

Kajian Politik pada Generasi Z: Menelisik Pengaruh Efikasi Politik dan Literasi Digital terhadap Perilaku Memilih di Indonesia

Ardea Widiyanto Ari Hidayat*, Mochammad Sa'id

Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Penulis korespondensi: ardea.widiyanto.1908116@students.um.ac.id

Paper received: 19-01-2026; revised: 14-03-2026; accepted: 05-04-2026

Abstract

This research aims to investigate the influence of political efficacy and digital literacy on the voting behavior of Generation Z in Indonesia using a quantitative approach. The research population consists of Generation Z individuals aged 18-26, who are registered as permanent voters. Data was collected through an online questionnaire using three scales: Digital Literacy Scale to measure digital literacy, Political Efficacy Short Scale to measure political efficacy, and Voting Behavior Scale to measure voting behavior. Through convenience sampling, a total of 444 respondents (M=82, F=362) were obtained. The collected data was then analyzed using binary logistic regression. The research findings indicate that both digital literacy and political efficacy, either simultaneously or partially, can predict voting behavior, with a predictive range of 32.9% to 42.6%. Another interesting finding from the research is that external political efficacy is not a predictor of voting behavior in presidential elections ($p > .05$). Further theoretical and practical recommendations will be discussed.

Keywords: digital literacy; electoral participation; general elections; generation Z; political efficacy

Abstrak

Riset ini mencoba untuk menginvestigasi lebih mendalam terkait pengaruh efikasi politik dan literasi digital terhadap perilaku memilih pada generasi Z di Indonesia melalui pendekatan kuantitatif. Populasi dalam riset ini adalah generasi Z yang berumur 18-26 tahun atau yang sudah terdaftar sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT). Data diambil melalui kuesioner *online* menggunakan tiga skala, yaitu *Digital Literacy Scale* untuk mengukur literasi digital, *Political Efficacy Short Scale* untuk mengukur efikasi politik, dan Skala Perilaku Memilih untuk mengukur perilaku memilih. Melalui *convenience sampling* didapatkan sampel sebanyak 444 responden (L=82, P= 362). Data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan *binary logistic regression*. Hasil riset menunjukkan baik secara simultan maupun parsial variabel literasi digital dan efikasi politik mampu menjadi prediktor perilaku memilih dengan besaran prediksi pada rentang 32,9 – 42,6 persen. Temuan lain yang menarik dari riset ini menunjukkan jika efikasi politik eksternal tidak mampu menjadi prediktor perilaku memilih pada pemilihan presiden ($p > .05$). Adapun saran secara teoritis dan praktis akan diuraikan lebih lanjut.

Kata kunci: efikasi politik; generasi Z; literasi digital; partisipasi elektoral; pemilihan umum; perilaku memilih

1. Pendahuluan

Negara Indonesia memiliki berbagai macam karakteristik calon pemilih pada pemilu tahun 2024. Karakteristik calon pemilih ini bisa dibedakan berdasarkan kategori usia. Salah satunya adalah generasi Z. Berdasarkan data KPU sebagaimana dikutip dari katadata (2023), calon pemilih generasi Z sebanyak 46,8 juta jiwa pada pemilu 2024. Hal ini memberikan makna bahwa sekitar 22 persen calon pemilih pada pemilu 2024 berasal dari generasi Z. Sebagai calon pemilih, tentunya generasi Z tidak terlepas dari berbagai permasalahan yang dapat berdampak pada perilaku memilih.

Generasi Z sendiri dikenal sebagai generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019; Ho et al., 2022). Artinya, apabila hingga tahun 2023 (sebelum pemilu 2024), generasi Z memiliki rentang usia antara 11-26 tahun. Sementara itu, KPU sebagaimana diungkap katadata (2023) telah menetapkan aturan bahwa mereka yang dapat memilih adalah yang sudah berusia minimal 17 tahun atau sudah pernah menikah dan memiliki KTP. Hal ini memberikan makna bahwa generasi Z yang berhak memilih berada pada rentang masa dewasa awal yaitu sekitar 18-25 tahun (Santrock, 2018). Lebih lanjut, Santrock (2018) mencirikan dewasa awal sebagai masa-masa peralihan dari remaja menuju dewasa yang identik dengan masa-masa eksperimentasi dan eksplorasi. Mereka dihadapkan dengan tuntutan untuk bersikap lebih mandiri dan mampu untuk bertanggung jawab terhadap keputusannya, sehingga mereka akan mencari berbagai cara dan alternatif pilihan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya (Santrock, 2018). Adanya masa peralihan tugas perkembangan dan tuntutan dari masa remaja menuju dewasa ini menyebabkan kerentanan terhadap kemampuan untuk mengontrol diri sendiri, sehingga seringkali keputusan-keputusan yang diambil didasarkan pada faktor emosional daripada hal-hal yang bersifat rasional (Hurlock, 2011). Oleh karena itu, pada masa-masa ini kualitas informasi dan pengetahuan menjadi salah satu hal yang penting untuk membantu seseorang di masa dewasa awal untuk menyelesaikan tugas perkembangannya.

Generasi Z merupakan generasi tumbuh seiring perkembangan teknologi digital yang pesat (Jesica et al., 2020). Mereka seringkali memanfaatkan teknologi digital sebagai sumber informasi politik, termasuk informasi para kandidat politik dalam pemilu (Qudsi & Syamtar, 2020). Salah satu survei mengungkapkan generasi Z di Indonesia cenderung menjadikan media sosial dan media digital sebagai sumber utama dalam mengakses berita (Katadata.co.id, 2024). Sebagai generasi yang tumbuh dengan perkembangan teknologi digital, mereka dihadapkan dengan bertebarannya berita-berita palsu (hoaks) pada saat menjelang pemilu (Sirait, 2020). Paparan informasi tersebut dapat mempengaruhi preferensi memilih pada generasi Z, sehingga pada akhirnya mempengaruhi juga keputusan

generasi Z dalam memilih para kandidat politik (Aminah & Sari, 2019; Bélanger, 2019; De-Oliveira et al., 2022; Fitriyani et al., 2024; Kofi Frimpong et al., 2022; Mukherjee et al., 2023; Pratama et al., 2022; Trisna & Fatmariza, 2019).

Perilaku memilih sendiri didefinisikan sebagai suatu pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih atau menyalurkan hak suaranya kepada kandidat di dalam pemilihan umum (Houghton, 2008; Rule, 2014). Dengan kata lain, perilaku memilih melibatkan fungsi kognitif seseorang untuk mengambil keputusan dengan tepat berkaitan dengan calon pemimpin negara. Tidak heran apabila perilaku memilih menjadi salah satu pertimbangan calon pemimpin dalam membuat suatu strategi kampanye menjelang Pemilu 2024. Melalui strategi kampanye yang tepat, maka akan mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk memilih pasangan tersebut.

Salah satu faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku memilih seseorang adalah efikasi politik. Efikasi politik merupakan pandangan atau persepsi terhadap diri sendiri dan kemampuan diri yang dapat berpengaruh terhadap tindakan politik, sehingga memberikan dampak terhadap proses politik (Craig & Maggiotto, 1982). Secara singkat, efikasi politik merupakan dimensi psikologis berupa efikasi diri terhadap proses politik. Di lain sisi, bukti empiris dari hasil riset yang dilakukan oleh Condon & Holleque (2013) menemukan dampak efikasi diri yang signifikan terhadap jumlah pemilih, khususnya individu yang berasal dari latar belakang kurang mampu, dimana peningkatan efikasi diri memprediksi probabilitas peningkatan kemauan untuk memilih hingga 25 persen.

Selain efikasi politik, variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku memilih adalah literasi digital. Literasi digital merupakan kemampuan dalam memahami penggunaan media digital yang disertai dengan pemahaman sosial dan budaya, sehingga dapat dimanfaatkan dengan cara yang bertanggung jawab (Amin et al., 2021). Singkatnya, literasi digital merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menilai kredibilitas suatu informasi yang didapat secara *online* dan mampu dikomunikasikan ke orang lain dengan tepat (Guess & Munger, 2023). Salah satu riset menemukan adanya pengaruh signifikan dari literasi digital terhadap partisipasi politik baik secara *online* maupun *offline* (Larasati, 2017). Lebih lanjut, semakin tinggi literasi digital seseorang, dapat meningkatkan partisipasi politik seseorang baik itu secara *online* maupun *offline*. Riset lain juga menemukan pengaruh literasi media digital terhadap keputusan seseorang dalam partisipasi politiknya (Limilia & Fuady, 2021).

Perilaku memilih sebagai bagian dari partisipasi politik telah mendapatkan sorotan dalam berbagai riset. Selain itu, dalam riset-riset mengenai perilaku memilih sebagai bagian dari partisipasi politik juga telah dikaitkan dengan variabel-variabel lain, khususnya efikasi

politik dan literasi digital. Beberapa riset menemukan efikasi politik mampu berperan penting dalam perilaku memilih (Condon & Holleque, 2013; Fitriah, 2014; Gani et al., 2022; Wibowo et al., 2020). Di lain sisi, terdapat beberapa riset yang menunjukkan pengaruh atau hubungan mengenai literasi digital dan partisipasi politik (Fatmarina et al., 2019; Larasati, 2017; Limilia & Fuady, 2021; Ridha & Riwanda, 2020). Akan tetapi, riset-riset tersebut masih sedikit yang membahas secara spesifik pada perilaku memilih sebagai bagian dari partisipasi politik. Misalnya, riset yang membahas mengenai kemampuan literasi digital dan perilaku memilih pada pemilih mahasiswa, tidak spesifik pada generasi Z (Abbas & Nawaz, 2014). Hal ini menandakan belum ditemukan riset yang secara bersama-sama mengkaji keterlibatan variabel kemampuan literasi digital dan efikasi politik terhadap perilaku memilih pada generasi Z di Indonesia.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, riset ini bertujuan untuk melihat sejauh mana efikasi politik dan literasi digital dapat mempengaruhi perilaku memilih pada generasi Z. Melalui riset ini diharapkan dapat memberikan dampak secara teoritis maupun praktis. Adapun secara teoritis riset ini diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu di bidang psikologi politik maupun bidang ilmu politik, sehingga cakupannya menjadi lebih luas. Selain itu, secara praktis diharapkan riset ini dapat menjadi bahan acuan data dalam menyusun suatu intervensi maupun kebijakan yang tepat untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat Indonesia dalam pemilu.

2. Metode

Partisipan pada riset ini merupakan generasi Z yang terdaftar sebagai calon pemilih tetap pada pemilu 2024. Lebih lanjut, partisipan tersebut terdiri dari 82 orang laki-laki dan 362 perempuan. Adapun sampel pada riset ini diambil berdasarkan teknik *convenience sampling* yang memungkinkan memilih subjek riset berdasarkan siapa saja yang kebetulan ditemui di lapangan dan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam riset ini (Sugiyono, 2018). Selain itu, dengan teknik sampling tersebut memungkinkan peneliti dapat menyebarkan kuesioner daring, sehingga lebih efektif.

Tabel 1*Data Responden Ditinjau dari Usia*

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
17-19 tahun	69	15.5%
20-22 tahun	255	57.4%
23-25 tahun	112	25.2%
26-27 tahun	8	1.8%

Tabel 1 menjelaskan rentang usia Generasi Z yang menjadi responden penelitian. Berdasarkan tabel tersebut, rentang umur 20-22 tahun menjadi mayoritas responden dalam penelitian.

Tabel 2*Data Responden Ditinjau dari Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	82	18.5%
Perempuan	362	81.5%

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 362 orang atau sebesar 81,5%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 82 orang atau sebesar 18,5% dari keseluruhan jumlah responden.

Tabel 3*Data Responden Ditinjau dari Domisili Per Provinsi*

Provinsi	Frekuensi	Persentase
Bali	3	0.7%
Bangka Belitung	1	0.2%
Banten	14	3.2%
Bengkulu	2	0.5%
Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)	4	0.9%
DKI Jakarta	24	5.4%
Gorontalo	1	0.2%
Jambi	2	0.5%
Jawa Barat	45	10.1%
Jawa Tengah	52	11.7%
Jawa Timur	248	55.9%
Kalimantan Barat	1	0.2%
Kalimantan Selatan	2	0.5%
Kalimantan Tengah	1	0.2%
Kalimantan Timur	10	2.3%
Kepulauan Riau	2	0.5%
Lampung	3	0.7%
Maluku	2	0.5%
Nusa Tenggara Barat (NTB)	2	0.5%
Nusa Tenggara Timur (NTT)	1	0.2%
Papua Barat	2	0.5%
Riau	3	0.7%
Sulawesi Barat	1	0.2%
Sulawesi Selatan	6	1.4%
Sulawesi Tenggara	1	0.2%
Sulawesi Utara	1	0.2%
Sumatera Barat	3	0.7%
Sumatera Selatan	4	0.9%
Sumatera Utara	3	0.7%

Tabel 3 menjelaskan sebaran responden pada penelitian di berbagai wilayah Indonesia ditinjau dari setiap provinsinya. Secara umum, responden mayoritas berada di pulau Jawa di mana Jawa Timur menjadi responden paling banyak, sebesar 55,9%.

2.1. Desain

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk mengetahui suatu hubungan atau pengaruh dari variabel-variabel yang ditetapkan di dalam riset (Winarsunu, 2017). Adapun dalam riset ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel prediktor (Variabel X) dan satu variabel respon (Variabel Y). Dua variabel

prediktor tersebut adalah literasi digital dan efikasi politik, sedangkan satu variabel respon dalam riset ini adalah perilaku memilih. Seluruh data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring.

2.2. Prosedur

Riset ini diawali dengan telaah literatur untuk mendapatkan data ilmiah yang akurat sebagai landasan melakukan riset. Selanjutnya, peneliti memilih alat ukur psikologis yang tepat untuk mengukur variabel riset melalui adaptasi dan konstruksi alat ukur. Alat ukur yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya kemudian dituangkan dalam bentuk kuesioner dan disebarakan peneliti melalui Google Form. Peneliti memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan kuesioner tersebut agar lebih efektif dan efisien. Data yang sudah terkumpul sebanyak 444 responden kemudian dianalisis oleh peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 24.0 dan Jamovi.

2.3. Instrumen

Riset ini menggunakan tiga jenis instrumen psikologis sebagai alat pengumpul data. Adapun variabel literasi digital diukur menggunakan *Digital Literacy Scale* (DLS) yang dikonstruksi oleh Amin et al. (2021), kemudian akan diadaptasi oleh peneliti. Skala ini terdiri dari sembilan aspek, yaitu *communication*, *copyright*, *critical thinking*, *character*, *citizenship*, *curation*, *connectedness*, *creativity*, dan *collaboration*. Skala tersebut memiliki 29 aitem final dengan nilai CFI sebesar 0,938, TLI sebesar 0,901, RMSEA sebesar 0,0582, dan Cronbach Alpha sebesar 0,932. Instrumen ini merupakan instrumen multidimensional *uncorrelated*, artinya setiap dimensinya tidak saling berkorelasi. Skala ini menggunakan lima (5) pilihan jawaban, yaitu (1) “sangat tidak setuju”, (2) “tidak setuju”, 3 “tidak memilih/ ragu-ragu”, (4) “setuju”. Dan (5) “sangat setuju”.

Skala berikutnya yang digunakan di dalam riset ini adalah *Political Efficacy Short Scale* (PESS) yang dikembangkan oleh Groskurth et al. (2021) dan diadaptasi oleh peneliti berdasarkan langkah – langkah adaptasi alat ukur milik Beaton (2000). Skala ini didasarkan pada pemikiran Craig & Maggiorotto (1982). Skala ini bertujuan untuk mengukur variabel efikasi politik. Adapun PESS terdiri dari dua dimensi yaitu efikasi politik internal dan efikasi politik eksternal. Selain itu, dimensi pada instrumen ini saling berkorelasi (*correlated*). Masing-masing dimensi pada PESS terdapat dua aitem, sehingga total aitemnya sebanyak empat aitem dengan nilai CFI sebesar 0,992, TLI sebesar 0,950, RMSEA sebesar 0,0985, dan Cronbach Alpha sebesar 0,750. Skala ini memiliki lima (5) pilihan jawaban yang terdiri dari (1) “tidak berlaku sama sekali”, (2) “agak berlaku sedikit”, (3) “agak berlaku”, (4) “berlaku sebagian besar”, dan (5) “berlaku sepenuhnya”.

Skala terakhir yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku memilih merupakan hasil konstruk yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan definisi perilaku memilih dari Rule (2014). Skala ini akan menggunakan dua pilihan jawaban, sehingga jawaban bersifat dikotomi. Berdasarkan hasil uji coba lapangan dengan menguji daya beda aitemnya didapatkan nilai *corrected total-correlation* menunjukkan nilai di atas 0,3 dengan nilai reliabilitas 0,937. Adapun pilihan jawaban pada instrumen ini terdiri dari (1) “Memilih” dan (0) “Tidak Memilih”.

2.4. Teknik Analisis

Peneliti melakukan analisis data menggunakan pendekatan regresi logistik untuk melihat variabel-variabel yang mampu menjadi prediktor dari variabel dependen dengan bantuan SPSS 24.0 dan Jamovi. Selain itu pendekatan ini dipilih mengingat data yang digunakan peneliti bersifat nominal dan dikotomi. Pendekatan regresi logistik sendiri tidak membutuhkan pemenuhan asumsi klasik sebagaimana pada regresi linier (Ghozali, 2021).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Tabel 4

Data Partisipasi Generasi Z pada Pemilu Ditinjau dari Kemauan untuk Memilih Calon Kandidat Politik dalam Pemilu di Indonesia

No.	Jenis Pemilu	Jumlah	Persentase
1	Presiden	411	92,6%
2	DPR RI	383	86,3%
3	DPD RI	385	86,7%
4	DPRD Provinsi	375	84,5%
5	DPRD Kab/ Kota	373	84%
6	Parpol	356	80,2%

Berdasarkan tabel 4, secara umum generasi Z memiliki partisipasi dalam pemilihan umum yang tinggi. Mereka cenderung lebih memilih para kandidat politik pada ajang pemilu daripada harus golput atau tidak memilih. Lebih lanjut, para generasi Z lebih tertarik untuk memilih presiden daripada lembaga atau instrumen negara lainnya. Hal ini dibuktikan dengan persentase partisipasi yang paling tinggi pada pemilihan presiden dibandingkan kelima lembaga/ instrumen negara lainnya (411 orang pada pemilihan presiden).

Tabel 5*Nilai R² dan Besaran Prediksi*

Variabel	-2 Log likelihood	Sig. (Hosmer & Lemeshow Goodness of Fit Test)	Nagelkerke R Square
Perilaku Memilih pada Pemilihan Presiden	163.670a	0.094	<u>0.361</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -6.904 + 0,506 EPIntern + 0,054 LitDigit$		
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPR RI	236.490a	0.500	<u>0.426</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -8.718 + 0,443 EPIntern + 0,436 EP Ekstern + 0,056 LitDigit$		
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPD RI	234.116a	0.974	<u>0.416</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -8.958 + 0,366 EPIntern + 0,459 EP Ekstern + 0,061 LitDigit$		
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Provinsi	271.926a	0.459	<u>0.384</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -8.701 + 0,263 EPIntern + 0,454 EP Ekstern + 0,061 LitDigit$		
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Kab/ Kota	286.228a	0.297	<u>0.357</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -7.919 + 0,279 EPIntern + 0,407 EP Ekstern + 0,055 LitDigit$		
Perilaku Memilih pada Pilihan Parpol	338.853a	0.682	<u>0.329</u>
Model Regresi:			
	$Ln \frac{p}{1-p} = -6.933 + 0,271 EPIntern + 0,411 EP Ekstern + 0,042 LitDigit$		

Tabel 5 memberikan beberapa informasi terkait hasil analisis regresi logistik. Pertama, hasil tabel Hosmer & Lemeshow's *goodness of fit* di atas menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 0,05, model yang dihipotesiskan mampu menggambarkan data empirik yang sudah didapatkan dalam riset ini (sig. > .05). Dengan begitu, model regresi signifikan, sehingga terdapat pengaruh simultan pada masing-masing tingkatan perilaku memilih. Adapun besaran koefisien determinasi dari model regresi yang sudah dihipotesiskan di awal dapat dilihat melalui tabel nagelkerke's R Square. Tabel tersebut menyajikan beberapa informasi, diantaranya adalah variabel perilaku memilih pada pemilihan presiden yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 36,1%; variabel perilaku memilih pada pemilihan DPR RI yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 42,6%; variabel perilaku memilih pada pemilihan DPD RI yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya sebesar 41,%; variabel perilaku memilih pada pemilihan DPRD Provinsi

yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya adalah sebesar 38, 4%; variabel perilaku memilih pada pemilihan DPRD Kab/ Kota yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya adalah sebesar 35,7%; dan terakhir variabel perilaku memilih pada pilihan parpol yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya adalah sebesar 32, 9%, sedangkan di luar persentase itu semua, variabel perilaku memilih dapat dijelaskan atau diprediksi oleh variabel-variabel lain di luar riset ini.

Tabel 6

Hasil Analisis Data Secara Parsial Pada Variabel Efikasi Politik Internal

Variabel Dependen	B	Standard Error (SE)	Wald Statistic	df	p	Odds Ratio (Exp(B))
Perilaku Memilih pada Pemilihan Presiden	0,506	0,139	13,284	1	0,000	1,659
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPR RI	0,443	0,103	18,561	1	0,000	1,557
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPD RI	0,366	0,101	13,158	1	0,000	1,442
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Provinsi	0,263	0,090	8,518	1	0,004	1,300
Perilaku Memilih pada Pilihan Parpol	0,271	0,080	11,513	1	0,001	1,311

Tabel 6 menjelaskan pengaruh efikasi politik internal terhadap perilaku memilih. Berdasarkan tabel tersebut efikasi politik internal mampu mempengaruhi signifikan terhadap perilaku memilih pada berbagai tingkatan pemilu ($p < .05$).

Tabel 7

Hasil Analisis Data Secara Parsial pada Variabel Efikasi Politik Eksternal

Variabel Dependen	B	Standard Error (SE)	Wald Statistic	df	p	Odds Ratio (Exp(B))
Perilaku Memilih pada Pemilihan Presiden	0,236	0,142	2,761	1	0,097	1,266
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPR RI	0,436	0,113	14,811	1	0,000	1,546
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPD RI	0,459	0,115	15,879	1	0,000	1,583
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Provinsi	0,454	0,105	18,766	1	0,000	1,574
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Kab/ Kota	0,407	0,101	16,388	1	0,000	1,502
Perilaku Memilih pada Pilihan Parpol	0,411	0,090	20,668	1	0,000	1,509

Tabel 7 menjelaskan pengaruh efikasi politik eksternal terhadap perilaku memilih. Berdasarkan tabel di atas, secara umum efikasi politik eksternal mampu mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku memilih pada berbagai tingkatan pemilu ($p < 0,05$). Hanya perilaku memilih pada tingkat pemilihan presiden tidak mampu diprediksi oleh efikasi politik eksternal ($p > 0,05$).

Tabel 8

Hasil Analisis Data Secara Parsial pada Variabel Literasi Digital

Variabel Dependen	B	Standard Error (SE)	Wald Statistic	df	p	Odds Ratio (Exp(B))
Perilaku Memilih pada Pemilihan Presiden	0,054	0,015	11,985	1	0,001	1,055
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPR RI	0,056	0,013	18,143	1	0,000	1,546
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPD RI	0,061	0,013	21,165	1	0,000	1,063
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Provinsi	0,061	0,012	24,302	1	0,000	1,063
Perilaku Memilih pada Pemilihan DPRD Kab/ Kota	0,055	0,012	20,821	1	0,000	1,056
Perilaku Memilih pada Pilihan Parpol	0,042	0,011	15,117	1	0,000	1,043

Berdasarkan ketiga tabel tersebut, apabila dilihat dari nilai signifikansi secara parsial baik variabel efikasi politik internal, efikasi politik eksternal, dan literasi digital mampu berpengaruh signifikan terhadap perilaku memilih pada berbagai tingkatan pemilu ($p < .05$). Akan tetapi, variabel efikasi politik eksternal tidak mampu berpengaruh signifikan pada perilaku memilih di tingkat pemilihan presiden ($p > .05$) (Tabel 7).

3.2. Pembahasan

Analisis deskriptif di atas memberikan gambaran bahwa generasi Z di Indonesia lebih banyak memilih presiden sebagai lembaga eksekutif daripada lembaga legislatif (DPR, DPD, dan DPRD) dan parpol. Hal ini menegaskan hasil riset sebelumnya yang menyebutkan bahwa pemuda di Indonesia lebih banyak memilih presiden daripada anggota legislatif (Fitriah, 2014). Selain itu, hasil riset juga menunjukkan bahwa persepsi pemuda terhadap lembaga legislatif dan parpol dinilai kurang (Sembiring, 2014; Syahkubat, 2021). Hal ini dapat disebabkan karena masifnya kampanye yang dilakukan oleh calon presiden daripada lembaga-lembaga legislatif (DPR, DPD, dan DPRD) dan parpol, sehingga mereka akan lebih mudah untuk mengenal calon kandidat lembaga eksekutif daripada lembaga legislatif. Secara

empiris, ini terbukti dalam beberapa riset, seperti studi yang menunjukkan bahwa kampanye interaktif yang dilakukan oleh capres cawapres dapat meningkatkan partisipan untuk memilih karena dianggap kampanyenya menarik (Ichwanusafa & Aji, 2024; Pardana, 2023).

Selain itu, efek kepercayaan publik terhadap kandidat elektoral juga mampu untuk mempengaruhi pilihan seseorang dalam pemilu. Riset yang dilakukan oleh Caillier (2010) mengenai peran kepercayaan publik terhadap keinginan memilih yang dimediasi oleh tingkat korupsi telah membuktikan bahwa publik enggan memberikan suaranya kepada kandidat ketika kepercayaan mereka terhadap pemerintahan sebelumnya rendah karena mereka melakukan tindakan korupsi. Riset lain di Amerika juga telah membuktikan bahwa kepercayaan publik terhadap dua kandidat (Clinton & Trump) dalam pemilihan presiden tahun 2016 di Amerika mempengaruhi intensitas memilih warganya (Shockley-Zalabak, et al., 2017). Sebagaimana diketahui dalam dua edisi pemilu terakhir, masyarakat Indonesia memilih beberapa kandidat, diantaranya Presiden, DPR, DPD, DPRD, dan Parpol. Merujuk pada hasil-hasil riset sebelumnya dan mengutip data Indikator (2023) yang menunjukkan bahwa generasi Z lebih percaya pada Presiden daripada lembaga legislatif (DPR, MPR, DPD), tidak heran apabila generasi Z di Indonesia lebih memilih presiden daripada kandidat lain.

Variabel lainnya yang turut disoroti dalam riset ini sebagai variabel prediktor perilaku memilih adalah efikasi politik. Efikasi politik berkaitan dengan cara pandang dan keyakinan terhadap kemampuan dirinya sendiri untuk terlibat dalam proses politik, sehingga ketika seseorang menilai dirinya mampu terlibat dalam proses politik, ini akan bermanfaat pada suatu negara (Groskurth, et.al., 2021). Craig & Maggiotto (1982) membagi efikasi politik ke dalam dua dimensi, yakni dimensi internal dan eksternal. Data statistik di atas memberikan informasi bahwa baik dalam dimensi internal maupun eksternal pada sebagian besar generasi Z di Indonesia cenderung tinggi. Ini artinya, mereka memiliki keyakinan yang kuat untuk dapat terlibat dalam proses politik di negara Indonesia. Salah satu hal yang mempengaruhinya adalah intensitas penggunaan internet (Kenski & Stroud, 2006) Internet memberikan kesempatan bagi warga negara untuk berinteraksi dengan pejabat publik dan meminta pertanggungjawaban mereka. Selain itu internet, juga mampu memberikan akses kepada masyarakat terkait berbagai macam informasi termasuk berita mengenai politik seperti kandidat dalam pemilu dan masalah-masalah dalam bidang politik secara umum. Hal ini mampu meningkatkan efikasi politik eksternal masyarakat, tidak terkecuali generasi Z. Fakta ini didukung dengan riset yang menyebutkan bahwa efikasi politik eksternal mampu mempengaruhi partisipasi politik seorang jika termediasi oleh penggunaan berita (Gil de Zúñiga et al., 2017). Internet juga memungkinkan seseorang untuk bersembunyi dibalik anonimitas, sehingga hal ini membuat orang lebih berani untuk

terlibat dalam politik secara *online* (Anderson & Cornfield, 2003). Hal ini memicu peningkatan efikasi politik internal seseorang, karena mereka merasa yakin dirinya mampu mempengaruhi proses politik (Kenski & Stroud, 2006). Tidak heran jika efikasi politik pada sebagian besar generasi Z tinggi mengingat intensitas penggunaan mereka tergolong tinggi dengan mayoritas menggunakan internet lebih dari enam jam (Katadata, 2024).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi efikasi politik generasi Z adalah proses sosialisasi. Interaksi orang tua di rumah dan teman sebaya membuka peluang bagi generasi Z untuk berdiskusi mengenai kondisi politik di negaranya. Mereka yang besar dengan lingkungan sosial terutama orang tua dan teman sebaya yang aktif mengajak diskusi terkait politik, mampu meningkatkan keterlibatan generasi Z terhadap proses politik (Pancer, et.al., 2007). Penelitian lain juga menunjukkan adanya hubungan antara interaksi orang tua dan teman-teman sebaya dengan efikasi politik (Kenski & Stroud, 2006). Peran proses sosialisasi ini dapat dijelaskan dalam kerangka berpikir Kurt Lewin dengan *field theory*. Lewin (1939) memandang bahwa segala bentuk perilaku seseorang terbentuk dari interaksi antara individu dengan lingkungan dan situasi sosial di sepanjang kehidupannya. Lebih lanjut, fungsi lingkungan sosial dan individu dipandang sebagai suatu hal yang holistik dan berhubungan satu dengan lainnya, sehingga menciptakan suatu perilaku tertentu. Oleh karena itu, tingginya efikasi politik pada generasi Z dapat disebabkan oleh lingkungan sosialnya, yaitu teman sebaya dan orang tua yang mendukung untuk membahas masalah-masalah politik, terutama menjelang pemilu 2024.

Selanjutnya, riset ini menginvestigasi lebih dalam pengaruh variabel efikasi politik dan literasi digital terhadap perilaku memilih pada generasi Z di Indonesia. Hasil analisis regresi logistik di atas menunjukkan secara simultan model yang dihipotesiskan signifikan ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa model dapat menggambarkan data empirik yang didapatkan dalam riset ini, sehingga efikasi politik dan literasi digital secara bersama-sama mampu memprediksi perilaku memilih pada generasi Z di Indonesia. Hasil ini menjawab dengan tepat dari hipotesis yang diajukan. Adapun berdasarkan uji Nagelkerke besaran persentase prediksinya berada pada rentang 32,9 – 42,6 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku memilih dapat diprediksi sebesar 32,9 – 42,6 persen oleh efikasi politik dan literasi digital, sedangkan sisanya diprediksi oleh variabel lain. Riset ini telah mendukung riset-riset sebelumnya yang membuktikan bahwa efikasi politik mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku memilih seseorang, dimana semakin tinggi efikasi politik seseorang, berarti mampu meningkatkan partisipasi elektoral salah satunya untuk memilih kandidat politik dalam pemilu (Alfaruqy, 2023; Condon & Holleque, 2013; Fitriah, 2014). Selain itu, riset ini juga membuktikan teori dan beberapa riset sebelumnya yang

menyatakan bahwa literasi digital mampu mempengaruhi perilaku memilih pada generasi Z di Indonesia (Goldstein, 2020; Limilia & Fuady, 2021; Riel, 2012). Semakin seorang literer dalam memanfaatkan dan menggunakan perangkat digital, memperbesar peluang seseorang untuk memilih kandidat dalam pemilu. Fakta empiris ini dapat disebabkan karena adanya keterbukaan ruang informasi publik dalam perangkat digital dan ditambah dengan mempunyai warga negara untuk menggunakan, membuat, dan mengevaluasi informasi yang dia dapatkan dari perangkat digital (Goldstein, 2020; Riel, 2012).

Akan tetapi, riset ini juga menghasilkan suatu temuan yang menarik untuk didiskusikan lebih lanjut. Ketika analisis dilakukan secara parsial, efikasi politik eksternal tidak mampu memprediksi secara signifikan perilaku memilih pada pemilihan presiden ($p > 0,05$). Ini mendukung hasil riset Nuriawati (2021) yang membuktikan tidak ada pengaruh efikasi politik eksternal terhadap tingkat kehadiran pemilih pada pemilihan presiden 2019 di Kabupaten Banyumas. Efikasi politik eksternal sendiri merujuk pada keyakinan seseorang terhadap respon yang diberikan pemerintah atas tuntutan masyarakat (Caprara et al., 2009; Craig & Maggiotto, 1982). Selain itu, efikasi politik eksternal juga berkaitan erat dengan kepuasan terhadap sistem demokrasi yang berjalan dan kepercayaan terhadap lembaga publik (González, 2020). Data Indikator (2023) menunjukkan tingkat kepercayaan generasi Z terhadap presiden cenderung sangat tinggi dibandingkan anggota lembaga legislatif dan parpol, sehingga ini memberikan makna bahwa generasi Z lebih yakin kepada presiden daripada anggota lembaga legislatif dan parpol. Fakta ini dapat dijelaskan dalam perspektif teori *grievance* di mana teori ini menyatakan bahwa tanpa adanya suatu keluhan yang berarti dari masyarakat terhadap sistem politik (termasuk peran lembaga publik dalam mengatur kebijakan), maka mereka tidak perlu aktif secara politik, termasuk dalam kontestasi pemilu (Hooghe & Marien, 2013; Opp, 1988). Hal ini dapat mengubah preferensi memilih pada generasi Z. Mengacu pada penjelasan teoritis tersebut, ketika seseorang sudah yakin terhadap presiden, mereka cenderung mengabaikan faktor efikasi politik eksternalnya karena mereka sudah yakin dengan lembaga tersebut, sehingga siapapun kandidat capres yang akan terpilih itu tidak masalah. Sebaliknya, ketidakpercayaan generasi Z terhadap anggota legislatif dan parpol, membuat mereka harus terlibat dalam pemilihan anggota legislatif dan parpol. Hal ini mengakibatkan mereka memilih berdasarkan berbagai pertimbangan yang matang, seperti *track record* caleg dan parpol, tingkat persepsi korupsi, serta kinerja parlemen dalam lima tahun terakhir.

Terakhir, mengingat riset ini merupakan riset dasar, tentunya memiliki berbagai macam keterbatasan dan kesenjangan yang perlu diperbaiki dalam riset-riset selanjutnya. Walaupun riset ini telah mengungkap bagaimana dinamika perilaku memilih pada generasi

muda khususnya generasi Z secara umum di Indonesia, tetapi riset ini belum mengungkap fakta-fakta demografis yang dicurigai berpengaruh terhadap perilaku memilih, mengingat Indonesia merupakan negara yang beragam secara demografis. Salah satunya variabel demografis tersebut adalah tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan. Sebagaimana diketahui bahwa tindakan pemerintah sangat berpengaruh terhadap pemerataan pendidikan dan pembukaan lapangan pekerjaan, sehingga suara dari generasi muda sangat berpengaruh. Selain itu, akses pendidikan di Indonesia yang belum merata, ditengarai mempengaruhi bagaimana seseorang berpartisipasi dalam pemilu atau tidak. Hal ini tentunya memerlukan investigasi lebih mendalam dalam riset selanjutnya. Keterbatasan lainnya, riset ini menggunakan teknik sampling yang kurang mampu menjangkau populasi dengan karakteristik tertentu, misalnya generasi Z pada suku-suku di Indonesia. Hasilnya, riset ini tidak mampu menjangkau keseluruhan provinsi di Indonesia dan cenderung terkumpul di Pulau Jawa. Riset-riset selanjutnya, sebaiknya memperhatikan hal ini juga.

4. Simpulan

Akhirnya, riset ini mampu membuktikan variabel-variabel yang menjadi prediktor perilaku memilih. Riset ini telah membuktikan bahwa variabel efikasi politik dan literasi digital secara simultan mampu menjadi prediktor dari perilaku memilih. Di lain sisi, secara parsial, kedua variabel itu mampu menjadi prediktor pada sebagian besar tingkat perilaku memilih. Hanya variabel efikasi politik yang secara dimensional (efikasi politik eksternal) tidak mampu menjadi prediktor perilaku memilih pada tingkatan pemilihan presiden. Riset ini memiliki berbagai keterbatasan dan kekurangan yang perlu diperbaiki dalam riset-riset perilaku memilih kedepannya. Misalnya, belum terungkapnya variabel-variabel lain yang berpotensi memprediksi perilaku memilih, seperti tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, dsb. Selain itu, pemilihan teknik sampling yang digunakan dalam riset ini belum mampu menjangkau secara keseluruhan variasi dan karakteristik populasi yang ada di Indonesia mengingat negara Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam karakteristik pada masyarakatnya. Pemilihan *convenience sampling* memungkinkan sampel yang terkumpul hanya berdasarkan kriteria secara umum yang diajukan peneliti. Oleh karena itu, riset-riset kedepan perlu menginvestigasi lebih lanjut variabel-variabel lain yang dicurigai memprediksi perilaku memilih dan memilih teknik sampling yang mampu menjangkau suatu karakteristik generasi Z tertentu (misalnya, ditinjau dari suku tertentu, agama tertentu, dsb.), sehingga mampu memperbaiki riset ini.

Terakhir, secara praktis, hasil riset ini mempertegas peran krusial efikasi politik dan literasi digital pada generasi muda, khususnya generasi Z terhadap partisipasi elektoral. Peneliti menyarankan agar terdapat suatu upaya kolaborasi antara pemerintah dan

masyarakat untuk secara bersama-sama terus meningkatkan efikasi politik dan literasi digital, sehingga generasi Z memilih bukan hanya karena sebatas 'FOMO', tetapi mereka benar-benar memilih berdasarkan pertimbangan yang matang. Dengan begitu, kandidat yang terpilih di dalam pemilu merupakan mereka yang benar-benar diharapkan oleh masyarakat Indonesia.

Selain itu, upaya dalam meningkatkan literasi digital perlu dilakukan baik oleh pemerintah melalui program dan kebijakannya maupun dari kesadaran masyarakat sendiri. Semakin meningkatnya literasi digital, masyarakat akan mampu untuk menyaring, menilai, dan mengkritisi berbagai macam informasi mengenai politik yang tersebar di perangkat digital. Oleh karena itu, dengan adanya upaya-upaya secara praktis ini, diharapkan partisipasi elektoral semakin meningkat baik secara kuantitas maupun kualitas demi kemajuan berdemokrasi.

Daftar Rujukan

- Abbas, Z., & Nawaz, A. (2014). Digital-Literacy as the Predictor of Political- Participation a Survey of University Graduates in Dikhan, KP, Pakistan. *Global Journal of Human-Social Science*, 14(8), 1–11. <https://www.researchgate.net/publication/283311552>
- Alfaruqy, M. Z. (2023). Political Efficacy and Political Engagement in College Students. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 12(2), 239. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v12i2.10880>
- Amin, H., Malik, M. A., & Akkaya, B. (2021). Development and Validation of Digital Literacy Scale (DLS) and its Implication for Higher Education. *International Journal of Distance Education and E-Learning*, 7(1), 24–43. <https://doi.org/10.36261/ijdeel.v7i1.2224>
- Aminah, A., & Sari, N. (2019). Dampak Hoax di Media Sosial Facebook terhadap Pemilih Pemula. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 51–61. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13565>
- Anderson, D. M., & Cornfield, M. (2003). *The Civic Web: Online Politics and Democratic Values* (1st ed.). Rowman & Littlefield.
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186–3191. <https://doi.org/10.1097/00007632-200012150-00014>
- Bélanger, É. (2019). Social Media Use and Voting Intention In The 2012 Quebec Election Campaign. *French Politics*, 17(4), 468–481. <https://doi.org/10.1057/s41253-019-00094-6>
- Bulger, M. E., Mayer, R. E., & Metzger, M. J. (2014). Knowledge and processes that predict proficiency in digital literacy. *Reading and Writing*, 27(9), 1567–1583. <https://doi.org/10.1007/s11145-014-9507-2>

- Caillier, J. (2010). Citizen Trust, Political Corruption, and Voting Behavior: Connecting the Dots. *Politics and Policy*, 38(5), 1015–1035. <https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2010.00267.x>
- Condon, M., & Holleque, M. (2013). Entering politics: General self-efficacy and voting behavior among young people. *Political Psychology*, 34(2), 167–181. <https://doi.org/10.1111/pops.12019>
- Craig, S. C., & Maggiotto, M. A. (1982). Society for Political Methodology Measuring Political Efficacy Measuring Political Efficacy. *Political Methodology*, 8(3), 85–109. <http://www.jstor.org/stable/25791157><http://about.jstor.org/terms>
- De-Oliveira, M., de Almeida, C. M., & Mainardes, E. W. (2022). Politics and social media: an analysis of factors anteceding voting intention. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 19(2), 309–332. <https://doi.org/10.1007/s12208-021-00301-7>
- Dimock, M. (2019). *Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center, 17(1), 1–7. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Fatmarina, N., Rini, A. S., & PS, M. (2019). Literasi Internet dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Pulau Pramuka. *PROSIDING COMNEWS 2019*, 1(1), 57–67. <https://proceeding.umn.ac.id/index.php/COMNEWS/article/view/1080>
- Fitriah, E. A. (2014). Personal Values Dan Internal Political Efficacy Pemula. *Psymphathic, Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 244–254.
- Fitriyani, A., Rosadi, A. D., Laila, F., Puspita, D., & Imron, A. (2024). Determinasi Persepsi Perilaku Generasi Milenial dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal of Education Science (JES)*, 10(1), 14–24. <https://jurnal.uui.ac.id/index.php/jes/article/view/3695/1839>
- Gani, M. H., Daud, M., & Ridfah, A. (2022). METAPSIKOLOGI : Jurnal Ilmiah Kajian Psikologi Efektivitas Modul Pendidikan Politik Terhadap Efikasi Politik dan Partisipasi Politik Pada Siswa SMA di Kabupaten Barru. *Metapsikologi : Jurnal Ilmiah Kajian Psikologi*, 1(1), 40–50. <https://doi.org/010.0000/xxxxxx-xxx-0000-0>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- González, S. (2020). Testing the evidence, how good are public sector responsiveness measures and how to improve them?. *OECD Working Papers on Public Governance*, (38), 0_1-53.
- Gil de Zúñiga, H., Diehl, T., & Ardévol-Abreu, A. (2017). Internal, External, and Government Political Efficacy: Effects on News Use, Discussion, and Political Participation. *Journal*

- of Broadcasting and Electronic Media*, 61(3), 574–596.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1344672>
- Goldstein, S. (2020). *Informed Societies* (1st ed.). Facet Publishing.
- Groskurth, K., Nießen, D., Rammstedt, B., & Lechner, C. M. (2021). An English-language adaptation and validation of the Political Efficacy Short Scale (PESS). *Measurement Instruments for the Social Sciences*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s42409-020-00018-z>
- Guess, A. M., & Munger, K. (2023). Digital literacy and online political behavior. *Political Science Research and Methods*, 11(1), 110–128. <https://doi.org/10.1017/psrm.2022.17>
- Ho, M. T., Mantello, P., Ghotbi, N., Nguyen, M. H., Nguyen, H. K. T., & Vuong, Q. H. (2022). Rethinking technological acceptance in the age of emotional AI: Surveying Gen Z (Zoomer) attitudes toward non-conscious data collection. *Technology in Society*, 70, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.102011>
- Houghton, D. P. (2008). *Political Psychology: Situations, Individuals, and Cases* (1st ed.). Routledge.
- Hurlock, E. B. (2011). *Developmental Psychology* (5th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ichwanusafa, R., & Aji, M. P. (2024). 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Mahasiswa Generasi Z di UPN Veteran Jakarta. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisipline*, 2(4), 329–337.
- Irhandayaningsih, A. (2020). Pengukuran Literasi Digital Pada Peserta Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.231-240>
- Jesica, C. N., Sumadinata, R. W. S., & Paskarina, C. (2020). Effects of Mass Media and Digital Media Internet on Young Voter Participation. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 8(1), 57–67. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v8i1.3393>
- Katadata.co.id. (2023). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/faf64350269d0c8/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Katadata.co.id. (2024). *Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/09/media-sosial-jadi-sumber-utama-gen-z-dalam-mengakses-berita>
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 50(2), 173–192. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5002_1

- Kofi Frimpong, A. N., Li, P., Nyame, G., & Hossin, M. A. (2022). The Impact of Social Media Political Activists on Voting Patterns. *Political Behavior*, 44(2), 599–652. <https://doi.org/10.1007/s11109-020-09632-3>
- Larasati. (2017). *Literasi Media Berita dan Literasi Digital terhadap Partisipasi Politik Online dan Offline* [Skripsi, Universitas Mercu Buana]. Repository Universitas Mercu Buana. <https://repository.mercubuana.ac.id/39578/>
- Lewin, G. W. (2004). Field Theory and Experiment in Social Psychology (1939). *Resolving Social Conflicts and Field Theory in Social Science* (pp. 262–278). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10269-020>
- Limilia, P., & Fuady, I. (2021). Literasi media, chilling effect, dan partisipasi politik remaja. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.24198/jkk.v9i1.31939>
- Mukherjee, P., Pascarella, J. A., Rentschler, L., & Simmons, R. (2023). Social Media, (Mis)information, and Voting Decisions. *Political Behavior*, 1(1), 1–26. <https://doi.org/10.1007/s11109-023-09884-9>
- Nuriawati, R. T. Pengaruh Efikasi Politik Internal Dan Eksternal Terhadap Tingkat Kehadiran Pemilih Di Kelurahan Pasir Kidul Kabupaten Banyumas Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019. [Skripsi Universitas Jenderal Soedirman]. Repository Universitas Jenderal Soedirman. <https://repository.unsoed.ac.id/9452/>
- Pancer, S. M., Prarr, M., Hunsberger, B., & Alisar, S. (2007). Community and political involvement in adolescence: What distinguishes the activists from the uninvolved? *Journal of Community Psychology*, 35(6), 741–759. <https://doi.org/10.1002/jcop.20176>
- Pardana, D. (2023). Pengaruh Media Sosial Dalam Memprediksi Partisipasi Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 36–44. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i01.533>
- Pratama, A. F., Juwandi, R., & Bahrudin, F. A. (2022). Pengaruh Literasi Politik dan Informasi Hoax terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. *Journal of Civic Education*, 5(1), 11–24. <https://doi.org/10.24036/jce.v5i1.662>
- Qudsi, M. I. El, & Syamtar, I. A. (2020). Instagram dan komunikasi politik generasi Z dalam pemilihan presiden 2019 (Studi pada mahasiswa Universitas Pertamina). *Jurnal Perspektif*, 4(2), 167–185. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/9425>
- Ridha, M., & Riwanda, A. (2020). Literasi Media, Literasi Politik, dan Partisipasi Kewarganegaraan Pemilih Pemula di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 110–121. <https://doi.org/10.17977/um019v5i1p110-121>

- Riel, J. (2012). *The digitally literate citizen* [Doctoral dissertation, Georgetown University]. ProQuest Dissertations and Theses Global. <http://pqdtopen.proquest.com/doc/1012281460.html?FMT=AI>
- Rule, S. (2014). Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, 2. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5>
- Santrock, J. W. (2018). *Life-Span Development* (17th ed., p. 831). McGraw-Hill higher Education.
- Sembiring, W. M. (2014). Persepsi Konstituen Terhadap Anggota DPRD dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Journal of Governance and Political Social UMA*, 2(2), 119–132.
- Shockley-Zalabak, P. S., Morreale, S. P., & Stavrositu, C. (2019). Voters' Perceptions of Trust in 2016 Presidential Candidates, Clinton and Trump: Exploring the Election's Outcome. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 856–887. <https://doi.org/10.1177/0002764217730855>
- Sirait, F. E. T. (2020). Ujaran Kebencian, Hoax dan Perilaku Memilih (Studi Kasus pada Pemilihan Presiden 2019 di Indonesia). *Jurnal Penelitian Politik*, 16(2), 179–190. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/index.php/jpp/article/view/806ac2ejourfcfab2116313>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Work: How the Next Generation is Transforming The Workplace* (1st ed.). HarperCollins Publisher Ltd.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trisna, V., & Fatmariza, F. (2019). Faktor - Faktor Penyebab Tingginya Partisipasi Politik Mahasiswa pada Pemilu Badan eksekutif Mahasiswa Periode 2018-2019. *Journal of Civic Education*, 2(3), 197–205. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i3.150>
- Wibowo, K. A., Rahmawan, D., & Syafaat, A. H. (2020). Efikasi politik dan jenjang partisipasi politik pemilih pemula. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 152. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26433>
- Winarsunu, T. (2017). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan* (Edisi Revisi). UMM Press.