebelumnya yang memilih presiden dan DPRD).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus slovin yang dirumuskan sebagai berikut:

$N = \text{populasi} = 1.198 \text{ jiwa}$

$\text{Margin of error (e)} = 7\%$

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \\n &= \frac{1.198}{1 + 1.198 (0,07)^2} \\n &= \frac{1.198}{6,8702} \\n &= 174,330\end{aligned}$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 174 responden

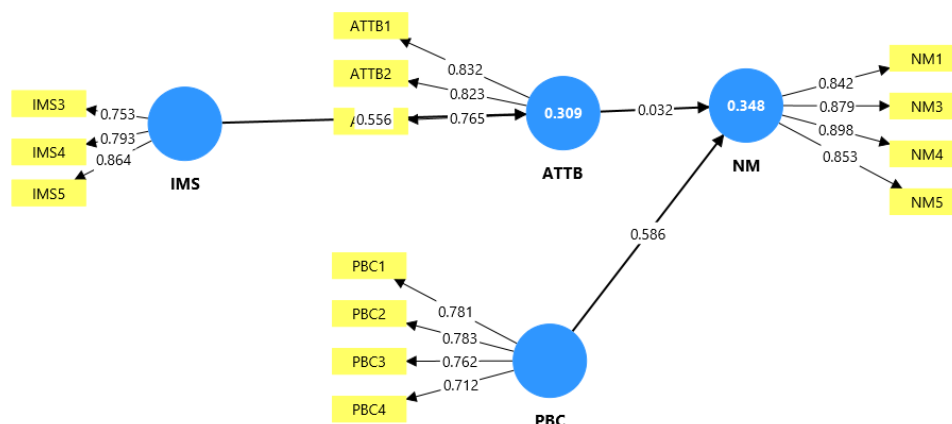
Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner sebagai instrumen utama untuk memperoleh informasi. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang memiliki tingkat fleksibilitas tinggi dan mudah diimplementasikan dalam berbagai konteks penelitian². Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* guna menguji model hubungan antar variabel. *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji serta memperkirakan hubungan kausal antar variabel dengan memadukan data statistik dan asumsi-asumsi kausal secara teoritis³.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling Berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS)* menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Pengujian dilakukan terhadap 5 variabel laten yakni informasi medis sosial, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol terhadap perilaku yang dirasakan dan niat memilih. Konstruk-konstruk tersebut diuji untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahapan analisis akan mencakup pengujian outer model untuk menilai validitas dan reliabilitas variabel, pengujian inner model untuk melihat kekuatan hubungan antar variabel, serta pengujian hipotesis melalui metode bootstrapping. Hasil dari setiap pengujian akan dijelaskan lebih rinci oleh peneliti.

Hasil Uji *Outer Model*

Dalam penelitian ini, outer model diuji melalui beberapa tahapan berikut. Uji Validitas Konvergen. Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator dari suatu variabel berkorelasi tinggi satu sama lain. Validitas konvergen diuji melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil pengujian disajikan sebagai berikut:



Pada pengujian awal ada beberapa indikator yang tidak valid sehingga dihapus untuk menjaga keabsahan hasil pengujian hipotesis nantinya. Adapun untuk variabel laten SN hanya ada satu indikator yang memenuhi ketentuan yakni SN5 dengan nilai 0.772 ($>0,7$). Namun karena hanya ada satu indikator maka pengujian hipotesis SN untuk variabel laten Subjektif norms yang mewakili variabel norma subjektif tidak dapat dilakukan. Hal ini karena untuk melakukan pengujian variabel harus ada minimal dua indikator dan idealnya adalah tiga indikator sehingga satu variabel harus dihapus dan tidak dapat dilakukan pengujian selanjutnya. Setelah dilakukan pengujian ulang, semua indikator dinyatakan valid dengan nilai *outer loading* $>0,7$.

Tabel Pengujian *average variance extracted*

	Average variance extracted (AVE)
ATTB	0.652
IMS	0.648
NM	0.754
PBC	0.577

sumber: pengolahan data primer Smart PLS

Masing-masing variabel memiliki nilai $>0,5$ yang menunjukkan bahwa setiap variabel dalam model ini memiliki validitas konvergen yang baik. Dengan demikian sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh variabel laten yang diwakilinya, sehingga variabel dianggap mampu merefleksikan indikator-indikator pembentukannya secara memadai.

Pengujian selanjutnya adalah uji reliabilitas yang dilakukan membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur variabel.

Berikut hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel hasil pengujian reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
ATTB	0.737	0.755	0.849
IMS	0.740	0.805	0.846
NM	0.891	0.894	0.925
PBC	0.757	0.760	0.845

Sumber : pengolahan data primer smart PLS

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam model telah memenuhi kriteria reliabilitas yang baik dengan setiap variabelnya memiliki nilai di atas ketentuan yakni $>0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam setiap variabel memiliki konsistensi internal yang baik. Artinya setiap indikator mampu mengukur variabel yang sama secara konsisten.

Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan pengujian hipotesis, peneliti menyajikan pengolahan data SmartPLS untuk menunjukkan hasil dari *path coefficient*, nilai *T-statistic*, dan nilai *P-value* untuk mempermudah menganalisa apakah hipotesis diterima atau ditolak.

Tabel 4.11 hasil uji bootstrapping

	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values
ATTB -> NM	0.032	0.458	0.647

IMS -> ATTB	0.556	10.989	0.000
PBC -> NM	0.586	9.794	0.000

Sumber : pengolahan data SmartPLS

Hipotesis pertama yang mengasumsikan adanya hubungan antara informasi media sosial dengan sikap terhadap perilaku memilih.

H1 : Terdapat hubungan antara informasi media sosial dengan sikap terhadap perilaku.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan hasil yang diperoleh yakni nilai koefisien sebesar 0,556 ($> 0,4$) sehingga bisa dinyatakan kuat, nilai *t-statistic* 10,989 ($> 1,96$), dan *p-value* 0,000 ($< 0,5$) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa informasi media sosial (IMS) memiliki pengaruh signifikan terhadap ATTB atau sikap terhadap perilaku. artinya, semakin mudah informasi tersebut dipahami, semakin relevan dengan keadaan yang pemilih pemula alami maka sikap pemilih pemula terhadap perilaku memilih cenderung positif.

Hipotesis kedua yang mengasumsikan bahwa adanya hubungan antara perilaku memilih dengan niat memilih.

H2 : Terdapat hubungan antara sikap terhadap perilaku memilih dengan niat memilih.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan hasil yang diperoleh yakni nilai koefisien sebesar 0,032, nilai *t-statistik* sebesar 0,458 ($< 1,96$), dan *p-value* sebesar 0,647 ($> 0,05$). Dengan demikian, pengaruh sikap terhadap perilaku (ATTB) terhadap niat memilih (NM) tidak signifikan secara statistik. Hasil ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat memilih pemula. Ini mengindikasikan bahwa meskipun pemilih pemula memiliki sikap positif terhadap partisipasi politik, sikap saja tidak cukup untuk mendorong niat jika tidak dibarengi dengan factor lain seperti norma sosial dan persepsi kontrol.

Selain membuktikan bahwa hipotesis adanya hubungan antara sikap terhadap perilaku memilih dengan niat memilih ditolak, pengujian ini sekaligus menjawab pertanyaan penelitian mengenai hubungan antara informasi media sosial dengan pilihan pemilih pemula. Berdasarkan struktur model yang telah di rancang dimana $IMS \rightarrow ATTB \rightarrow NM$, yang menyatakan bahwa informasi media sosial mempengaruhi sikap terhadap perilaku dan sikap terhadap perilaku itu sendiri mempengaruhi niat memilih. Informasi media sosial tidak secara langsung dapat mempengaruhi niat memilih pemilih pemula meski berpengaruh terhadap pembentukan sikap.

Hal ini juga didukung oleh hasil pengolahan data *bootstrapping* pada bagian *specific indirect effects* pada SmartPLS yang menguji hubungan tidak langsung antar variabel. Hasil pengujian menunjuk bahwa sebesar 0,018, nilai *t-statistik* sebesar 0,447 ($< 1,96$),

dan *p-value* sebesar 0,655 ($> 0,05$). Ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung dari informasi media sosial terhadap niat memilih tidak signifikan.

Hipotesis ketiga yang mengasumsikan bahwa terdapat hubungan antara tekanan sosial yang dirasakan dengan niat memilih.

H3 : Terdapat hubungan antara norma subjektif yang mengacu pada tekanan sosial dengan niat memilih.

Hipotesis ketiga ini tidak dapat diuji karena hanya satu indikator pada variabel SN yang dinyatakan valid sementara yang lainnya dinyatakan tidak valid setelah diuji menggunakan SmartPLS. Satu indikator ini tidak bisa dipertahankan karena dalam analisis menggunakan SmartPLS setidaknya satu variabel memiliki tiga indikator atau minimal dua indikator. Indikator yang tidak valid dibuang atau dihapus untuk memastikan keabsahan hasil penelitian. Sehingga ketika tidak ada indikator yang dapat diuji maka variabel norma subjektif juga tidak bisa diuji. Peneliti sepenuhnya sadar bahwa ini merupakan salah satu keterbatasan dalam penelitian ini dimana meskipun instrument telah lulus uji validitas dan reliabilitas melalui pengujian SPSS tidak memastikan instrumen juga akan lulus uji validitas di SmartPLS karena perbedaan pendekatan analisis yang digunakan.

Hipotesis keempat yang mengasumsikan adanya hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan niat memilih.

H4 : Terdapat hubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dengan niat memilih.

Bersasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan hasil yang diperoleh yakni nilai koefisien sebesar 0,586, nilai *t-statistik* sebesar 9,749 ($< 1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($> 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kontrol terhadap perilaku (PBC) berpengaruh signifikan terhadap niat memilih (NM) sehingga hipotesis diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar keyakinan pemilih pemula terhadap kemampuan dan kemudahan untuk memilih maka semakin besar pula niat pemilih pemula untuk memilih.

Dengan demikian penelitian yang menggunakan *pendekatan theory of planned behavior* untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam hipotesis penelitian ini dapat diketahui bahwa informasi media sosial memang memiliki hubungan terhadap perilaku pemilih pemula yang artinya pandangan mereka tentang politik dipengaruhi oleh informasi politik di media sosial. Namun, meskipun berkontribusi terhadap pembentukan sikap tidak menjadikan hal tersebut sebagai indikator yang mampu mempengaruhi niat memilih pemilih pemula. Justru variabel kontrol terhadap perilaku yang mempengaruhi niat memilih pemilih pemula. Keyakinan mereka terhadap kemampuan mereka dalam kemudahan melakukan pemilihan menjadi faktor kuat yang mempengaruhi niat memilih. Dengan demikian dapat dikatakan

bahwa hubungan antara informasi media sosial dengan niat memilih pemilih pemula sangat lemah yang pada kemudiannya akan dinyatakan dalam tindakan nyata berupa melakukan pemilihan.

KESIMPULAN

Setelah melakukan serangkain tahap penyusunan hingga pengujian. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan informasi media sosial dengan pilihan pemilih pemula dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan memilih theory of planned behavior sebagai teori utamanya, maka kesimpulan sudah dapat ditarik. Adapun kesimpulan yang dapat disampaikan oleh peneliti bahwa informasi media sosial mempengaruhi sikap terhadap perilaku kalangan pemilih pemula yang dibuktikan dengan hasil nilai koefisien sebesar 0,556 ($> 0,4$) sehingga bisa dinyatakan kuat, nilai *t-statistic* 10,989 ($> 1,96$), dan *p-value* 0,000 ($< 0,5$) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa informasi media sosial (IMS) memiliki hubungan signifikan terhadap ATTB atau sikap terhadap perilaku. Namun informasi media sosial memiliki hubungan yang sangat lemah terhadap niat memilih pemilih pemula meskipun informasi media sosial dapat membentuk sikap positif pemilih pemula. Adapun niat memilih dipengaruhi oleh kontrol terhadap perilaku yang dirasakan yang dibuktikan dengan pengujian yang telah dilakukan dengan hasil yang diperoleh yakni nilai koefisien sebesar 0,586, nilai *t-statistik* sebesar 9,749 ($< 1,96$), dan *p-value* sebesar 0,000 ($> 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kontrol terhadap perilaku (PBC) berpengaruh signifikan terhadap niat memilih (NM) sehingga hipotesis diterima

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, p. M. (2015). *Metodologi Penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 180-211.
- BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN SUMBAWA. (2024, Oktober 17). *BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN SUMBAWA*. Retrieved 2025, from SUMBAWA.BPS: <https://sumbawakab.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzEjMg==/jumlah-desa-kelurahan-upt-menurut-kecamatan-di-kabupaten-sumbawa.html>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS*. DKI JAKARTA: GUEPEDIA.com.

- Dimaz Oktama Andriyendi, N. S. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *journal of education, cultural and politics*, 101-111.
- Djaali, P. D. (2015). *MERODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Erwan Effendy, E. A. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Konseling*, 4343-4349.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Analisis Multivariat Structural Equation Medeling (SEM) Dengan Partial Least Squares (PLS).
- Grehenson, G. (2023, November 30). *Universitas Gajah Mada*. Retrieved 2024, from <https://ugm.ac.id/id/berita/pemilih-muda-cenderung-mudah-berubah-dan-suka-konten-politik-ringan/>
- Hermawan, M. I. (n.d.). *Sistem Penyelenggaraan Negara Menurut Undang-Undang NRI Tahun 1945*.
- Hidayat, S. (2024, Juni 21). *KOMISI PEMILIHAN UMUM KABUPATEN SUMBAWA*. Retrieved 2024, from kpu kabupaten sumbawa: <https://kpu-sumbawakab.go.id/index.php/berita/id/409/ketua-kpu-kabupaten-sumbawa-menjadi-pemateri-kuliah-umum-pada-fakultas-ilmu-sosial-dan-ilmu-pemerintahan-universitas-teknologi-sumbawa.html>
- Indonesia, A. P. (2024). Survei Penetrasi Internet Indoensia.
- Irninta islamiah Yusran, s. (2022). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU PEMILIH DALAM MEMPREDIKSI PARTISIPASI PEMILIH PADA PEMILU 2024. *Jurnal Darma Agung*, 187-203.
- KELURAHAN BRANG BIJI. (2024). *WESITE RESMSI KELURAHAN BRANG BIJI*. Retrieved 2025, from kel-brangbiji: <https://kel-brangbiji.sumbawakab.go.id/index.php/data-wilayah>
- KOMOSI PEMILIHAN UMUM NEGARA REPUBLIK INDONESIA. (2024). *Berita KPU*. Retrieved 2024, from Kpu.go.id: <https://www.kpu.go.id/page/read/1127/makna-pemilu-serentak>
- Kulachai, P. H. (2024). Understanding Political Participation: A Theory of Planned Behavior Approach. 232-237.
- M.Al-Mohammad, S. (2017). The Impact of Social Websites Over Jordanian Students' Intentions of Active Political Participation: An Application of Theory of Planned Behavior. *International Review of Management and Marketing*, 1-15.
- Maghrifa Kafka Razaqa1, F. R. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik. *jurnal pendidikan transformatif*, 132-141.

- Mursalim. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif*. Makassar: Unhas Press.
- NTB, B. P., NTB, D. P.-P., & NTB, K. K. (2024). *Grand Desain Pembangunan Kependudukan provinsi NTB 2025-2045*. Nusa tenggara barat: Pemerintah Provinsi NTB.
- Nuryadi, T. D. (2017). *DASAR-DASAR STATISTIK PENELITIAN*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- PEMERINTAH KABUPATEN SUMBAWA KECAMATAN SUMBAWA. (2021, January 15). *PEMERINTAH KABUPATEN SUMBAWA KECAMATAN SUMBAWA*. Retrieved 2025, from kec-sumbawa.sumbawakab: <https://kec-sumbawa.sumbawakab.go.id/public/berita/luas-wilayah-kecamatan-sumbawa>
- Putri, W. P. (2025). Pengaruh Politik Di Media Sosial Terhadap Perilaku Memilih Pemilih Pemula Pada Pemilu 2024. *Journal Of Public Administration Studies*, 30-26.
- Ratnadi, N. N. (2017). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR UNTUK MEMPREDIKSI NIAT BERINVESTASI. *e-journal ekonomi dan bisnis universitas Udayana*, 4043-4068.
- REPUBLIK INDONESIA. (2004). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 32 TAHUN 2004 TENTANG PEMERINTAHAN DAERAH.
- Sabrina O. SIHOMBING, R. P. (2021). The Integration of Social Media to the Theory of Planned Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 445-454.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1964). *The Mathematical Theory of communication*. Urbana: Tenth Printing.
- Subakti, R. (n.d.). *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: GRASINDO.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tito Suryawijaya, M. R. (2024). Peran Media Sosial dalam Membentuk Partisipasi Politik Gen Z pada pemilu 2024. *The Role of Social Media in Shaping The Political Participation*.
- Weaver, C. E. (1964). *The Mathematical Theory Of Communication*. Urbana: Tenth Printing.
- Yusrina, a. (2024). HUBUNGAN VARIASI AKSES KAMPANYE MEDIA SOSIAL TERHADAP BUDAYA POLITIK GENERASI Z PADA ISU PEMILU 2024. *kajian moral dan kewarganegaraan*, 466-475.