

BAB I

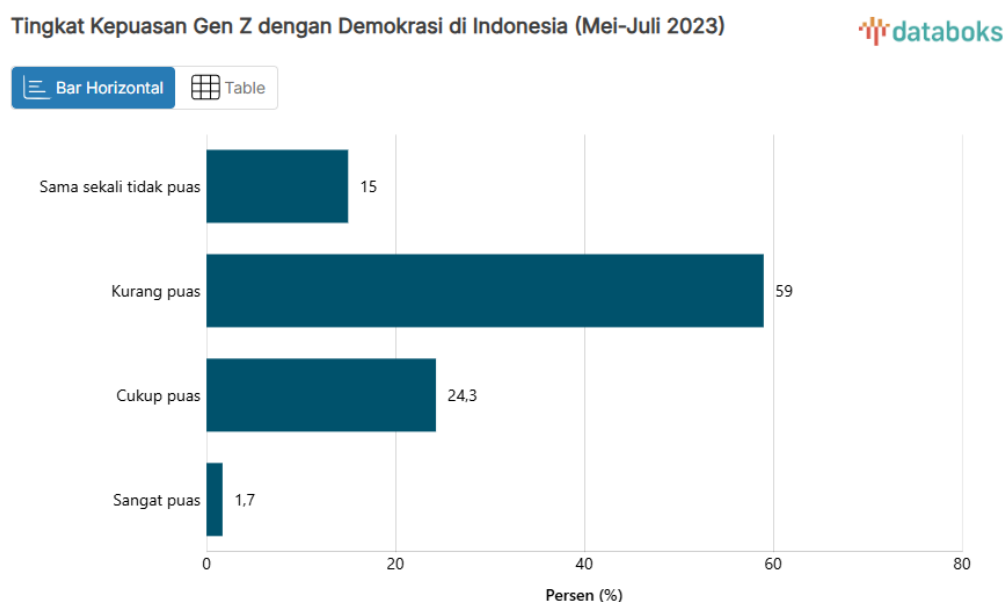
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memasuki fase demografis dan politik yang baru. Pada Pemilu 2024, berdasarkan penetapan resmi Komisi Pemilihan Umum, total pemilih yang terdaftar dalam daftar pemilih tetap mencapai angka 204,8 juta jiwa, sebanyak 22,85% atau sekitar 46,8 juta merupakan pemilih dari generasi Z, sementara 33,60% atau 66,8 juta berasal dari generasi milenial. Gabungan keduanya mencapai 56,45% dari total DPT menempatkan mereka secara resmi sebagai penentu utama arah demokrasi Indonesia (Budiono, 2023). Pada saat yang sama, generasi ini tumbuh sebagai digital native yang menjadikan media sosial sebagai ruang utama untuk memperoleh informasi, berinteraksi, mengekspresikan identitas, dan membentuk opini politik. Konsekuensinya, kualitas demokrasi Indonesia semakin terkait dengan cara Gen Z mengonsumsi, menafsirkan, dan merespons informasi politik di ruang digital.

Namun, besarnya bobot demografis tersebut tidak otomatis berbanding lurus dengan kuatnya partisipasi politik yang substantif. Survei dari databooks mencatat bahwa 15% Gen Z merasa sama sekali tidak puas dengan demokrasi di Indonesia, sementara 59% menyatakan kurang puas hanya 1,7% yang merasa sangat puas dan 24,3% yang cukup puas (databoks.katadata.co.id, 2024). Hal tersebut menghasilkan penurunan partisipasi politik khususnya pada pemilih muda. Berdasarkan hasil survei yang dirilis oleh CSIS terkait perilaku pemilih muda mengungkapkan bahwa keterlibatan generasi muda dalam arena politik formal masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari rendahnya hasrat mereka untuk terjun langsung ke dunia politik, di mana hanya sekitar 14 hingga 15 persen yang menyatakan keinginan untuk maju sebagai calon legislatif maupun kepala daerah, dan keanggotaan dalam partai politik atau organisasi sayap partai hanya sekitar 1,1 persen (Kompas Cyber, 2023). Bahkan. Litbang Kompas mencatat bahwa tingkat antusiasme memilih di kalangan Gen Z hanya berada di angka 67,8% lebih rendah dibandingkan generasi di atasnya yang berkisar antara 68,1% hingga 77,9% (KompasTV, 2023). Lebih mengkhawatirkan, sikap skeptis terhadap efektivitas partisipasi juga sangat kuat: sebanyak 18,5% anak muda tidak percaya dan 4% sangat tidak percaya bahwa suara mereka dapat membuat perbedaan dalam perumusan kebijakan publik (Katadata Insight Center, 2023). Data ini sejalan dengan temuan Prof. Asrinaldi dari Universitas Andalas yang menyatakan bahwa Gen Z aktif mengomentari isu politik di media sosial, tetapi ketika hari pemungutan suara tiba, sebagian dari mereka memilih golput atau tidak menggunakan hak pilihnya (Ramanda, 2025). Tren ini juga terkonfirmasi dari data resmi penyelenggara pemilu

dan lembaga statistik nasional dalam beberapa tahun terakhir. Pada Pemilu 2019, tingkat partisipasi pemilih nasional mencapai 81,97% untuk Pilpres dan 81,69% untuk Pileg (KPU, 2019), namun turun menjadi 76,09% pada Pilkada Serentak 2020 (KPU, 2020). Indeks Demokrasi Indonesia (IDI) yang dirilis Badan Pusat Statistik juga menunjukkan pola fluktuatif, dari 78,12 pada 2021, naik ke 80,41 pada 2022, lalu turun kembali ke 79,51 pada 2023 (BPS, 2023). Kondisi yang lebih mengkhawatirkan terlihat pada tahun 2024: meskipun partisipasi Pemilu nasional (Pilpres dan Pileg) tetap tinggi di angka 81,78% dan 81,42% (KPU, 2024), tingkat partisipasi pada Pilkada Serentak yang digelar pada tahun yang sama justru anjlok tajam ke angka 68,16% secara nasional bahkan DKI Jakarta mencatatkan rekor terendah sepanjang sejarah pilkada langsung, yaitu hanya 57,6% (KPU, 2024). Kesenjangan tajam antara partisipasi pemilu nasional dan pilkada dalam rentang waktu kurang dari satu tahun ini menegaskan bahwa minat partisipasi politik masyarakat, khususnya pemilih muda, bersifat rapuh dan sangat dipengaruhi oleh momentum, kejenuhan informasi, serta kepercayaan terhadap proses politik yang sedang berlangsung.



Gambar 1. 1 Tingkat Kepuasan Gen Z dengan Demokrasi di Indonesia

Aktivitas politik yang relatif lebih menonjol justru terjadi di ruang digital, misalnya penyampaian pendapat melalui media sosial. Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran saluran partisipasi: anak muda tidak sepenuhnya apatis, tetapi keterlibatan mereka cenderung cair, sporadis, dan lebih banyak berlangsung di platform digital daripada melalui institusi politik formal.

Kondisi tersebut perlu dibaca secara lebih kritis karena ekosistem digital yang dihadapi Gen Z bukanlah ruang netral. Media sosial membuka akses luas terhadap informasi politik,

tetapi sekaligus menghadirkan problem serius berupa misinformasi, disinformasi, dan hoaks politik. Sepanjang tahun politik 2024, Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo) mencatat lonjakan hoaks yang sangat tajam. Pada semester pertama 2024 saja, ditemukan 2.119 hoaks, hampir mendekati total temuan sepanjang 2023. Di antara temuan tersebut, tema politik mendominasi dengan porsi sekitar 48,9 persen (Mafindo, 2024). Hoaks tidak lagi hadir sebagai gangguan pinggiran, melainkan sebagai bagian dari arus informasi sehari-hari yang berpotensi memengaruhi persepsi publik tentang kandidat, partai, proses pemilu, bahkan legitimasi lembaga demokrasi.

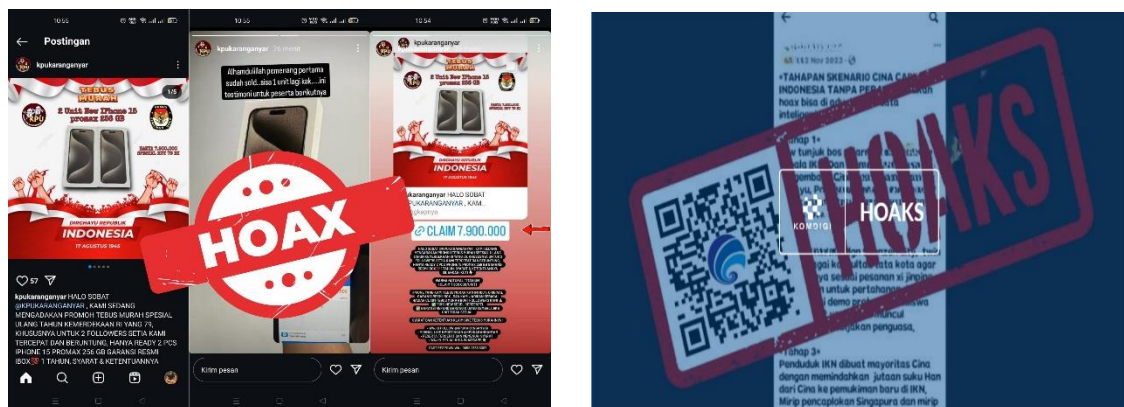
Realitas nyatanya dapat dilihat dari sejumlah kasus hoaks politik yang viral dan berdampak besar selama Pemilu 2024. Pertama, beredar video deepfake Presiden Joko Widodo yang seolah-olah berpidato menggunakan bahasa Mandarin padahal video tersebut merupakan rekaman pidato Presiden Jokowi dalam bahasa Inggris pada 2015 yang diedit menggunakan teknologi kecerdasan buatan agar tampak seperti pidato berbahasa Mandarin (UMS, 2023). Video ini viral di tengah situasi politik yang memanas dan memicu kecurigaan publik terhadap pemerintah. Kedua, beredar hoaks yang mengklaim bahwa data hasil Pemilu 2024 "sudah jadi" sebelum pemungutan suara dilaksanakan, disertai narasi bahwa pemilu hanya sekadar formalitas karena pemenang sudah ditentukan klaim yang langsung dibantah oleh Ketua KPU Hasyim Asy'ari (<https://kab-karanganyar.kpu.go.id/>, 2026) Ketiga, munculnya hoaks tentang rekaman suara palsu berbasis AI milik tokoh politik, termasuk Anies Baswedan dan Surya Paloh, yang diproduksi untuk mendistorsi persepsi publik terhadap kandidat tertentu (detikNews, 2024). Keempat, beredar narasi panjang di WhatsApp dan Facebook yang mengklaim adanya "sembilan tahapan pencaplokan Indonesia" oleh Tiongkok melalui proyek IKN Nusantara hoaks kategori wedge driver yang dirancang untuk memperkeruh polarisasi berbasis sentimen SARA (Cekfakta.com, 2021). Kasus-kasus ini membuktikan bahwa hoaks politik tidak hanya menyasar pengetahuan pemilih, tetapi lebih jauh menarget kepercayaan publik terhadap institusi demokrasi dan integritas penyelenggara pemilu dua fondasi utama yang mendorong seseorang untuk mau berpartisipasi dalam proses politik.

Fenomena ini tidak lepas dari salah satu sumber produksi hoaks politik yang paling signifikan, yaitu praktik kampanye hitam (*black campaign*). Kampanye hitam merupakan strategi komunikasi politik yang menyerang lawan politik menggunakan informasi yang tidak berdasar, dimanipulasi, atau bahkan sepenuhnya direkayasa, dengan tujuan menjatuhkan kredibilitas kandidat atau partai politik tertentu di mata publik. Berbeda dengan kampanye negatif (*negative campaign*) yang masih berpijak pada fakta dan rekam jejak yang dapat

diverifikasi, kampanye hitam secara sengaja memproduksi narasi palsu, fitnah, atau tuduhan tanpa dasar yang jelas. Kasus-kasus di atas mulai dari video deepfake, klaim hasil pemilu palsu, hingga rekaman suara AI tokoh politik memperlihatkan bagaimana praktik semacam ini menjadi salah satu produsen utama konten hoaks politik yang kemudian beredar dan dikonsumsi oleh pengguna media sosial, termasuk Generasi Z sebagai kelompok pemilih muda yang aktif secara digital.

Praktik inilah yang menjadikan kampanye hitam sebagai salah satu produsen utama konten hoaks politik yang beredar di media sosial. Konten-konten yang lahir dari kampanye hitam seperti tuduhan palsu terhadap kandidat, dokumen atau tangkapan layar yang direkayasa, hingga narasi provokatif yang sengaja disebar melalui akun anonim atau buzzer pada akhirnya menjadi bagian dari arus informasi yang diterima Generasi Z di media sosial. Ketika konten semacam ini menyebar luas, dibagikan berulang, dan muncul dari berbagai akun atau platform, maka konten tersebut secara langsung berkontribusi terhadap tingginya Terpaan Hoaks Politik (X1) yang dialami pengguna media sosial, termasuk Generasi Z sebagai kelompok pemilih muda yang aktif secara digital.

Dengan demikian, kampanye hitam relevan dimasukkan dalam penelitian ini bukan sebagai variabel yang diukur secara langsung, melainkan sebagai konteks fenomenal yang menjelaskan mengapa terpaan hoaks politik menjadi persoalan yang layak diteliti yaitu karena hoaks politik yang dikonsumsi Gen Z di media sosial sebagian besar lahir dari, atau diperkuat oleh, praktik kampanye hitam yang marak terjadi di setiap momentum politik/pemilu di Indonesia.



Gambar 1. 2 Berita Hoax Politik

Situasi menjadi semakin problematis karena platform yang populer di kalangan Gen Z juga merupakan saluran penting penyebaran hoaks politik. Hasil pemantauan yang dilakukan oleh Mafindo mengidentifikasi TikTok dan YouTube sebagai dua platform digital yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan konten hoaks bermuatan pemilu dalam format video.

Proporsi hoaks yang beredar melalui TikTok tercatat sebesar 26,7 persen, sementara YouTube menyumbang 25,4 persen dari keseluruhan hoaks pemilu yang berhasil terdeteksi (Mafindo, 2024). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengidentifikasi total 2.882 konten hoaks terkait Pemilu 2024 yang tersebar di berbagai platform digital. Secara rinci, Instagram tercatat memuat 198 konten hoaks pemilu menjadikannya platform ketiga terbanyak setelah Facebook (1.325 konten) dan X/Twitter (947 konten), melampaui TikTok (342 konten), Snack Video (36 konten), dan YouTube (34 konten) (Sudoyo, 2024).

Ketiganya adalah platform yang sangat digemari anak muda karena menawarkan format visual singkat, cepat, dan mudah dibagikan ulang. Dalam format seperti ini, konten yang emosional, sensasional, atau menyesatkan sering kali lebih mudah memperoleh perhatian ketimbang informasi politik yang faktual dan kontekstual. Akibatnya, tingginya intensitas konsumsi konten politik di media sosial dapat menjadi pedang bermata dua: di satu sisi memperluas peluang akses informasi politik, tetapi di sisi lain memperbesar peluang terpaan terhadap hoaks politik.

Masalah ini menjadi semakin penting jika dikaitkan dengan tingginya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia. Data terbaru dari APJII (2024) mencatat bahwa pengguna internet di Indonesia telah melampaui angka 221,56 juta orang, dengan tingkat penetrasi yang mencapai 79,5 persen. Dalam struktur demografis pengguna tersebut, generasi Z menempati posisi sebagai kelompok dengan kontribusi terbesar terhadap total penggunaan internet secara nasional. (APJII, 2024). Sejalan dengan hal ini, laporan Digital 2024 yang dipublikasikan oleh We Are Social, & Meltwater (2024) mencatat bahwa rata-rata durasi penggunaan media sosial harian masyarakat Indonesia berada di angka 3 jam 11 menit (Riyanto, 2024). Dengan durasi penggunaan setinggi itu, paparan terhadap konten politik baik yang akurat maupun yang manipulatif menjadi hampir tak terhindarkan. Data tersebut mengindikasikan bahwa media sosial kini telah bertransformasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari rutinitas sehari-hari masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada siswa SMPN 13 Semarang, mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, yaitu sebesar 60%, sedangkan 39% berada pada kategori sedang dan hanya 1% pada kategori rendah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial telah menjadi aktivitas yang dominan di kalangan masyarakat muda Kota Semarang (Nikmah & Hartati, 2022).

Tabel 1. 1 Intensitas Penggunaan Media Sosial di Kota Semarang

Kategori	Persentase
Sangat Tinggi	9%
Tinggi	51%
Sedang	39%
Rendah	1%
Sangat Rendah	0%

Dalam konteks komunikasi politik, persoalan utama bukan sekadar apakah Gen Z terpapar politik di media sosial, melainkan bagaimana kualitas paparan tersebut memengaruhi minat mereka untuk berpartisipasi. Hoaks politik berpotensi menghasilkan tiga konsekuensi sekaligus. Pertama, konsekuensi kognitif: hoaks mengaburkan batas antara fakta dan klaim yang menyesatkan, sehingga pengguna mengalami kebingungan epistemik. Kedua, konsekuensi afektif: paparan berulang terhadap narasi manipulatif dapat memicu marah, curiga, jenuh, dan sinis terhadap politik. Ketiga, konsekuensi perilaku: kombinasi kebingungan dan sinisme dapat menurunkan kemauan untuk terlibat dalam diskusi politik, pemungutan suara, pengawasan publik, maupun kegiatan politik lainnya. Penjelasan ini sejalan dengan temuan Jones-Jang et al. (2021) yang menunjukkan bahwa persepsi terpaan mis/disinformasi memprediksi meningkatnya political cynicism.

Di sisi lain, literatur tentang media sosial dan partisipasi politik menunjukkan hasil yang tidak tunggal. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan informasi politik dapat meningkatkan keterlibatan politik, memperluas akses pada diskusi publik, dan menurunkan hambatan partisipasi (Chan & Yi, 2024; Malima et al., 2025). Akan tetapi, studi lain memperlihatkan bahwa media sosial juga dapat memperkuat polarisasi, memperbesar terpaan terhadap informasi palsu, dan menurunkan kepuasan terhadap demokrasi (Chan & Yi, 2024; Valenzuela et al., 2019). Artinya, media sosial bukan variabel yang otomatis positif ataupun negatif. Efeknya sangat bergantung pada bentuk penggunaan, kualitas informasi yang diterima, dan konteks politik tempat pengguna berada.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berangkat dari sebuah persoalan akademik sekaligus praktis: apakah terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial memengaruhi minat partisipasi politik Gen Z? Secara teoretis, pertanyaan ini penting karena menguji dua pengaruh yang berjalan bersamaan dalam ekosistem digital, yaitu pengaruh informasional media sosial dan pengaruh distorsif hoaks politik. Secara praktis, jawaban atas pertanyaan ini dibutuhkan untuk merancang intervensi literasi digital, pendidikan politik, dan strategi komunikasi publik yang lebih tepat sasaran kepada pemilih muda.

Selain itu, pemilihan Kota Semarang sebagai lokus juga diperkuat oleh pertimbangan representativitas komposisi Gen Z sebagai kelompok yang diteliti. KPU RI menetapkan bahwa Gen Z mencakup 22,85% atau 46.800.161 jiwa dari total 204.807.222 DPT Pemilu 2024 secara nasional (Ramadhan, 2023) Sementara di Kota Semarang, KPU Kota Semarang mencatat proporsi Gen Z dalam DPT Pilkada 2024 berada di angka 22,11% dari total 1.265.192 pemilih (Fataip, 2024). Selisih antara proporsi Gen Z di Kota Semarang (22,11%) dan proporsi Gen Z secara nasional (22,85%) hanya sebesar 0,74 poin persentase sebuah kesenjangan yang sangat kecil dan secara statistik tidak signifikan. Kemiripan komposisi ini menjadikan Kota Semarang sebagai lokus yang representatif secara demografis: pola dan proporsi kehadiran Gen Z sebagai pemilih di Kota Semarang mencerminkan struktur yang hampir identik dengan gambaran nasional, sehingga temuan penelitian ini memiliki relevansi yang lebih luas dan tidak terisolasi pada konteks lokal semata. Dengan demikian, hasil penelitian terhadap Gen Z di Kota Semarang berpotensi memberikan gambaran yang dapat dikontekstualisasikan pada dinamika partisipasi politik Gen Z Indonesia secara lebih umum.

Agar penelitian operasional dan layak pada level skripsi S1, lingkup studi ini dipersempit pada Generasi Z di Kota Semarang. Kota Semarang dipilih karena merupakan kota besar yang berciri urban, padat aktivitas pendidikan, dan memiliki penetrasi penggunaan media digital yang tinggi. Kota ini menyediakan konteks yang relevan untuk meneliti hubungan antara terpapar hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat partisipasi politik. Dengan pembatasan locus tersebut, penelitian diharapkan lebih terukur, feasible dari sisi pengumpulan data, dan tetap memiliki relevansi teoritis maupun praktis bagi kajian komunikasi politik digital di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah pokok penelitian ini terletak pada belum jelasnya arah pengaruh ekosistem informasi digital terhadap minat partisipasi politik Generasi Z. Di satu sisi, intensitas konsumsi konten politik di media sosial yang tinggi secara teoritis dapat meningkatkan akses informasi politik, membuka ruang diskusi, dan memperkuat keterlibatan warga muda. Di sisi lain, ruang yang sama juga dibanjiri hoaks politik yang dapat menurunkan kepercayaan, memunculkan kejenuhan informasi, serta melemahkan kemauan untuk terlibat dalam proses politik.

Ketidakjelasan itu diperkuat oleh temuan penelitian terdahulu yang masih beragam. Sebagian studi menemukan pengaruh positif penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik, sedangkan studi lain menunjukkan bahwa terpapar misinformasi justru meningkatkan

sinisme dan melemahkan orientasi demokratis. Di Indonesia, kajian yang secara simultan menguji pengaruh terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial terhadap minat partisipasi politik Gen Z, khususnya pada konteks lokal perkotaan seperti Kota Semarang, masih terbatas.

1. Apakah terpaan hoaks politik berpengaruh terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang?
2. Apakah intensitas konsumsi konten politik di media sosial berpengaruh terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang?
3. Apakah terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun. Secara operasional, tujuan penelitian dirinci sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh terpaan hoaks politik terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.
2. Menganalisis pengaruh intensitas konsumsi konten politik di media sosial terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.
3. Menganalisis pengaruh terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial secara simultan terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.

1.4 Signifikansi Penelitian

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian komunikasi politik digital dengan menghubungkan tiga konsep yang sering dipelajari secara terpisah, yaitu terpaan hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat partisipasi politik. Posisi teoretis penelitian ini penting karena memperlihatkan bahwa media sosial tidak dapat dipahami semata-mata sebagai saluran komunikasi yang memperluas partisipasi, melainkan juga sebagai lingkungan informasi yang mengandung risiko distorsi. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada upaya menjelaskan kondisi paradoks dalam demokrasi digital: warga muda semakin terhubung secara teknologis, tetapi belum tentu semakin kuat dalam orientasi partisipatorisnya.

Secara metodologis, penelitian ini menawarkan pengukuran kuantitatif yang operasional untuk melihat pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen dalam konteks Gen Z. Pemfokusan pada minat partisipasi politik bukan sekadar partisipasi aktual juga penting karena pada kelompok muda, minat merupakan prasyarat awal yang dapat berkembang menjadi perilaku politik yang lebih nyata. Karena itu, hasil penelitian dapat menjadi pijakan bagi studi lanjutan yang ingin menguji variabel mediasi seperti literasi digital, efikasi politik, kepercayaan politik, atau sinisme politik.

Secara praktis, penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga penyelenggara pemilu, pemerintah daerah, sekolah, perguruan tinggi, komunitas literasi digital, dan organisasi masyarakat sipil. Bagi penyelenggara pemilu, hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk menyusun strategi pendidikan pemilih yang lebih dekat dengan karakter media Gen Z. Bagi institusi pendidikan, hasil penelitian dapat menjadi pijakan untuk merancang literasi digital-politik yang tidak berhenti pada cek fakta, tetapi juga menumbuhkan orientasi kewargaan yang aktif. Bagi masyarakat sipil dan media, hasil penelitian dapat digunakan untuk merancang pesan antihoaks yang lebih sesuai dengan kebiasaan konsumsi media generasi muda.

Secara sosial, penelitian ini diharapkan memberi manfaat dalam bentuk penguatan kualitas partisipasi politik warga muda. Demokrasi tidak cukup ditopang oleh tingginya jumlah pemilih, tetapi juga oleh kualitas informasi yang beredar dan kemauan warga untuk terlibat secara sadar. Dengan memahami hubungan antara terpapar hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat partisipasi politik, penelitian ini diharapkan berkontribusi pada penguatan demokrasi digital yang lebih sehat, inklusif, dan berbasis warga.

1.5 Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu dan *State of the Art*

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara media sosial, hoaks, dan partisipasi politik bersifat kompleks. Untuk memperjelas posisi penelitian ini, tabel berikut merangkum studi-studi kunci yang relevan dan menunjukkan celah yang akan diisi oleh penelitian ini.

Tabel 1. 2 State of the Art

Peneliti	Temuan kunci	Relevansi/gap
Malima et al. (2025)	Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik online melalui mediasi ekspresi politik, meskipun tingkat partisipasi tetap relatif rendah.	Menunjukkan bahwa efek media sosial bersifat tidak langsung dan bergantung pada mekanisme mediasi. Relevan untuk menguji peran variabel antara seperti hoaks

Peneliti	Temuan kunci	Relevansi/gap
		atau kualitas informasi dalam membentuk partisipasi politik.
(Chan & Yi, 2024)	Media sosial untuk informasi politik meningkatkan partisipasi dan perilaku memilih, tetapi pada saat yang sama dapat menurunkan kepuasan terhadap demokrasi, terutama dalam konteks polarisasi afektif yang tinggi.	Menunjukkan bahwa efek media sosial terhadap demokrasi tidak tunggal. Relevan untuk menempatkan intensitas konsumsi konten politik di media sosial sebagai variabel yang perlu diuji secara empiris.
(Mont'Alverne et al., 2024)	Konsumsi berita dari media legacy menurunkan kepercayaan pada misinformasi pemilu, sedangkan kepercayaan pada misinformasi justru menggerus kepercayaan terhadap media dari waktu ke waktu.	Memperkuat argumen bahwa kualitas paparan informasi menentukan kualitas sikap politik. Penelitian ini memakai wawasan tersebut untuk membaca dampak paparan hoaks politik pada pemilih muda.
(Pratama et al., 2022)	Literasi politik dan informasi hoaks berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik mahasiswa di Indonesia.	Menunjukkan relevansi variabel hoaks dalam konteks Indonesia, tetapi objek kajiannya mahasiswa dan belum secara spesifik menguji Generasi Z perkotaan dengan fokus pada minat partisipasi politik.
(Jones-Jang et al., 2021)	Persepsi keterpaparan mis/disinformasi memprediksi meningkatnya political cynicism pada gelombang berikutnya; penggunaan media sosial juga berpengaruh tidak langsung terhadap sinisme melalui persepsi paparan misinformasi.	Menjadi dasar teoretis bahwa terpaan hoaks politik dapat menurunkan orientasi partisipatoris melalui jalur sinisme dan kekecewaan politik.
(Valenzuela et al., 2019)	Penggunaan media sosial untuk berita politik berkaitan dengan partisipasi politik, tetapi sekaligus berkaitan dengan penyebaran misinformasi; partisipasi dan misinformasi dapat tumbuh bersama dalam ekosistem yang sama.	Relevan untuk menjelaskan paradoks ruang digital: semakin aktif secara politik tidak selalu berarti semakin sehat secara informasional.

Berdasarkan telaah tersebut, tampak bahwa penelitian terdahulu cenderung bergerak pada dua jalur. Jalur pertama meneliti bagaimana media sosial memperkuat keterlibatan politik. Jalur kedua meneliti bagaimana misinformasi atau hoaks memengaruhi kepercayaan, sikap, atau sinisme politik. Akan tetapi, sedikit penelitian yang menguji kedua dimensi tersebut secara bersamaan dalam satu model yang terintegrasi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada empat hal. Pertama, penelitian ini menguji dua variabel independen yang bekerja secara simultan dalam ekosistem digital, yaitu terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial. Kedua, penelitian ini memfokuskan variabel dependen pada minat partisipasi politik, sehingga dapat menangkap kecenderungan psikologis awal sebelum menjadi tindakan politik aktual. Ketiga, penelitian ini memusatkan perhatian pada Generasi Z sebagai kelompok pemilih strategis dalam demokrasi

digital. Keempat, penelitian ini mengambil locus Kota Semarang agar fenomena yang diteliti lebih kontekstual dan feasible untuk level skripsi S1.

1.5.2 Landasan Teori

1.5.2.1 Terpaan Hoaks Politik

Secara konseptual, hoaks politik adalah informasi palsu, menyesatkan, atau dimanipulasi yang berkaitan dengan aktor, isu, proses, dan institusi politik, lalu disebarkan sedemikian rupa sehingga tampak kredibel. Dalam literatur misinformation studies, hoaks politik dapat berbentuk fabricated content, manipulated content, false context, misleading content, maupun rekayasa audiovisual seperti deepfake. Intinya, hoaks politik tidak hanya mengandung ketidakbenaran faktual, tetapi juga dirancang untuk memengaruhi persepsi publik, emosi politik, dan perilaku warga.

Dalam kajian komunikasi, konsep terpaan media pada umumnya diukur melalui frekuensi, durasi, dan atensi. Penelitian ini mengadopsi logika tersebut dan memadukannya dengan konsep perceived exposure to misinformation dari Jones-Jang, Kim, dan Kenski (2021). Dengan demikian, terpaan hoaks politik dipahami sebagai tingkat keterpaparan individu terhadap informasi politik yang diduga atau diketahui palsu melalui berbagai platform media sosial, yang tercermin pada seberapa sering konten itu diterima, seberapa besar perhatian yang diberikan, dan seberapa luas pengalaman paparan lintas platform.

Terpaan hoaks politik perlu dibedakan dari kepercayaan terhadap hoaks. Seseorang dapat sering terpapar hoaks tanpa harus mempercayainya sepenuhnya. Meski demikian, paparan berulang tetap memiliki konsekuensi penting. Repetisi dapat menurunkan kepastian epistemik, memperbesar rasa jenuh, menimbulkan kecurigaan terhadap semua informasi politik, dan akhirnya memengaruhi orientasi terhadap dunia politik secara umum. Karena itu, dalam penelitian ini yang diukur bukan tingkat keyakinan pada hoaks, melainkan tingkat keterpaparan terhadap hoaks politik dalam keseharian digital responden.

Berdasarkan sintesis teori dan riset terdahulu, dimensi operasional terpaan hoaks politik dalam penelitian ini mencakup: (1) frekuensi menemukan konten politik yang diragukan kebenarannya; (2) intensitas paparan lintas platform atau dari berbagai sumber; (3) tingkat atensi ketika berhadapan dengan konten tersebut; dan (4) keterulangan paparan terhadap isu hoaks politik yang sama atau serupa. Keempat dimensi ini dipilih karena paling dekat dengan pengalaman nyata Gen Z ketika menjelajahi media sosial.

1.5.2.2 Intensitas Konsumsi Konten Politik di Media Sosial

Intensitas konsumsi konten politik di media sosial mencakup dimensi frekuensi, durasi, maupun kedalaman keterlibatan seseorang terhadap platform media sosial dalam aktivitas kesehariannya. Konsep intensitas tidak dapat disederhanakan semata-mata sebagai ukuran waktu yang dihabiskan, melainkan turut mempertimbangkan motivasi di balik penggunaan tersebut serta sejauh mana pengguna terlibat secara aktif dengan konten yang dikonsumsi. Dalam konteks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial dapat memengaruhi peluang individu bertemu dengan informasi publik, berita politik, diskusi warga, ajakan kolektif, ataupun propaganda dan hoaks.

Chan dan Yi (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk informasi politik dapat meningkatkan democratic engagement, walaupun hasilnya sangat dipengaruhi konteks polarisasi. Sementara Malima, Gabr, dan El Samad (2025) mengklasifikasikan intensitas konsumsi konten politik di media sosial ke dalam dua orientasi yang berbeda, yakni penggunaan yang dimotivasi oleh kebutuhan akan informasi dan penggunaan yang didorong oleh kebutuhan untuk menjalin hubungan sosial. Pembagian ini penting karena pengguna tidak selalu memasuki media sosial untuk mencari informasi politik; banyak pengguna justru awalnya hadir untuk hiburan atau interaksi sosial, tetapi kemudian tetap terpapar isu politik secara insidental melalui algoritma, akun teman, atau konten yang sedang viral.

Dalam penelitian ini, intensitas konsumsi konten politik di media sosial dipahami sebagai tingkat penggunaan aktif responden terhadap media sosial yang tercermin dalam frekuensi akses, durasi penggunaan, penggunaan untuk memperoleh informasi, serta penggunaan untuk interaksi dan ekspresi. Definisi ini sengaja bersifat lebih luas agar dapat menangkap realitas Gen Z yang tidak memisahkan secara tegas antara penggunaan informasional, sosial, dan hiburan dalam satu ekosistem platform.

Dimensi operasional intensitas konsumsi konten politik di media sosial dalam penelitian ini meliputi: (1) frekuensi akses harian; (2) durasi penggunaan per hari; (3) penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi atau berita; (4) penggunaan untuk berdiskusi, berkomentar, atau berbagi pendapat; dan (5) keterlibatan aktif dengan konten publik/politik. Dimensi tersebut dipilih untuk mengukur bukan hanya keberadaan responden di media sosial, tetapi juga kualitas keterlibatannya.

1.5.2.3 Minat Partisipasi Politik

Dalam pemahaman klasiknya, partisipasi politik dimaknai sebagai keseluruhan bentuk keterlibatan warga negara yang diarahkan untuk memberi pengaruh terhadap proses perumusan

keputusan di ranah politik, baik melalui jalur langsung maupun melalui mekanisme yang bersifat tidak langsung. Namun, penelitian ini tidak langsung mengukur partisipasi aktual, melainkan minat partisipasi politik. Pilihan ini penting karena pada kelompok muda, terutama Gen Z, tidak semua ketertarikan politik segera termanifestasi menjadi tindakan yang nyata. Banyak responden masih berada pada fase pembentukan orientasi, eksplorasi identitas politik, dan pengujian berbagai saluran keterlibatan.

Konsep minat dalam penelitian ini didekati sebagai *behavioral intention*, yaitu kesiapan psikologis seseorang untuk terlibat dalam kegiatan politik pada masa kini atau masa dekat yang akan datang. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, niat merupakan prediktor paling dekat dari perilaku. Karena itu, mengukur minat partisipasi politik dapat memberikan gambaran penting mengenai potensi keterlibatan warga muda sebelum perilaku tersebut benar-benar terjadi dalam bentuk memilih, berdiskusi, mengawasi kebijakan, ikut komunitas warga, atau menyampaikan aspirasi.

Minat partisipasi politik dalam penelitian ini tidak dibatasi pada politik elektoral. Mengacu pada tipologi Ekman & Amnå (2012) dalam *Human Affairs*, partisipasi politik bersifat multidimensional mencakup bentuk *latent participation* (ketertarikan dan perhatian terhadap isu politik), *manifest participation* (tindakan elektoral seperti memilih), *ekspresif* (menyampaikan pendapat dan berdiskusi), serta *civic engagement* (keterlibatan dalam komunitas warga dan advokasi kebijakan). Tipologi inilah yang menjadi landasan pembentukan dimensi dalam penelitian ini, dikombinasikan dengan kerangka niat perilaku dari Ajzen.

Atas dasar itu, dimensi operasional minat partisipasi politik dalam penelitian ini meliputi: (1) ketertarikan mengikuti isu politik dan kebijakan publik; (2) niat menggunakan hak pilih dalam pemilu/pilkada; (3) niat berdiskusi atau menyampaikan pendapat politik; (4) niat mengikuti kegiatan atau komunitas yang berkaitan dengan isu publik; dan (5) niat terlibat dalam pengawasan atau advokasi warga. Semakin tinggi skor pada dimensi-dimensi tersebut, semakin tinggi pula minat partisipasi politik responden.

1.5.2.4 *Spiral of Cynicism*

Teori *Spiral of Cynicism* yang dikembangkan Cappella & Jamieson (1997) menekankan bahwa paparan berulang terhadap pesan politik yang bernada negatif, manipulatif, atau strategis dapat memunculkan sinisme politik. Sinisme politik merupakan kondisi ketika warga memandang politik sebagai arena penuh kepentingan, tipu daya, dan permainan elite sehingga keterlibatan warga dianggap tidak banyak berarti. Dalam iklim seperti ini, warga

bukan hanya tidak percaya pada aktor politik tertentu, tetapi juga kehilangan rasa bahwa partisipasi mereka memiliki dampak.

Walaupun teori ini lahir dari kajian terhadap pemberitaan politik yang strategis, kerangka kerjanya sangat relevan untuk konteks hoaks politik di media sosial. Hoaks politik sering kali dibangun melalui narasi kecurangan, pengkhianatan, ancaman tersembunyi, atau demonisasi lawan politik. Jika paparan terhadap narasi semacam itu berlangsung terus-menerus, pengguna dapat terdorong pada rasa curiga, lelah, dan jenuh terhadap politik. Jones-Jang, Kim, dan Kenski (2021) memperlihatkan bahwa persepsi paparan mis/disinformasi memang memprediksi peningkatan political cynicism.

Dalam penelitian ini, Spiral of Cynicism digunakan untuk menjelaskan kemungkinan jalur negatif dari terpapar hoaks politik menuju minat partisipasi politik. Logika teorinya adalah sebagai berikut: hoaks politik yang berulang dapat mengikis kepercayaan, meningkatkan sinisme, dan menurunkan minat untuk berpartisipasi. Dengan kata lain, ketika politik dipersepsi sebagai arena yang dipenuhi kebohongan dan manipulasi, warga muda menjadi kurang tertarik untuk terlibat lebih jauh.

1.5.2.5 Media System Dependency Theory

Media System Dependency Theory merupakan teori yang menjelaskan hubungan saling ketergantungan antara individu, media, dan sistem sosial. Teori ini dikembangkan oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) melalui *A Dependency Model of Mass-Media Effects*. Teori tersebut menjelaskan bahwa hubungan individu dengan media dipengaruhi oleh kebutuhan individu terhadap sumber informasi serta kondisi lingkungan sosial tempat individu berada. Ketika individu menganggap media penting untuk mencapai tujuan tertentu, ketergantungan terhadap media akan semakin meningkat. Kondisi tersebut menyebabkan media memiliki peran yang lebih besar dalam memberikan informasi dan memengaruhi kondisi individu.

Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) menjelaskan bahwa ketergantungan media muncul karena individu membutuhkan sumber daya informasi yang dapat membantu mencapai tujuan tertentu. Media menjadi salah satu sumber yang digunakan individu untuk memahami lingkungan, memperoleh informasi, menentukan orientasi, serta mengambil keputusan. Pengaruh media tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh tingkat hubungan ketergantungan yang terbentuk antara individu dengan sistem media. Semakin besar kebutuhan individu terhadap media, semakin besar pula potensi media memberikan konsekuensi terhadap individu.

Dalam *Media System Dependency Theory*, hubungan antara individu, media, dan masyarakat merupakan bagian penting dalam menjelaskan efek media. Ball-Rokeach dan DeFleur (1976) menjelaskan bahwa individu menggunakan sumber daya media untuk mencapai tujuan tertentu yang berkaitan dengan pemahaman, orientasi, dan aktivitas lainnya. Ketergantungan tersebut dapat menghasilkan konsekuensi pada individu yang meliputi aspek kognitif, afektif, maupun perilaku. Aspek kognitif berkaitan dengan perubahan pengetahuan dan pemahaman, aspek afektif berkaitan dengan perasaan dan sikap, sedangkan aspek perilaku berkaitan dengan kecenderungan melakukan tindakan tertentu.

Perkembangan teknologi komunikasi menyebabkan hubungan ketergantungan tersebut tidak hanya terjadi pada media massa konvensional, tetapi juga berkembang melalui media digital dan media sosial. Media sosial memungkinkan individu memperoleh informasi secara cepat, berinteraksi dengan pengguna lain, serta mengikuti berbagai isu yang berkembang di masyarakat. Dalam kondisi tersebut, media sosial dapat menjadi sumber informasi yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan tertentu, termasuk kebutuhan terhadap informasi politik. Tan dan Firdaus (2023) mengembangkan konsep *Social Media Political Information Dependency* (SMPID) dengan menerapkan perspektif *Media System Dependency Theory* dalam konteks pencarian informasi politik melalui media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sumber yang digunakan individu untuk memenuhi kebutuhan informasi politik. Ketergantungan tersebut berkaitan dengan bagaimana individu menggunakan media sosial untuk memahami isu politik, memperoleh orientasi terhadap lingkungan politik, serta memenuhi kebutuhan lain melalui aktivitas di media sosial. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa konsep ketergantungan media masih relevan digunakan untuk memahami perilaku pencarian dan konsumsi informasi politik pada lingkungan media sosial.

Ketergantungan terhadap media dapat muncul ketika individu menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama untuk memperoleh informasi mengenai perkembangan politik. Individu dapat menggunakan media sosial untuk mengetahui isu politik terkini, mengikuti pemberitaan mengenai tokoh politik, memahami kebijakan pemerintah, melihat pendapat pengguna lain, maupun memperoleh informasi mengenai peristiwa politik. Ognyanova (2015) menunjukkan bahwa pendekatan *Media System Dependency* dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan internet sebagai sumber informasi dengan aspek politik, khususnya *political efficacy*. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan individu dengan media digital dapat memiliki konsekuensi terhadap aspek politik individu.

Salah satu konsekuensi dari tingginya penggunaan media sebagai sumber informasi adalah semakin besarnya peluang individu menerima berbagai jenis informasi yang tersedia dalam sistem media. Dalam media sosial, pengguna dapat menemukan informasi yang berasal dari media berita, lembaga resmi, tokoh politik, organisasi, maupun pengguna individu. Keberagaman sumber tersebut menyebabkan informasi yang diterima tidak selalu memiliki tingkat akurasi yang sama. Pengguna dapat memperoleh informasi yang benar, informasi yang belum terverifikasi, maupun informasi yang mengandung hoaks. Ketika media sosial digunakan secara intensif sebagai sumber informasi politik, pengalaman individu terhadap berbagai informasi politik juga dapat semakin besar. Dalam penelitian ini, terpaan hoaks politik dipahami sebagai pengalaman individu ketika menerima atau melihat informasi politik yang mengandung informasi palsu atau menyesatkan melalui media sosial. Terpaan tersebut menjadi bagian dari pengalaman individu dalam menggunakan media sebagai sumber informasi politik.

Intensitas konsumsi konten politik di media sosial berkaitan dengan tingkat aktivitas individu dalam mengakses, melihat, membaca, maupun mengikuti konten yang berkaitan dengan politik melalui media sosial. Semakin sering individu mengonsumsi konten politik, semakin tinggi pula interaksi individu dengan informasi politik yang tersedia dalam media. Dalam perspektif *Media System Dependency Theory*, aktivitas tersebut dapat dikaitkan dengan kebutuhan individu untuk memperoleh pemahaman dan orientasi terhadap lingkungan politik. Tan dan Firdaus (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi politik dapat menjadi bentuk ketergantungan terhadap media dalam memperoleh dan memahami informasi politik.

Hubungan tersebut selanjutnya dapat dikaitkan dengan minat partisipasi politik. Ketika media sosial digunakan sebagai sumber informasi politik, informasi yang diperoleh individu dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai berbagai persoalan politik. Pengetahuan dan pemahaman tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan munculnya ketertarikan individu untuk mengikuti atau terlibat dalam aktivitas politik. Dalam perspektif *Media System Dependency Theory*, konsekuensi penggunaan media dapat muncul pada aspek kognitif, afektif, maupun perilaku (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Oleh karena itu, minat untuk terlibat dalam aktivitas politik dapat dipandang sebagai salah satu respons yang relevan untuk dikaji dalam hubungan individu dengan media sebagai sumber informasi politik.

Generasi Z menjadi kelompok yang relevan dalam penelitian ini karena aktivitas mereka dalam lingkungan digital memungkinkan mereka berinteraksi dengan informasi politik melalui media sosial. Media sosial memberikan kesempatan kepada pengguna untuk tidak

hanya menerima informasi, tetapi juga mengikuti diskusi, memberikan tanggapan, membagikan informasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Intensitas penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi politik dapat membentuk pengalaman informasi yang berbeda pada setiap individu. Tan dan Firdaus (2023) juga menunjukkan pentingnya melihat ketergantungan informasi politik melalui media sosial pada kelompok anak muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi politik.

1.5.2.6 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen (1991) digunakan sebagai teori pendukung untuk memosisikan minat partisipasi politik sebagai variabel dependen yang sah secara konseptual. Dalam TPB, niat adalah determinan paling dekat dari perilaku. Seseorang cenderung melakukan suatu tindakan ketika ia memiliki niat yang cukup kuat, yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Relevansinya dengan penelitian ini terletak pada fakta bahwa partisipasi politik Gen Z tidak selalu dapat diukur secara memadai melalui tindakan aktual semata. Banyak warga muda masih berada dalam tahap pembentukan orientasi politik. Oleh sebab itu, mengukur minat partisipasi politik memberikan gambaran yang lebih sensitif tentang kemungkinan keterlibatan mereka dalam waktu dekat. Dalam penelitian ini, terpapar hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial ditempatkan sebagai variabel yang diduga memiliki peran dalam memengaruhi cara individu bersikap dan memandang realitas politik, yang pada gilirannya turut membentuk kecenderungan mereka untuk terlibat aktif dalam kehidupan berpolitik.

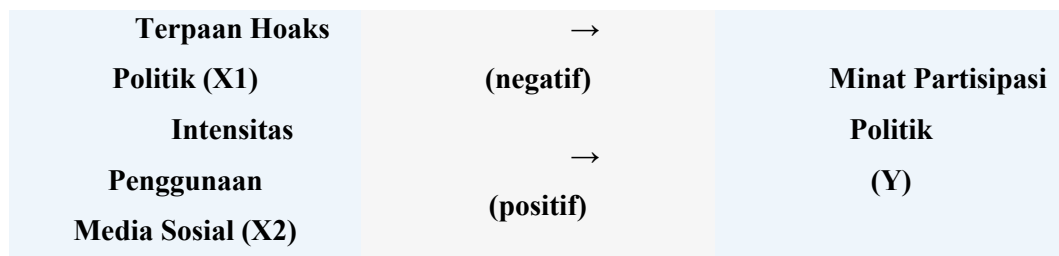
1.5.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Uses and Gratifications dari Katz et al. (1973), intensitas konsumsi konten politik di media sosial diperkirakan berhubungan positif dengan minat partisipasi politik karena media sosial menyediakan akses terhadap informasi, diskusi, dan ekspresi politik. Semakin intens seseorang menggunakan media sosial khususnya untuk memperoleh informasi dan berinteraksi semakin besar peluangnya terhubung dengan isu publik dan menunjukkan minat untuk terlibat.

Sebaliknya, berdasarkan Spiral of Cynicism, terpapar hoaks politik diperkirakan berhubungan negatif dengan minat partisipasi politik. Hoaks politik yang berulang dapat menimbulkan kebingungan informasi, ketidakpercayaan, dan sinisme terhadap politik. Ketika warga muda merasa politik dipenuhi manipulasi dan informasi palsu, dorongan untuk terlibat dalam proses politik cenderung melemah.

Kedua variabel tersebut tidak berdiri sendiri. Intensitas konsumsi konten politik di media sosial yang tinggi meningkatkan peluang seseorang bertemu dengan informasi politik, tetapi juga meningkatkan peluang bertemu dengan hoaks politik. Karena itu, penelitian ini memandang bahwa minat partisipasi politik Gen Z merupakan hasil dari tarik-menarik antara potensi pemberdayaan media sosial dan risiko distorsi informasional yang melekat di dalamnya.

Tabel 1. 3 Kerangka Pemikiran



1.6 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran di atas, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

- H1: Terpaan hoaks politik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.
- H2: Intensitas konsumsi konten politik di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.
- H3: Terpaan hoaks politik dan intensitas konsumsi konten politik di media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat partisipasi politik Generasi Z di Kota Semarang.

1.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Terpaan hoaks politik adalah tingkat keterpaparan individu terhadap informasi politik yang palsu, menyesatkan, atau belum terverifikasi yang diterima melalui media sosial.
2. Intensitas konsumsi konten politik di media sosial adalah tingkat penggunaan aktif

individu terhadap media sosial yang tercermin pada frekuensi, durasi, serta penggunaan untuk memperoleh informasi dan berinteraksi.

3. Minat partisipasi politik adalah kecenderungan psikologis atau niat individu untuk terlibat dalam aktivitas politik, baik dalam bentuk mengikuti isu politik, memilih, berdiskusi, menyampaikan aspirasi, maupun keterlibatan kewargaan lainnya.

1.8 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berikut disusun untuk memandu penyusunan instrumen penelitian. Jumlah item masih bersifat rencana awal dan dapat disempurnakan setelah uji coba instrumen.

Tabel 1. 4 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator operasional	Jumlah item (rencana)	Skala
Terpaan hoaks politik (X1)	Frekuensi paparan	Sering menemukan konten politik yang diragukan kebenarannya; menerima ulang isu politik yang sama dari beberapa sumber	4	Likert 1-5
	Atensi paparan	Membaca/menonton konten hoaks politik sampai cukup jauh; memberi perhatian pada konten politik sensasional	3	
	Lintas platform	Menemukan hoaks politik di lebih dari satu platform; paparan melalui teman, akun publik, grup, atau algoritma	3	
Intensitas konsumsi konten politik di media sosial (X2)	Frekuensi penggunaan	Frekuensi membuka media sosial setiap hari	2	
	Durasi penggunaan	Lama penggunaan media sosial per hari	3	
	Penggunaan informasional	Menggunakan media sosial untuk mencari berita, isu publik, dan informasi politik	3	
	Penggunaan interaksional	Menggunakan media sosial untuk berdiskusi, berkomentar, berbagi, atau merespons isu publik	2	
Minat partisipasi politik (Y)	Ketertarikan politik	Tertarik mengikuti perkembangan isu politik dan kebijakan publik	1	
	Niat elektoral	Berniat menggunakan hak pilih dan mengikuti proses pemilu/pilkada	2	
	Niat ekspresif	Berniat menyampaikan pendapat atau berdiskusi tentang isu politik	3	

	Niat keterlibatan warga	Berniat mengikuti kegiatan komunitas, advokasi, atau pengawasan kebijakan	4	
--	-------------------------------	--	---	--

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian yang hendak mengukur keterkaitan antarvariabel secara terukur dan objektif melalui data berbentuk angka. Adapun sifat eksplanatif dipilih karena penelitian ini tidak sekadar menggambarkan suatu fenomena, melainkan lebih jauh berupaya mengungkap pola hubungan kausal antara tiga variabel utama yaitu terpaan hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat partisipasi politik (Creswell & Creswell, 2018).

Secara epistemologis, penelitian ini berangkat dari paradigma positivistik. Realitas sosial dipandang dapat diobservasi, diukur, dan dianalisis secara sistematis melalui instrumen yang terstandar. Posisi peneliti adalah menjaga jarak analitis terhadap objek penelitian, meminimalkan bias personal, dan menggunakan teknik statistik sebagai dasar penarikan simpulan. Pilihan paradigma ini sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak menguji hipotesis secara empiris.

1.9.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Semarang dan tercatat sebagai pengguna aktif media sosial. Guna menjaga relevansi dengan konteks partisipasi politik yang diteliti, populasi target dipersempit dengan sejumlah kriteria, yaitu responden telah berusia paling sedikit 17 tahun atau sudah memenuhi syarat sebagai pemilih dan maksimal 29 tahun (batas usia Gen Z tahun ini) (kumparan.com, 2023), telah menetap di Kota Semarang dalam kurun waktu minimal enam bulan terakhir, serta mengakses dan menggunakan media sosial secara aktif setiap harinya.

Karena jumlah populasi target sangat besar dan tidak tersedia kerangka sampel individual yang lengkap, penelitian ini menggunakan penentuan ukuran sampel minimum dengan rumus Cochran untuk populasi besar (Cochran, 1977). Dengan tingkat kepercayaan 95 persen, proporsi awal 0,5, dan margin of error 10 persen, ukuran sampel minimum adalah sekitar 96 responden. Untuk mengantisipasi data tidak valid, penelitian ini menargetkan sekurang-kurangnya 100 responden.

1.9.3 Teknik Sampling

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Pemilihan teknik ini didasari oleh kebutuhan peneliti untuk memperoleh responden yang memiliki karakteristik spesifik yang sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan untuk menjadi responden adalah: (1) termasuk Generasi Z; (2) berdomisili di Kota Semarang; (3) aktif menggunakan media sosial; dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Untuk memperluas jangkauan responden, penyebaran kuesioner dilakukan secara daring dan luring terbatas melalui jejaring kampus, komunitas pemuda, dan ruang digital lokal.

1.9.4 Jenis Data dan Sumber Data

Penelitian ini mengandalkan dua kategori sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari para responden melalui pengisian kuesioner yang telah dirancang secara sistematis. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai referensi pendukung, seperti laporan resmi instansi, publikasi jurnal ilmiah, hasil survei, serta dokumen-dokumen yang diterbitkan oleh lembaga yang relevan dengan topik penelitian, di antaranya KPU, APJII, Mafindo, CSIS, dan sejumlah sumber akademik lainnya.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang mengadopsi skala Likert dengan lima tingkatan respons, mulai dari angka 1 yang menunjukkan pilihan tidak setuju hingga angka 4 yang mencerminkan pilihan setuju. Skala ini dipilih karena dinilai mampu merekam secara lebih rinci derajat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang merepresentasikan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Sebelum kuesioner didistribusikan kepada seluruh sampel, terlebih dahulu akan dilakukan uji coba kepada 30 responden di luar kelompok sampel utama dengan tujuan memverifikasi kejelasan bahasa, ketepatan pengukuran, serta konsistensi butir-butir pernyataan yang digunakan.

1.9.5 Skala Pengukuran

Keseluruhan variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert lima poin sebagai instrumen pengukuran utamanya. Pemilihan skala tersebut didasarkan pada kesesuaiannya dengan karakteristik variabel yang hendak diukur, yakni terpaan hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat berpartisipasi dalam politik, yang seluruhnya memiliki dimensi sikap dan psikologis. Skala yang diterapkan berkisar dari nilai 1 hingga 5, dengan angka 1 mewakili pilihan Tidak Setuju dan angka 5 mewakili pilihan Sangat

Setuju, sehingga responden memperoleh keleluasaan untuk menyatakan tingkat persetujuannya terhadap tiap butir pernyataan secara bertingkat dan proporsional.

Skala Likert termasuk ke dalam kategori skala interval, yang berarti data yang dihasilkan memiliki jarak antarperingkat yang setara dan dapat diolah dengan teknik statistik parametrik. Karakteristik ini sejalan dengan metode analisis yang digunakan dalam penelitian, yaitu regresi linear berganda, yang menuntut data berskala interval atau rasio. Melalui skala pengukuran tersebut, variabel terpaan hoaks politik, intensitas konsumsi konten politik di media sosial, dan minat partisipasi politik dapat masing-masing direpresentasikan sebagai skor komposit yang mencerminkan posisi setiap responden pada kontinum variabel yang bersangkutan.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, survei dengan kuesioner daring yang disebarakan melalui Google Form, media sosial, serta jejaring komunitas. Kedua, studi dokumentasi guna menghimpun data sekunder berupa laporan survei, statistik digital, dan literatur ilmiah yang relevan. Perpaduan kedua teknik tersebut dipilih agar penelitian memiliki landasan empiris primer yang kuat sekaligus didukung oleh dasar teoritis yang memadai.

Dalam pelaksanaan survei, peneliti akan mencantumkan informed consent pada bagian awal kuesioner. Responden akan diberikan penjelasan ringkas mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data, sifat partisipasi yang bersifat sukarela, serta hak untuk menghentikan pengisian kapan saja diinginkan. Langkah ini penting untuk menjaga etika penelitian, terlebih karena responden merupakan kalangan muda yang aktif berinteraksi di ruang digital.

1.9.7 Teknik Pengolahan Data

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian dilakukan terlebih dahulu menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh mencapai 0,70 atau lebih tinggi. Setelah instrumen dinyatakan reliabel, tahap berikutnya adalah pengujian validitas melalui perhitungan korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap butir pernyataan dengan skor totalnya. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai signifikansinya berada di bawah 0,05 dan/atau nilai koefisien korelasi item-totalnya melampaui nilai r tabel yang disesuaikan dengan jumlah responden pada tahap uji coba (Hair et al., 2019).

Setelah seluruh data utama terkumpul, peneliti akan melakukan pengolahan data melalui beberapa tahapan, yaitu editing, coding, tabulating, dan cleaning data.

1. **Editing** merupakan proses pemeriksaan awal terhadap data yang telah diperoleh dari responden. Pada tahap ini, peneliti memeriksa kelengkapan pengisian kuesioner, memastikan tidak terdapat pertanyaan yang terlewat, serta mengecek kesesuaian jawaban dengan kriteria responden yang telah ditentukan. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi respons yang tidak lengkap atau tidak layak digunakan dalam penelitian.
2. **Coding** merupakan proses pemberian kode numerik pada setiap jawaban responden agar data dapat diolah secara statistik. Misalnya, pada skala Likert, jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi kode 1, “Tidak Setuju” diberi kode 2, “Netral” diberi kode 3, “Setuju” diberi kode 4, dan “Sangat Setuju” diberi kode 5. Pemberian kode ini bertujuan untuk memudahkan proses input dan analisis data menggunakan perangkat lunak statistik.
3. **Tabulating** merupakan proses penyusunan data yang telah diberi kode ke dalam tabel atau lembar kerja statistik. Pada tahap ini, seluruh jawaban responden diinput dan dikelompokkan berdasarkan variabel penelitian sehingga data tersusun secara sistematis dan siap untuk dianalisis lebih lanjut.
4. **Cleaning Data** merupakan proses pemeriksaan akhir terhadap data yang telah diinput. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan input data, data ganda (duplikasi), jawaban yang tidak konsisten, maupun respons yang tidak memenuhi kriteria penelitian. Data yang tidak valid atau tidak sesuai dengan ketentuan penelitian akan dikeluarkan dari proses analisis agar hasil penelitian didasarkan pada data yang akurat dan dapat dipercaya.

1.9.8 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik, seperti SPSS, yang terbagi ke dalam tiga tahapan. Tahap pertama berupa analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden, kecenderungan jawaban pada masing-masing variabel, serta distribusi data secara umum. Tahap kedua adalah pengujian asumsi klasik yang terdiri atas tiga jenis pengujian, yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Tahap ketiga merupakan pengujian inferensial melalui analisis regresi linear berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial maupun pengaruh gabungan seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

dengan Y = minat partisipasi politik, X_1 = terpaan hoaks politik, X_2 = intensitas konsumsi konten politik di media sosial, a = konstanta, b_1 – b_2 = koefisien regresi, dan e = error term.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan analisis. Pertama, uji t digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Kedua, uji F digunakan untuk mengevaluasi kelayakan model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Ketiga, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi yang terjadi pada minat partisipasi politik. Seluruh pengujian dalam penelitian ini mengacu pada taraf signifikansi sebesar 0,05.