

**PENGARUH KAMPANYE POLITIK DI *PLATTFORM* TIKTOK TERHADAP
KEPUTUSAN MEMILIH (STUDI PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024
PADA PEMILIH MUDA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR)**

Oleh

Muhammad Gilar Buana Hegislian

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar

SARJANA SOSIOLOGI

Pada

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH KAMPANYE POLITIK DI *PLATTFORM* TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH (STUDI PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024 PADA PEMILIH MUDA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR)

Oleh

Muhammad Gilar Buana Hegislian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kampanye politik di *platform* TikTok terhadap keputusan memilih presiden pada pemuda pedesaan di Kabupaten Lampung Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelatif dan analisis regresi linear sederhana terhadap 150 responden usia 17–30 tahun yang dipilih melalui *proportionate stratified sampling* di tiga kecamatan dengan DPT terbanyak. Hasil uji instrumen menunjukkan seluruh item valid (r hitung $> 0,159$) dan reliabel (*Cronbach's Alpha* $> 0,90$), serta memenuhi asumsi normalitas dan kelayakan regresi. Temuan menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kampanye TikTok dan keputusan memilih ($r = 0,936$; $R^2 = 0,875$), yang berarti 87,5% variasi keputusan memilih dijelaskan oleh kampanye di TikTok. Meskipun demikian, analisis indikator memperlihatkan kecenderungan irasional lebih dominan dibandingkan rasional, di mana aspek emosional, impresi visual, citra kandidat, serta pengaruh *influencer* lebih berperan daripada pertimbangan programatik. Secara teoretis, hasil ini mengindikasikan bahwa rasionalitas pemilih dalam ekosistem digital dipengaruhi oleh struktur algoritma, *filter bubble*, dan *echo chamber*, sehingga memperluas pemahaman terhadap Teori Pilihan Rasional dalam konteks demokrasi digital. Penelitian ini merekomendasikan agar strategi kampanye di TikTok tidak hanya menekankan daya tarik emosional, tetapi juga memperkuat substansi program dan literasi politik digital masyarakat pedesaan. Selain itu, studi lanjutan perlu mengeksplorasi peran algoritma, jenis konten, dan intensitas paparan secara lebih mendalam dengan pendekatan *mixed methods* untuk memahami dinamika rasional dan emosional pemilih secara komprehensif.

Kata Kunci: Kampanye Politik, TikTok, Keputusan Memilih, Pemuda Pedesaan, Rasionalitas Politik, Media Sosial Digital.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF POLITICAL CAMPAIGNS ON THE TIKTOK PLATFORM ON VOTING DECISIONS (A STUDY OF THE 2024 PRESIDENTIAL ELECTION AMONG YOUNG VOTERS IN EAST LAMPUNG REGENCY)

By

Muhammad Gilar Buana Hegislian

This study aims to analyze the influence of political campaigns on the TikTok platform on presidential voting decisions among rural youth in East Lampung Regency. The research employs a quantitative approach with a correlational design and simple linear regression analysis involving 150 respondents aged 17–30 years, selected through proportionate stratified sampling across three sub-districts with the highest number of registered voters. The instrument testing results indicate that all items are valid (r calculated > 0.159) and reliable (Cronbach's Alpha > 0.90), and meet the assumptions of normality and regression feasibility. The findings reveal a very strong relationship between TikTok campaigns and voting decisions ($r = 0.936$; $R^2 = 0.875$), meaning that 87.5% of the variation in voting decisions is explained by campaigns conducted on TikTok. However, indicator analysis shows that irrational tendencies are more dominant than rational ones, where emotional aspects, visual impressions, candidate image, and influencer endorsement play a greater role than programmatic considerations. Theoretically, these results suggest that voter rationality in the digital ecosystem is influenced by algorithmic structures, filter bubbles, and echo chambers, thereby extending the understanding of Rational Choice Theory within the context of digital democracy. This study recommends that TikTok campaign strategies should not only emphasize emotional appeal but also strengthen substantive program content and digital political literacy among rural communities. Furthermore, future research should explore the role of algorithms, content types, and exposure intensity more comprehensively through mixed-method approaches to better understand the rational and emotional dynamics of voters.

Keywords: Political Campaign, TikTok, Voting Decision, Rural Youth, Political Rationality, Digital Social Media

Judul

**Pengaruh Kampanye Politik Di Platform
TikTok Terhadap Keputusan Memilih
(Studi Pemilihan Presiden Tahun 2024 Pada
Pemilih Muda Kabupaten Lampung Timur)**

Nama Mahasiswa

Muhammad Gilar Buana Hegislian

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2016011040

Jurusan

: Sosiologi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

Azis Amriwan, S.Sos., M.Si.

NIP. 198507172019031014

2. **Ketua Jurusan**

Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si.

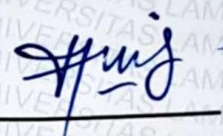
NIP. 197704012005012003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: Azis Amriwan, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama

: Dr. Handi Mulyaningsih, M.Si.

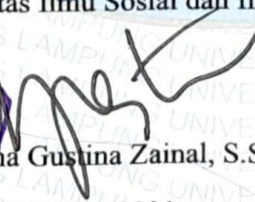


2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Prof. Dr. Anna Guslina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001



Tanggal Ujian Skripsi: 21 Januari 2026

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

- 1) Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lainnya.
- 2) Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penulisan saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari komisi pembimbing.
- 3) Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 4) Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 13 Februari 2026

Yang membuat pernyataan

A yellow rectangular official stamp with a red border. It features a red circular emblem in the center. Below the emblem, the text 'METERAI TEMPEL' is printed in black. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code '405FANX282848714' is visible. A blue ink signature is written over the stamp.

Muhammad Gilar Buana Hegislian

NPM. 2016011040

RIWAYAT HIDUP



Penulis ini bernama Muhammad Gilar Buana Hegislian, dilahirkan di Yogyakarta pada tanggal 17 Juli 2001. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Herylian dan Ibu Sugiyarsih. Selain itu, penulis memiliki kakak kandung bernama Shania Sherly Arlian dan adik kandung bernama Hanum Alya Rahimalian.

Adapun riwayat pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis pada beberapa jenjang, yakni:

1. Taman Kanak-Kanak (TK) diselesaikan di ABA Sutopadan Yogyakarta pada tahun 2008.
2. Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SDN 1 Braja Sakti pada tahun 2014.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan di SMPN 1 Way Jepara pada tahun 2017.
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan di SMAN 1 Way Jepara pada tahun 2020.

Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Sosiologi FISIP Unila melalui jalur SBMPTN. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti Organisasi Kemahasiswaan HMJ Sosiologi dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2020 hingga 2021 penulis menjadi anggota bidang Minat dan Bakat. Kemudian, pada tahun 2022 penulis menjadi anggota Pengabdian Masyarakat. Kemudian tahun 2023 penulis mengemban tanggung jawab sebagai Ketua Umum HMJ Sosiologi selama satu periode.

Pada tahun 2023, penulis menjalani KKN Gelombang II selama 40 hari di Desa Tempelrejo, Kecamatan Kedondong, Kabupaten Pesawaran. Selain itu, pada tahun yang sama di bulan Agustus sampai Januari 2024, penulis mengikuti kegiatan magang MBKM di Kantor Bawaslu Provinsi Lampung. Barulah pada bulan Januari 2026, penulis berhasil melaksanakan komprehensif dan resmi memperoleh gelar Sarjana Sosiologi.

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(QS Al-Baqarah: 216)

“Never give up. Always believe”

(Mohammed Salah)

“Jika jalan menuju tujuan kita terlalu mudah, berarti kita salah jalan”

(Monkey D. Luffy)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan untuk segala urusan serta memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat mempersembahkan tulisan ini sebagai tanda terima kasih dan kasih sayang kepada:

Keluargaku

Teruntuk orang tuaku Bapak Herylian (Alm) dan Ibu Sugiyarsih beserta kakak dan adikku Shania Sherly Arlian dan Hanum Alya Rahimalian

Terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang selalu tercurahkan. Terima kasih atas segala bentuk didikan, dukungan, pengorbanan, kesabaran, serta doa-doa yang tiada henti yang selalu mengalir di setiap langkah-langkahku.

Para Pendidik dan Bapak Ibu Dosen

Terima kasih atas ilmu dan bimbingannya yang sangat berharga melalui ketulusan dan kesabaran.

Sahabat-Sahabatku

Terima kasih atas segala bentuk tawa, canda, waktu, pelajaran, dan dukungannya.

Almamater Tercinta

Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kampanye Politik Di *Platform* TikTok Terhadap Keputusan Memilih (Studi Pemilihan Presiden Tahun 2024 Pada Pemilih Muda Kabupaten Lampung Timur)” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi pada Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Pada kesempatan ini juga, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu skripsi ini, diantaranya:

1. Kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa dengan segala cinta kasih terhadap kehidupan penulis. Sehingga, dengan segala kebesaran-Nya tersebut penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Herylian (Alm) dan Ibu Sugiyarsih beserta kakak dan adikku Shania Sherly Arlian dan Hanum Alya Rahimalian yang selalu mencurahkan doa, pengertian, dan pengorbanannya.
3. Kepada Rektor, Wakil Rektor, segenap pimpinan, beserta tenaga kerja Universitas Lampung yang telah menjalankan tugasnya dengan baik.
4. Kepada Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah menjalankan tugasnya dengan baik.
5. Kepada Ibu Dr. Bartoven Vivit Nurdin, M.Si. dan Bapak Junaidi, S.Pd., M.Sos. selaku Ketua Jurusan Sosiologi dan Sekretaris Jurusan Sosiologi yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.

6. Kepada Bapak Azis Amriwan, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan ilmu, dukungan, saran, kritik, dan arahan selama masa perkuliahan baik dalam kehidupan akademik maupun non akademik.
7. Kepada Ibu Dr. Handi Mulyaningsih, M.Si. selaku dosen penguji dan pembimbing akademik yang telah banyak memberikan ilmu, dukungan, saran, kritik, dan arahan selama masa perkuliahan baik dalam kehidupan akademik maupun non akademik.
8. Kepada Bapak Muhammad Guntur Purboyo, S.Sos., M.Si. selaku dosen yang telah banyak memberikan ilmu, dukungan, saran, kritik, dan arahan selama masa perkuliahan baik dalam kehidupan akademik maupun non akademik.
9. Kepada dosen pengajar lainnya di Jurusan Sosiologi yang telah berdedikasi mengalirkan ilmunya kepada penulis semasa menjalani perkuliahan.
10. Kepada staff administrasi Jurusan Sosiologi Mas Edi dan Mas Daman yang telah sabar dan membantu penulis dalam menyelesaikan urusan administrasi perkuliahan.
11. Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Kontribusi yang diberikan sangat berarti dan menjadi bagian penting dalam terselesaikannya penelitian ini dengan baik.
12. Kepada keluarga kedua penulis yang telah kebersamai sejak masa bermain bola di halaman rumah hingga perjalanan meraih cita-cita. Mereka adalah sosok-sosok unik yang selalu menjadi ruang bagi penulis untuk tertawa dan menangis, berbagi suka maupun duka. Dengan kesantaiannya, mereka senantiasa hadir dan memberi bantuan dalam berbagai situasi kehidupan.

Terima kasih kepada orang-orang luar biasa: Marceng, Juragan Kayu, dan Bima Item.

13. Kepada perempuan pemilik NPM 2316011049 yang telah memberikan *support* berupa doa, waktu, pikiran, serta tenaganya dalam setiap proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih pula atas kesediaannya karena telah menjadi tempat penulis untuk berbagi cerita, menguatkan penulis dalam berbagai situasi, serta konsistensinya untuk tetap hadir dalam setiap suka maupun duka.
14. Kepada teman seperjuangan, teman-teman kontrakan yang telah membantu penulis selama masa kuliah, teman-teman mabar, teman-teman organisasi, teman-teman yang menjadi saksi perjuangan penulis; Bagus Prabowo, Ferdi Bimantoro, Aldi Rizki, Azzam Giri, Fabrizio, Valerian Calvin, Pipit, Irpan, Ewok, Nurul, Yogi, terimakasih telah memberikan makna didalam kehidupan semasa kuliah.
15. Kepada teman-teman lintas angkatan; Bang Blek, Bang Wowo, Bang Sule, Bang Nopal, Bang Dono, Bang Frans, Bang Kelpin, Kak Erika, terimakasih telah memberikan pengalaman, saran, nasehat, dimasa penulis membutuhkan arahan dan bimbingan semasa kuliah.
16. Kepada rekan-rekan organisasi Kabinet Nawasena yang telah menjadi tempat penulis untuk belajar, bermusyawarah, berdiskusi, serta menjadi ruang bagi penulis untuk belajar memimpin diri sendiri dan organisasi, terimakasih telah menjadi pengalaman terbaik penulis semasa kuliah.
17. Kepada *club* tercinta penulis, Liverpool FC. Terimakasih telah mengajarkan bahwa meraih kemenangan dan kesuksesan diraih melalui kerja keras, kesabaran, dan keyakinan yang tidak pernah padam. “*You’ll Never Walk Alone*”, slogan yang akan selalu membuat penulis terinspirasi dalam menghadapi tantangan hidup.

18. Terimakasih untuk diri sendiri, Muhammad Gilar Buana Hegislian atas kerja keras dan semangatnya, terimakasih karena telah menyelesaikan apa yang sudah dimulai, berjuang dan melewati hal-hal yang sulit dilewati dalam proses menyelesaikan perkuliahan. Semoga setiap langkah yang telah ditempuh menjadi bekal berharga untuk perjalanan selanjutnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi pembahasan maupun tata bahasa. Hal ini karena penulis masih memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca untuk perbaikan tugas selanjutnya di masa yang akan datang.

Bandar Lampung, 13 Februari 2026

Penulis

Muhammad Gilar Buana Hegislian

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pikir	8
1.6 Hipotesis Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Kampanye politik di platform TikTok.....	12
2.2 Tinjauan Keputusan Memilih	15
2.3 Landasan Teori Pilihan Rasional James Coleman.....	18
2.4 Penelitian Terdahulu	21
III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Tipe dan Jenis Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian	24
3.3 Fokus dan Batasan Penelitian	26
3.4 Subjek Penelitian.....	26
3.4.1 Populasi Penelitian.....	26
3.4.2 Sampel Penelitian.....	27
3.5 Sumber Data	30
3.5.1 Data Primer	30

3.5.2 Data Sekunder	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7 Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Skala <i>Likert</i>	31
3.7.2 Definisi Konseptual	32
3.7.3 Definisi Operasional	33
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	34
3.8.1 Uji Validitas.....	34
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.9 Teknik Analisis Data	36
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.9.2 Analisis Statistik Inferensial.....	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
4.1.2 Analisis Statistik Inferensial.....	47
4.2 Pembahasan.....	56
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Pengguna Platform Media Sosial Menghabiskan Waktu dalam Sebulan	2
Gambar 2 Kerangka Pikir	10
Gambar 3 Rumus Uji Validitas	34
Gambar 4 Rumus Uji Reliabilitas	35
Gambar 5 Rumus Analisis Regresi Sederhana	38
Gambar 6 Jenis Kelamin Responden	39
Gambar 7 Klasifikasi Usia Responden	40
Gambar 8 Pendidikan Terakhir Responden	41
Gambar 9 Alamat Berdasarkan Kecamatan Responden	41
Gambar 11 Scatter Plot	53
Gambar 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	55
Gambar 13 Model Summary	55

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2 Sebaran DPT Kabupaten Lampung Timur.....	25
Tabel 3 Total Populasi Terpilih.....	28
Tabel 4 Distribusi Sampel Penelitian.....	29
Tabel 5 Sistem Skoring Skala Likert	32
Tabel 6 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	33
Tabel 7 Hasil Interpretasi Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 8 Hasil uji validitas variabel X (Kampanye politik di platform TikTok)	48
Tabel 9 Hasil uji validitas variabel Y (Keputusan Memilih Presiden)	49
Tabel 10 Hasil uji reliabilitas variabel X (Kampanye politik di platform TikTok) dan Y (Keputusan Memilih)	50
Tabel 11 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 12 Hasil Uji Linearitas	52

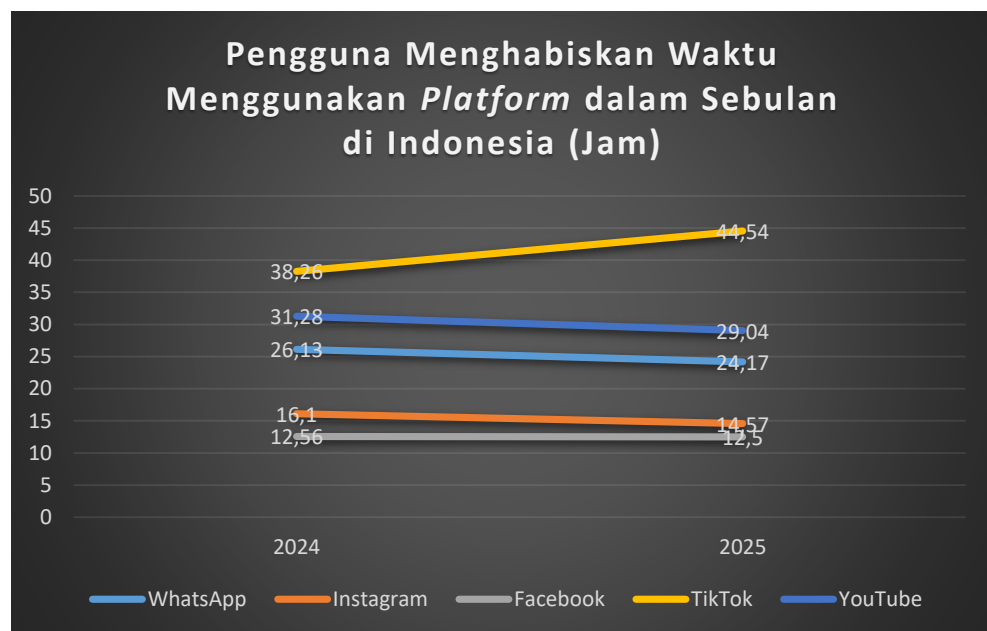
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah mengubah dinamika politik secara mendasar, memainkan peran kunci dalam kampanye, memobilisasi pemilih, hingga membentuk opini publik melalui penyebaran informasi. *Platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok telah menjadi alat utama bagi kandidat politik untuk menjangkau pemilih dengan cara yang lebih cepat, interaktif, dan lebih murah bila dibandingkan dengan media konvensional (Singh, 2024). Selain itu, menurut penelitian Abbas (2024), iklan politik yang ditargetkan melalui media sosial terbukti mempengaruhi perilaku pemilih dengan cara yang lebih personal. Untuk itu, dalam rangka memenangkan pemilihan di negara demokrasi, peserta pemilu berupaya meraih suara mayoritas dengan membangun *political engagement* dengan pemilih sebanyak-banyaknya. Salah satu upaya yang paling efektif adalah melalui media sosial, karena penggunaannya memiliki kecenderungan aktif dan memahami politik (Jain & Pandey, 2023).

Platform TikTok, sebagai salah satu media sosial dengan pertumbuhan pengguna paling pesat, memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik dan preferensi pemilih pemilu, terutama di kalangan pemuda. Hal ini karena pemilih muda memiliki ciri unik dalam menentukan pilihan politiknya, studi Hakim & Hakim (2024) menunjukkan bahwa generasi Z cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama politik, meninggalkan media

tradisional seperti informasi televisi dan surat kabar. Studi Hamid & Rahman (2018) mengungkapkan bahwa video pendek dan *live streaming* yang digunakan dalam kampanye politik di platform TikTok lebih menarik bagi pemilih muda karena sifatnya yang interaktif dan mudah dicerna. Konten berbasis meme dan humor dalam kampanye politik di platform TikTok juga terbukti berkontribusi dalam menyebarkan pesan politik dengan cara yang lebih santai dan mudah diterima oleh khalayak muda (AlAfnan, 2025). Bukti bahwa TikTok masif digunakan di Indonesia dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 Pengguna Platform Media Sosial Menghabiskan Waktu dalam Sebulan
Sumber: *We Are Social* (2025)

Menilik pada data di atas mengenai banyaknya waktu yang dihabiskan oleh pengguna media sosial di Indonesia dari tahun 2024-2025, TikTok menjadi satu-satunya platform yang memiliki kenaikan waktu dihabiskan oleh pengguna dibanding seluruh platform lainnya. Pada tahun 2025, pengguna TikTok rata-rata menghabiskan waktu hampir 45 jam dalam sebulan. Apabila dibandingkan dengan platform YouTube yang menempati posisi kedua, TikTok memiliki selisih sekitar 15,5 jam. Sementara, apabila dibandingkan lagi dengan

posisi terakhir yaitu Facebook, TikTok memiliki selisih yang jauh sekali, yakni sekitar 32,04 jam. Hal ini masuk akal apabila dicermati, karena pengguna TikTok di Indonesia dalam rentang tahun 2019-2024 mengalami kenaikan sebanyak 22 kali lipat (Garuda, 2025). Banyaknya pengguna menghabiskan waktu di TikTok, menjadi peluang bagi peserta pemilu untuk melakukan komunikasi politik dengan pemilih.

Pada pemilihan presiden di Indonesia tahun 2024 lalu, memperlihatkan kampanye politik melalui TikTok lebih dominan dibanding pemilihan sebelumnya (Hakim & Hakim, 2024). Hal itu terjadi karena kampanye politik pemilihan sebelumnya di tahun 2019 lebih dominan memanfaatkan *platform* Twitter (Purboyo, Junaidi, & Amriwan, 2024). Namun, seiring berkembangnya aktivitas digital, betul-betul mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan politik, tepatnya lebih dominan menggunakan TikTok. Fenomena itu relevan dengan situasi belakangan, karena menurut Databoks (2023) pengguna TikTok di Indonesia mencapai 106 juta lebih dengan sebagian besar pengguna merupakan generasi muda berusia 18-34 tahun. Data tersebut diperkuat dengan mayoritas pemilih di Indonesia yang merupakan generasi muda berusia 18-30 tahun dengan persentase 31,23% atau sekitar 63,9 juta pemilih (KPU, 2023). Situasi ini membuat peserta pemilu melakukan kampanye memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan membuat TikTok berkembang, bukan hanya sekedar *platform* hiburan semata, tetapi dapat pula menjadi alat komunikasi politik yang efektif karena mampu menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas.

Interaksi politik melalui TikTok terbukti dapat meningkatkan partisipasi pemilih karena memudahkan akses terhadap politik serta memfasilitasi diskusi publik yang lebih luas (Bar & Prollochs, 2025). Dengan membuka ruang diskusi publik, masyarakat dapat lebih kritis terhadap jalannya politik dan kebijakan pemerintah (Nwaoboli, 2025). Penelitian oleh Klüver (2024) mengungkapkan bahwa *influencer* di media sosial TikTok, memainkan peran dalam membentuk preferensi pemilih dan polarisasi politik. Keberadaan

influencer ini mampu mempengaruhi anak muda untuk peka terhadap situasi politik yang sedang terjadi dan membuat mereka sadar akan pentingnya menggunakan hak pilih dalam pemilu (Syahputra, 2019). Kehadiran *influencer* yang hadir untuk kepentingan publik pun dapat berperan dalam melawan hoaks dengan menyebarkan data yang valid serta membantu pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan yang diambil (AlAfnan, 2025).

Meskipun memiliki dampak positif dalam meningkatkan partisipasi politik, kampanye melalui TikTok menghadapi berbagai tantangan, seperti disinformasi dan propaganda politik yang mempengaruhi keputusan pemilih tanpa verifikasi (Alsheikh, 2025). Bias algoritma TikTok menjadi permasalahan, karena pengguna seringkali hanya terpapar konten yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga memperkuat fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* yang memicu polarisasi politik (Shukri, 2024). Polarisasi politik dengan budaya saling menyalahkan memperkuat sikap eksklusif di antara kelompok yang berseberangan, meningkatkan sentimen, hingga menimbulkan perpecahan sosial. Semakin dominan penguasaan isu di TikTok, pemerintah melalui *influencer* mampu mengendalikan narasi politik hingga menghilangkan kritik terhadap kebijakan tertentu (Masduki, 2023). Penelitian Tienda & Maya (2024) menyebutkan meskipun interaksi politik di TikTok tinggi, dampaknya terhadap keputusan memilih masih perlu dianalisis lebih dalam.

Berdasarkan temuan di atas dan disandingkan dengan gap yang ada, peneliti tertarik untuk melihat pengaruh kampanye politik di platform TikTok terhadap keputusan memilih generasi muda di wilayah pedesaan. TikTok dipilih karena merupakan satu-satunya *platform* dengan pengguna paling banyak menghabiskan waktu di Indonesia (lihat gambar 1). Sementara generasi muda dipilih karena merupakan mayoritas pengguna TikTok dan mayoritas pemilih pada pemilihan presiden tahun 2024 di Indonesia. Eskalasi partisipasi politik akibat media sosial seperti TikTok mesti ditopang dengan kualitas pemilihnya. Hal ini karena bias informasi akibat fenomena *filter bubble* dan *echo chambers*

di aplikasi TikTok membuat pengguna hanya terpapar informasi yang disukai saja sehingga memperkecil ruang kritis dalam memilih. Menurut studi Ong (2025), wilayah yang memiliki IPM (Indeks Pembangunan Manusia) rendah cenderung kurang kritis dalam memilih pemimpin dibandingkan dengan wilayah yang memiliki IPM tinggi. Untuk itu, dalam rangka menjalani penelitian ini, peneliti ingin memotret lingkup pedesaan karena memiliki ketimpangan IPM yang cukup bila dibandingkan dengan wilayah perkotaan.

Peneliti memilih melakukan penelitian di pedesaan Kabupaten Lampung Timur karena kabupaten tersebut memiliki IPM 71,48%, angka ini berada di bawah rata-rata Provinsi Lampung yakni sebesar 73,13% (BPS Provinsi Lampung, 2024). Selain IPM rendah, Kabupaten Lampung Timur juga menyokong penduduk miskin paling besar di Provinsi Lampung, yakni sebanyak 142,70 ribu penduduk miskin (BPS Provinsi Lampung, 2025). Keterbatasan pendidikan dan akses terhadap informasi kredibel memperbesar kemungkinan penduduk miskin terpapar hoaks, yang kemudian mempengaruhi preferensi politik mereka secara tidak sadar (Nzereogu & Nnolum, 2024). Berlandas pada data-data tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian di Kabupaten Lampung Timur, terkhusus Kecamatan Sekampung Udik, Labuhan Maringgai, dan Sukadana. Kecamatan-Kecamatan tersebut peneliti pilih karena merupakan bagian dalam Kabupaten Lampung Timur dan didukung sebagai kecamatan dengan DPT (Daftar Pemilih Tetap) terbanyak pada saat pemilihan presiden tahun 2024 lalu.

Beberapa penelitian dengan tema sejenis sudah pernah dilakukan dalam satu tahun terakhir, seperti penelitian Ayunda et al. (2024) dan Azis (2025) yang menemukan TikTok berperan dalam membentuk keputusan pemilih muda namun dapat memperkuat polarisasi politik akibat algoritma aplikasi tersebut. Kampanye politik melalui konten TikTok yang mengedepankan sisi humor, kedekatan emosional, dan interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas calon dibandingkan substansi politik (S & Marsahala, 2024; Ilham,

Jauhariyah, Zahratunisa, & Rahmawati, 2024; Sari, et al., 2024). *Influencer* TikTok memiliki pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan kesadaran politik pemilih pemula dan membentuk opini politik publik melalui narasi positif terhadap pasangan calon tertentu (Hermawan & Najmuddin, 2024; Riyanto, Rikaramadhani, Abdillah, & Wisnumurti, 2024). Meski TikTok efektif dalam menyebarluaskan informasi politik, platform ini juga rentan terhadap penyebaran kampanye hitam yang dapat mempengaruhi keputusan memilih secara negatif (Wahyuningratna, Wasisto, & Zempi, 2024).

Melihat berbagai penelitian terdahulu di atas, penelitian ini berupaya mengisi celah kekosongan dengan fokus pada konteks lokal, yakni bagaimana kampanye politik di *platform* TikTok mempengaruhi keputusan memilih pemuda di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini akan menelaah apakah pola temuan dari studi sebelumnya juga berlaku dalam dinamika politik di daerah pedesaan. Selain itu, peneliti akan menganalisis temuan menggunakan teori pilihan rasional dari James S. Coleman. Teori ini membantu memahami bagaimana pemilih menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik digunakan sebagai rasionalisasi pengambilan keputusan. Hal ini dapat dijadikan acuan untuk memahami bagaimana rasionalisasi pemilih dengan basis informasi TikTok secara holistik sehingga dapat membantu menguatkan atau bahkan menemukan pemahaman baru. Dengan ini, peneliti merasa penelitian yang diangkat begitu penting dalam memberi manfaat teoritis hingga praktis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada seluruh rangkaian latar belakang di atas, maka ditemukan rumusan masalah berupa pengaruh kampanye politik di *platform* TikTok terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024 pada pemilih muda Kabupaten Lampung Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh kampanye politik di *platform* TikTok terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024 pada pemilih muda Kabupaten Lampung Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menguji bagaimana pengaruh kampanye politik di *platform* TikTok terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024, penelitian ini diharapkan memperluas pemahaman tentang rasionalitas pemilih di era digital, terkhusus daerah pedesaan. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat berkontribusi bagi kajian sosiologi politik dan masyarakat digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menyempurnakan celah kekosongan penelitian sebelumnya dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Menguji bagaimana pengaruh kampanye politik di *platform* TikTok terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024, penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran generasi muda tentang bagaimana kampanye TikTok dapat membentuk persepsi politik mereka. Bagi peserta pemilu, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk merancang strategi kampanye yang lebih tepat sasaran untuk pemilih desa. Bagi pemegang kebijakan, penelitian ini diharapkan berkontribusi sebagai referensi dalam menyusun

kebijakan yang dapat mengurangi penyebaran hoaks dalam kampanye politik di media sosial.

1.5 Kerangka Pikir

Pada tahun 2025, pengguna *platform* TikTok di Indonesia menghabiskan rata-rata waktu hampir 45 jam dalam sebulan (We Are Social, 2025). Sebagai salah satu media sosial dengan pertumbuhan pengguna paling pesat, TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik dan preferensi pemilih pemilu, terutama di kalangan pemuda. Hal ini karena pemilih muda memiliki ciri unik dalam menentukan pilihan politiknya, studi Hakim & Hakim (2024) menunjukkan bahwa generasi Z cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama politik, meninggalkan media tradisional seperti informasi televisi dan surat kabar.

Pada pemilihan presiden di Indonesia tahun 2024 lalu, memperlihatkan kampanye politik melalui TikTok lebih dominan dibanding pemilihan sebelumnya (Hakim & Hakim, 2024). Fenomena itu relevan dengan situasi belakangan, karena menurut Databoks (2023) pengguna TikTok di Indonesia mencapai 106 juta lebih dengan sebagian besar pengguna merupakan generasi muda berusia 18-34 tahun. Data tersebut diperkuat dengan mayoritas pemilih di Indonesia yang merupakan generasi muda berusia 18-30 tahun dengan persentase 31,23% atau sekitar 63,9 juta pemilih (KPU, 2023). Situasi tersebut membuat peserta pemilu melakukan kampanye dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok.

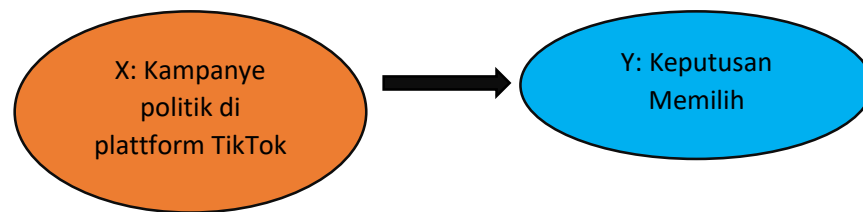
Interaksi politik melalui TikTok terbukti dapat meningkatkan partisipasi pemilih karena memudahkan akses terhadap politik serta memfasilitasi diskusi publik yang lebih luas (Bar & Prollochs, 2025). Dengan membuka ruang diskusi publik, masyarakat dapat lebih kritis terhadap jalannya politik dan

kebijakan pemerintah (Nwaoboli, 2025). Namun di sisi lain, kampanye melalui TikTok menghadapi berbagai tantangan, seperti disinformasi dan propaganda politik yang mempengaruhi keputusan pemilih tanpa verifikasi (Alsheikh, 2025). Bias algoritma TikTok menjadi permasalahan, karena pengguna seringkali hanya terpapar konten yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga memperkuat fenomena filter *bubble* dan *echo chamber* yang memicu polarisasi politik yang berujung perpecahan sosial (Shukri, 2024). Namun demikian, penelitian Tienda & Maya (2024) menyebutkan meskipun interaksi politik di TikTok tinggi, dampaknya terhadap keputusan memilih masih perlu dianalisis lebih dalam.

Beberapa penelitian dengan tema sejenis sudah pernah dilakukan dalam satu tahun terakhir, seperti penelitian Ayunda et al. (2024) dan Azis (2025) yang menemukan TikTok berperan dalam membentuk keputusan pemilih muda namun dapat memperkuat polarisasi politik akibat algoritma aplikasi tersebut. Kampanye politik melalui konten TikTok yang mengedepankan sisi humor, kedekatan emosional, dan interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan elektabilitas calon dibandingkan substansi politik (S & Marsahala, 2024; Ilham, Jauhariyah, Zahratunisa, & Rahmawati, 2024; Sari, et al., 2024). *Influencer* TikTok memiliki pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan kesadaran politik pemilih pemula dan membentuk opini politik publik melalui narasi positif terhadap pasangan calon tertentu (Hermawan & Najmuddin, 2024; Riyanto, Rikaramadhani, Abdillah, & Wisnumurti, 2024). Meski TikTok efektif dalam menyebarkan informasi politik, platform ini juga rentan terhadap penyebaran kampanye hitam yang dapat mempengaruhi keputusan memilih secara negatif (Wahyuningratna, Wasisto, & Zempi, 2024).

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, tidak terindikasi adanya penelitian yang berfokus pada kampanye politik di platform TikTok mempengaruhi keputusan memilih pemuda di wilayah pedesaan. Untuk itu, peneliti berniat menelaah apakah pola temuan dari studi sebelumnya juga berlaku dalam

dinamika politik di daerah pedesaan, terkhusus pedesaan Kabupaten Lampung Timur. Selain itu, peneliti akan menganalisis temuan menggunakan teori pilihan rasional dari James Coleman. Teori ini membantu memahami bagaimana pemilih menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik digunakan sebagai rasionalisasi pengambilan keputusan. Hal ini dapat dijadikan acuan untuk memahami bagaimana rasionalisasi pemilih dengan basis informasi TikTok secara holistik sehingga dapat membantu menguatkan atau bahkan menemukan pemahaman baru.



Gambar 2 Kerangka Pikir
Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

1.6 Hipotesis Penelitian

Melihat seluruh rangkaian sub bab di atas, peneliti menentukan hipotesis ‘Pengaruh kampanye politik di platform TikTok terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024 di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur’. Berdasarkan hipotesis tersebut, diperoleh variasi hipotesis sebagai berikut:

- A. H_0 : Kampanye politik di platform TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024 di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur.

Kriteria pengujian: Jika $|t\text{-hitung}| > t\text{-tabel} \rightarrow$ tidak ada pengaruh signifikan.

- B. H_a : Kampanye politik di platform TikTok berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih presiden tahun 2024 di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur.

Kriteria pengujian: Jika $|t\text{-hitung}| \leq t\text{-tabel} \rightarrow$ ada pengaruh signifikan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Kampanye politik di platform TikTok

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu disebutkan bahwa kampanye pemilu adalah kegiatan peserta pemilu atau pihak lain untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program, dan citra diri peserta pemilu (DPR RI, 2017). Saat ini kampanye politik telah mengalami perubahan signifikan dengan munculnya media sosial sebagai alat utama komunikasi politik. Salah satu platform yang kini menjadi sorotan adalah TikTok, yang dikenal dengan format video pendeknya dan algoritma yang memungkinkan konten menjadi viral dalam waktu singkat. Menurut penelitian Setyanti et al. (2024), TikTok memberikan kesempatan bagi politisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang semakin aktif dalam diskusi politik digital. Platform ini memungkinkan pesan politik disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif dibandingkan dengan media tradisional.

Dalam konteks akademik, kampanye politik di TikTok dapat didefinisikan sebagai upaya komunikasi politik yang memanfaatkan fitur dan algoritma TikTok untuk mempengaruhi opini publik dan membangun citra politik (Wildaini, 2024). Battista dan Petrone (2025) menekankan bahwa format video pendek yang khas di TikTok membuat politisi harus menyampaikan pesan mereka dengan cara yang ringkas, menarik, dan sering kali menghibur agar

dapat menarik perhatian pengguna. Studi lain oleh Grantham, Cervi, dan Iachizzi (2025) menunjukkan bahwa politisi yang menunjukkan sisi autentik dalam konten mereka cenderung mendapatkan lebih banyak interaksi dibandingkan dengan mereka yang terlalu formal atau kaku dalam menyampaikan pesan politik. Secara operasional, kampanye politik di TikTok tidak hanya melibatkan unggahan video promosi, tetapi juga strategi interaksi dengan pengguna. Kandidat politik sering memanfaatkan fitur seperti duet, *stitch*, dan tantangan (*challenges*) untuk memperluas jangkauan konten mereka. Penelitian oleh Terradillos dan Urëta (2025) menemukan bahwa politisi yang aktif menanggapi komentar atau melakukan siaran langsung (*live streaming*) lebih mampu membangun hubungan yang kuat dengan pemilih. Hal ini sejalan dengan karakteristik TikTok sebagai platform yang mendorong partisipasi dan interaksi yang tinggi.

Keefektifan kampanye politik di TikTok telah dibuktikan dalam berbagai penelitian. Studi yang dilakukan oleh Battista dan Petrone (2025) menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran politik di kalangan Gen Z dan Milenial. Dibandingkan dengan platform lain seperti Facebook atau Twitter, TikTok lebih efektif dalam menciptakan keterlibatan emosional dengan audiensnya. Mujahidah dan Paoletti (2025) juga mencatat bahwa pengguna TikTok cenderung lebih terbuka untuk mendiskusikan isu politik secara santai, yang dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam proses pemilihan.

Namun, kampanye politik di TikTok juga menghadapi tantangan, terutama dalam hal penyebaran informasi yang salah dan keterbatasan kebijakan platform terhadap iklan politik. Zalpa dan Julio (2025) mencatat bahwa salah satu kendala utama dalam kampanye di TikTok adalah sulitnya mengendalikan narasi politik yang berkembang secara organik. Sering kali, informasi yang dipelintir atau disalahgunakan menjadi viral, sehingga menciptakan tantangan baru bagi tim kampanye dalam mengelola persepsi publik.

Algoritma TikTok memainkan peran kunci dalam menentukan seberapa luas suatu kampanye dapat menjangkau audiens. Menurut penelitian Laird, Colquhoun, dan Jensen (2025), kandidat politik yang memahami cara kerja algoritma, seperti penggunaan hashtag yang relevan dan frekuensi unggahan yang konsisten, dapat memaksimalkan eksposur konten mereka. Dengan memanfaatkan tren dan pola interaksi pengguna, kampanye politik di TikTok dapat lebih efektif dalam membangun kesadaran dan menarik perhatian pemilih.

Dampak kampanye TikTok terhadap opini publik juga semakin terlihat dalam pemilu di berbagai negara, termasuk Indonesia. Studi Hakim dan Hakim (2024) menunjukkan bahwa TikTok memainkan peran penting dalam membentuk preferensi pemilih muda dalam Pemilu 2024. Format kontennya yang singkat dan mudah dikonsumsi memungkinkan isu politik menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens yang lebih luas. Selain itu, strategi kampanye digital yang digunakan oleh beberapa kandidat di Indonesia menunjukkan bahwa TikTok menjadi alat komunikasi politik yang semakin tak terhindarkan.

Salah satu contoh nyata dari efektivitas TikTok dalam kampanye politik adalah strategi yang diterapkan oleh pasangan Prabowo-Gibran dalam Pilpres 2024. Prasasti (2025) mencatat bahwa tim kampanye mereka menggunakan TikTok untuk menciptakan citra politik yang lebih dekat dengan pemilih muda, dengan menampilkan video-video yang menghibur namun tetap memiliki pesan politik yang kuat. Melalui pendekatan ini, mereka berhasil membangun keterlibatan yang tinggi dan menarik perhatian pemilih pemula.

Kesimpulannya, TikTok telah menjadi platform utama dalam lanskap kampanye politik modern. Dengan memanfaatkan strategi yang kreatif dan interaktif, politisi dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun

hubungan yang lebih erat dengan pemilih. Namun, tantangan seperti penyebaran disinformasi dan kebijakan platform yang ketat terhadap konten politik tetap menjadi perhatian utama yang harus diatasi. Dengan pemahaman yang baik tentang algoritma dan perilaku pengguna, TikTok dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan partisipasi politik dan keterlibatan masyarakat dalam demokrasi.

2.2 Tinjauan Keputusan Memilih

Keputusan memilih adalah salah satu aspek penting dalam studi politik dan demokrasi. Pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor sebelum menentukan pilihannya dalam pemilu, baik dari segi psikologis, sosial, ekonomi, maupun politik. Menurut Mongrain et al. (2025), keputusan memilih bukan sekadar preferensi individu, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem politik, kebijakan pemerintah, serta kampanye politik yang dijalankan oleh partai atau kandidat. Dengan kata lain, keputusan memilih adalah hasil dari interaksi kompleks antara individu dan lingkungan politiknya.

Secara konseptual, keputusan memilih dapat didefinisikan sebagai tindakan individu dalam menentukan kandidat atau partai yang akan dipilih berdasarkan berbagai pertimbangan rasional maupun emosional (Pewo & Buku, 2025). Hellwig dan Dodez (2025) mengungkapkan bahwa keputusan memilih tidak hanya berdasarkan faktor ideologis, tetapi juga faktor ekonomi dan kinerja pemerintah. Dalam situasi ekonomi yang buruk, pemilih cenderung memilih kandidat oposisi sebagai bentuk ketidakpuasan terhadap petahana.

Dalam kajian operasional, keputusan memilih diukur melalui beberapa indikator, seperti loyalitas pemilih terhadap partai, pengaruh media sosial dalam membentuk opini politik, serta preferensi terhadap isu-isu tertentu.

Mathur (2025) menyoroti bahwa pemilih yang memiliki kesadaran politik tinggi cenderung lebih mempertimbangkan rekam jejak kandidat dibandingkan dengan mereka yang kurang aktif dalam diskusi politik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi politik seseorang berperan dalam proses pengambilan keputusan memilih.

Faktor psikologis juga memainkan peran penting dalam keputusan memilih. Penelitian oleh Andrews et al. (2025) menemukan bahwa emosi, seperti ketakutan terhadap kebijakan tertentu atau harapan akan perubahan, dapat mempengaruhi cara pemilih menentukan pilihannya. Dalam beberapa kasus, kandidat yang mampu membangun narasi emosional yang kuat lebih mudah menarik simpati pemilih, meskipun program kebijakannya belum tentu lebih baik dibandingkan kandidat lain.

Selain itu, aspek sosial juga berkontribusi terhadap keputusan memilih. Studi oleh Oshri dan Itzkovitch-Malka (2025) menunjukkan bahwa kelompok sosial, termasuk keluarga, teman, dan komunitas, sering kali menjadi faktor yang memengaruhi pilihan pemilih. Pemilih yang berasal dari lingkungan dengan kecenderungan politik tertentu cenderung mengikuti pola yang sama, terutama dalam sistem politik yang memiliki polarisasi tinggi.

Pengaruh media juga menjadi variabel penting dalam keputusan memilih. Penelitian oleh Bonica et al. (2025) menunjukkan bahwa pemilih yang terpapar kampanye politik melalui media sosial cenderung lebih mudah terpengaruh dibandingkan mereka yang mengandalkan sumber informasi tradisional seperti televisi dan surat kabar. Dalam era digital, propaganda politik di media sosial dapat membentuk persepsi publik secara cepat dan masif.

Selain faktor sosial dan media, sistem pemilu juga dapat memengaruhi keputusan memilih. Santucci dan Ketcham (2025) menemukan bahwa dalam sistem pemilu yang menerapkan pemilihan proporsional, pemilih lebih

cenderung memilih partai dibandingkan kandidat individu. Sementara itu, dalam sistem pemilihan mayoritas, faktor personal kandidat lebih berpengaruh terhadap keputusan pemilih.

Faktor ekonomi juga tidak dapat diabaikan dalam keputusan memilih. Studi oleh Mongrain et al. (2025) mengungkapkan bahwa pemilih sering kali mempertimbangkan kondisi ekonomi saat menentukan pilihan. Dalam situasi ekonomi yang memburuk, pemilih cenderung memilih kandidat yang menawarkan solusi ekonomi yang dianggap lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas ekonomi dapat menjadi faktor utama dalam keputusan memilih.

Di Indonesia, keputusan memilih juga dipengaruhi oleh budaya politik dan patronase. Panggabean (2025) menyoroti bahwa dalam beberapa daerah, pemilih masih dipengaruhi oleh praktik politik transaksional, di mana bantuan sosial atau insentif ekonomi dari kandidat dapat mempengaruhi pilihan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan memilih tidak selalu berbasis pada preferensi rasional, tetapi juga pada faktor pragmatis.

Dalam konteks perilaku pemilih, para ahli membedakan antara pemilih rasional dan pemilih irasional. Pemilih rasional adalah individu yang menentukan pilihannya berdasarkan pertimbangan logis, seperti kebijakan, rekam jejak kandidat, serta dampak ekonomi dan sosial dari pilihan politiknya. Teori *rational choice* menegaskan bahwa pemilih jenis ini bertindak untuk memaksimalkan manfaat politik yang diperoleh dari keputusan mereka. Sebaliknya, pemilih irasional cenderung mendasarkan pilihannya pada faktor emosional, identitas kelompok, atau sentimen sosial, tanpa mempertimbangkan informasi secara mendalam. Dalam konteks kampanye modern, terutama melalui media sosial seperti TikTok, aspek emosional dan visual sering kali memicu perilaku pemilih irasional yang mudah terpengaruh oleh citra, narasi, atau karisma kandidat.

Secara keseluruhan, keputusan memilih adalah hasil dari kombinasi berbagai faktor, termasuk psikologi individu, pengaruh sosial, media, sistem pemilu, dan kondisi ekonomi. Studi-studi terbaru menunjukkan bahwa faktor emosional dan media sosial semakin mendominasi proses pengambilan keputusan dalam pemilu modern. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor ini menjadi krusial bagi partai politik dan kandidat dalam merancang strategi kampanye yang efektif.

2.3 Landasan Teori Pilihan Rasional James Coleman

Teori Pilihan Rasional (Rational Choice Theory) yang dikembangkan oleh James S. Coleman merupakan pendekatan sosiologis yang menekankan pada bagaimana individu bertindak berdasarkan pertimbangan rasional untuk memaksimalkan keuntungan pribadi. Teori ini memiliki akar dalam ekonomi dan teori permainan, tetapi kemudian berkembang menjadi kerangka analitis dalam ilmu sosial, khususnya dalam memahami tindakan sosial dan institusi. Dalam *Foundations of Social Theory* (1990), Coleman menjelaskan bahwa masyarakat terdiri dari individu-individu yang bertindak secara mandiri, dan tindakan kolektif terjadi sebagai hasil dari interaksi rasional antar individu.

Coleman (1990) menekankan bahwa individu sebagai aktor sosial memiliki tujuan tertentu dan menggunakan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara yang dianggap paling rasional. Hal ini menjelaskan bagaimana norma sosial, lembaga, dan tindakan kolektif dapat muncul sebagai konsekuensi dari keputusan individu yang rasional. Dalam bukunya, Coleman juga menyoroti pentingnya *modal sosial* (*social capital*), yang ia definisikan lebih lanjut dalam artikelnya *Social Capital in the Creation of Human Capital* (1988) bahwa hubungan sosial dapat menjadi sumber daya yang membantu individu dalam mencapai tujuan mereka dengan lebih efisien.

Selain itu, dalam *Individual Interests and Collective Action: Studies in Rationality and Social Change* (1986), Coleman membahas bagaimana individu bertindak rasional dalam konteks tindakan kolektif serta bagaimana norma dan institusi sosial terbentuk dari keputusan individu. Salah satu contoh aplikasinya adalah bagaimana individu membuat keputusan dalam memilih pekerjaan atau pendidikan yang terbaik untuk mereka. Dalam penelitian terbaru, teori Coleman telah diterapkan dalam berbagai konteks sosial. Misalnya, dalam studi mengenai keputusan siswa untuk bekerja paruh waktu di Medan, teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa memaksimalkan manfaat ekonomi sambil mempertimbangkan dampaknya terhadap prestasi akademik mereka (Halawa, 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan yang diambil oleh mahasiswa dipengaruhi oleh evaluasi rasional terhadap keuntungan dan kerugian dari bekerja sambil belajar.

Coleman menyoroti bagaimana individu menimbang antara keuntungan dan kerugian sebelum mengambil suatu tindakan, sehingga pendekatan ini dapat menjelaskan berbagai fenomena sosial seperti partisipasi politik, pendidikan, maupun ekonomi. Hal tersebut tampak dalam penelitian yang memanfaatkan teori Pilihan Rasional untuk menelaah perilaku pengguna transportasi umum di Jakarta Selatan setelah diterapkannya sistem Jak Lingko (Aslamiyyah, Nurhayati, & Jamilah, 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengguna transportasi mempertimbangkan aspek biaya, kenyamanan, dan waktu ketika menentukan moda transportasi, sejalan dengan prinsip dasar teori Coleman tentang pengambilan keputusan yang rasional.

Selain itu, penerapan teori ini juga tampak dalam ranah seni dan budaya. Husniyah dan Parahita (2024) menggunakan perspektif teori Pilihan Rasional untuk meneliti bagaimana para pengrajin wayang kulit di Desa Sonorejo tetap melestarikan seni mereka meskipun menghadapi tekanan ekonomi. Hasil studi menunjukkan bahwa keputusan untuk terus menjalankan atau meninggalkan praktik budaya tradisional sangat dipengaruhi oleh pertimbangan rasional

terhadap manfaat ekonomi dan sosial yang diperoleh. Dalam konteks ekonomi digital, teori Pilihan Rasional Coleman juga digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen dalam memanfaatkan fitur dapur online pada aplikasi belanja. Studi yang dilakukan oleh Nazhilla (2024) mengungkap bahwa pengguna aplikasi menimbang faktor efisiensi waktu, biaya, dan kenyamanan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut.

Studi lain oleh Rahmazani (2024) juga memanfaatkan teori ini dalam menganalisis motivasi pemuda bekerja sebagai pengrajin tas bordir di Aceh. Keputusan pemuda untuk memilih pekerjaan ini didasarkan pada rasionalitas ekonomi, meskipun pekerjaan tersebut mungkin tidak memiliki status sosial yang tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa pilihan individu dalam dunia kerja sangat dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi yang rasional. Coleman sendiri dalam *Rational Choice Theory: Advocacy and Critique* (1992) menyoroti bagaimana individu membuat keputusan strategis dalam kehidupan sehari-hari, yang menjelaskan banyak fenomena sosial seperti perilaku dalam ekonomi, partisipasi dalam politik, dan adopsi teknologi baru.

Selain dalam konteks ekonomi dan transportasi, teori Coleman juga relevan dalam memahami kekerasan berbasis gender. Penelitian Simanjuntak (2024) menggunakan teori ini untuk menganalisis bagaimana perempuan pengemudi ojek online mengalami dan merespons tindak kekerasan di tempat kerja mereka. Studi ini menemukan bahwa keputusan individu untuk tetap bekerja atau berhenti didasarkan pada kalkulasi rasional mengenai faktor risiko dan manfaat ekonomi. Dalam penelitian lainnya, teori ini juga digunakan untuk memahami keputusan siswa dalam memilih karir sebagai atlet *e-sport*. Penelitian Kristanto dan Purwanto (2024) menunjukkan bahwa siswa yang memilih jalur ini mempertimbangkan faktor seperti potensi pendapatan, kesenangan pribadi, dan peluang sukses sebelum mengambil keputusan. Hal ini selaras dengan konsep Coleman tentang bagaimana individu merasionalisasi tindakan mereka berdasarkan insentif dan hasil yang diharapkan.

Secara keseluruhan, teori Pilihan Rasional yang dikembangkan oleh James S. Coleman telah memberikan kontribusi besar dalam memahami berbagai aspek kehidupan sosial. Dengan pendekatan ini, kita dapat lebih memahami bagaimana individu membuat keputusan dalam berbagai situasi, mulai dari pendidikan, pekerjaan, transportasi, hingga budaya dan gender. Buku dan artikel Coleman memberikan landasan teoretis yang kuat untuk berbagai penelitian yang membahas pengambilan keputusan rasional dalam berbagai konteks sosial.

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam rangka mencipta *novelty* dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai penelitian dengan tema sejenis untuk dianalisis. Oleh karena pemilihan presiden di Indonesia telah dilaksanakan awal tahun lalu, maka peneliti hanya berfokus pada penelitian sejenis yang terpublikasi dalam 1 tahun terakhir saja. Hal ini untuk menempatkan posisi penelitian yang sesuai dengan keadaan digital yang saat ini terjadi. Penelitian-penelitian tersebut akan dijabarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Najla Dara Ayunda, Anggrelita Mutiara Salsabila Dewi, Muhamad Kahar Mudzakar Ramzy Sarman, Firman	Demokrasi Dalam Media Sosial Tiktok: Analisis Peningkatan Partisipasi Politik Atau Polarisasi Pada Pemilu Presiden 2024 Di Indonesia	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif.	Temuan mengindikasikan bahwa TikTok mampu mendorong demokrasi partisipatif, tetapi juga memicu risiko polarisasi yang signifikan. Oleh karena itu, regulasi media sosial, peningkatan literasi digital, dan pengawasan konten menjadi krusial untuk meminimalkan dampak negatif.
Hermawan, Abdul Latief Najmuddin	Pengaruh Kampanye Prabowo Gibran di Tiktok terhadap Pilihan Politik	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif atau hubungan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye Prabowo-Gibran berpengaruh terhadap pilihan politik warga.

Muhammad Lazuardi Ilham, Noer Zulfa Jauhariyah, Zahratunisa, Nurlaili Rahmawati	Penggunaan Media Sosial Dalam Kampanye Pilpres 2024 Untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan normatif dan sosial.	Penggunaan media sosial oleh masyarakat bisa memberikan perubahan terhadap kondisi sosial politik di Indonesia, selain itu juga bisa mempengaruhi partisipasi para pemilih.
Aishatama Nathaniela Riyanto, Kayla Azzahra Rikaramadhani, Muhammad Zidan Abdillah, Rafael Zahirul Haq Haryo Wisnumurti	Hubungan Akun TikTok “Esther Lubis” dengan Partisipasi Pemilih Pemula tentang Pemilihan Presiden Tahun 2024	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif dengan desain <i>cross sectional</i> .	Hasil penelitian menemukan bahwa partisipasi Pemilih Pemula tentang Pemilihan Presiden Tahun 2024 sangat dipengaruhi oleh informasi yang didapatkan.
Wina Puspita Sari, Muria Putriana, Afriza Wihadi, Muhammad Reza Firdaus, Bintang Fajar Pamungkas, Rananda Adrian Reyfaldi, Rio Sadewo, Rifki Azizan Bachtera	Analisis Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024: Pendekatan Kuantitatif	2024	Metoda penelitian yang digunakan ialah metode Kuantitatif dengan pengumpulan data jenis <i>stratified random sampling</i> .	Penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh terhadap mahasiswa sebagai pemilih pemula dalam Pemilu 2024, walaupun hasil menunjukkan pengaruh sangat lemah.
Ratu Nadya Wahyuningratna, Muhammad Adiz Wasisto, Chairun Nisa Zempi	Sosialisasi Literasi Politik Bagi Pemilih Pemula Terhadap Indikasi Black Campaign Berbasis Politik Identitas Melalui Sosial Media	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah ceramah, tanya jawab dan <i>pretest-posttest</i> (uji t berpasangan).	Hasil dari program ini adalah dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa SMK Wiyata Satya Jakarta Barat yang awalnya hampir semua tidak memahami tentang literasi politik, membantu mereka membuat keputusan yang didasarkan pada prinsip-prinsip demokrasi, dan seluruhnya dapat mengurangi pengaruh negatif kampanye hitam dalam pemilu.
Tua S, Gortap Runggu Marsahala	Pengaruh Daya Tarik Konten “Emang Boleh Segemoy Ini?” Di Akun Tiktok @Partaigerindra Dan Ewom Dalam Kampanye Politik “Prabowo Gemoy” Terhadap Pengambilan Keputusan Generasi Z Untuk Memilih Prabowo Sebagai	2024	Metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengambilan sampel <i>non probability</i> sampling dengan menggunakan teknik <i>purposive</i> dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan.	Tidak terdapat pengaruh antara daya tarik konten “Emang Boleh Segemoy Ini?” di Akun Tiktok @Partaigerindra terhadap pengambilan keputusan generasi Z untuk memilih Prabowo sebagai presiden pada Pemilu 2024. 2) Terdapat pengaruh signifikan antara eWOM terhadap pengambilan keputusan generasi Z untuk memilih Prabowo sebagai presiden pada Pemilu 2024. 3) Terdapat

	Presiden Pada Pemilu 2024				pengaruh daya tarik konten media sosial dan e-WOM “Prabowo Gemoy” dalam kampanye politik terhadap pengambilan keputusan generasi Z untuk memilih Prabowo sebagai presiden.
Muhammad Azis	Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Penentuan Hak Pilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2024 (Studi Mahasiswa/I Fisip UIN Ar-Raniry Banda Aceh)	2025	Metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif.		Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan pilihan politik Gen-Z dalam Pemilu 2024.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

Melihat berbagai penelitian terdahulu di atas, penelitian ini berupaya mengisi celah kekosongan dengan fokus pada konteks lokal, yakni bagaimana kampanye politik di platform TikTok mempengaruhi keputusan memilih pemuda di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini akan menelaah apakah pola temuan dari studi sebelumnya juga berlaku dalam dinamika politik di daerah pedesaan. Selain itu, peneliti akan menganalisis temuan menggunakan teori pilihan rasional dari James Coleman. Teori ini membantu memahami bagaimana pemilih menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik digunakan sebagai rasionalisasi pengambilan keputusan. Hal ini dapat dijadikan acuan untuk memahami bagaimana rasionalisasi pemilih dengan basis informasi TikTok secara holistik sehingga dapat membantu menguatkan atau bahkan menemukan pemahaman baru.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif dengan jenis korelatif. Jenis ini digunakan karena penelitian ini berupaya mencari pengaruh antara kampanye politik di platform TikTok terhadap keputusan memilih presiden. Sebagaimana menurut Sahir (2022) jenis korelatif dilakukan untuk mencari hubungan antar variabel dengan tujuan untuk menjawab hipotesis atau dugaan awal. Dalam menjawab dugaan awal mengenai pengaruh kampanye politik di platform TikTok terhadap keputusan memilih presiden ini, temuannya akan bersifat numerik atau statistik. Hal ini karena dalam penelitian kuantitatif data statistik digunakan untuk menerangkan hubungan antara variabel dependen dan independen (Rahmadi, 2011).

3.2 Lokasi Penelitian

Kabupaten Lampung Timur memiliki 24 kecamatan, dimana tentu peneliti memiliki keterbatasan untuk memperoleh data dari keseluruhan kecamatan yang ada. Untuk itu, peneliti melakukan penentuan wilayah sebagai lokasi penelitian untuk menjaga efektivitas dan efisiensi hasil penelitian. Penentuan ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni teknik penentuan wilayah tidak secara acak, melainkan pertimbangan tertentu. Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Sekampung Udik, Kecamatan Labuhan Maringgai,

dan Kecamatan Sukadana dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan kecamatan dengan DPT (Daftar Pemilih Tetap) terbanyak di Kabupaten Lampung Timur. Berikut sebaran data DPT yang ada di Kabupaten Lampung Timur berdasarkan kecamatan:

Tabel 2 Sebaran DPT Kabupaten Lampung Timur

No	Kecamatan	Jumlah DPT
1	Sekampung Udik	57.358
2	Labuhan Maringgai	56.932
3	Sukadana	55.878
4	Sekampung	51.407
5	Batanghari	44.735
6	Way Jepara	42.909
7	Jabung	40.193
8	Bandar Sribhawono	39.964
9	Pekalongan	39.813
10	Labuhan Ratu	37.645
11	Marga Tiga	36.834
12	Batanghari Nuban	35.346
13	Purbolinggo	34.373
14	Waway Karya	31.651
15	Pasir Sakti	31.004
16	Raman Utara	30.734
17	Marga Sekampung	21.989
18	Melinting	21.585
19	Mataram Baru	22.494
20	Way Bungur	19.575
21	Braja Selebah	19.027
22	Metro Kibang	18.526
23	Gunung Pelindung	17.391
24	Bumi Agung	15.543

Sumber: KPU Kabupaten Lampung Timur (2023)

Peneliti memilih memfokuskan penelitian pada 3 kecamatan dengan penyokong DPT terbanyak di Kabupaten Lampung Timur, diantaranya Kecamatan Sekampung Udik (57.358), Kecamatan Labuhan Maringgai (56.932), dan Kecamatan Sukadana (55.878). Sebagai wilayah penyumbang DPT terbanyak, data kuantitatif yang diperoleh melalui kecamatan tersebut

dapat menjadi representatif untuk sebagian besar penduduk yang ada di Kabupaten Lampung Timur.

3.3 Fokus dan Batasan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur karena memiliki IPM yang lebih rendah dibandingkan wilayah perkotaan. Sebagaimana data BPS yang mengemukakan bahwa Kabupaten Lampung Timur memiliki IPM 71,48%, angka ini berada di bawah rata-rata Provinsi Lampung yakni sebesar 73,13% (BPS Provinsi Lampung, 2024). Selain IPM rendah, Kabupaten Lampung Timur juga menyokong penduduk miskin paling besar di Provinsi Lampung, yakni sebanyak 142,70 ribu penduduk miskin (BPS Provinsi Lampung, 2025). Kedua data ini menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian dengan difokuskan pada Kabupaten Lampung Timur. Penelitian ini juga kemudian dibatasi dengan hanya dilakukan pada 3 kecamatan di Kabupaten Lampung Timur yang menyumbang jumlah DPT terbanyak, yakni Kecamatan Sekampung Udik, Kecamatan Labuhan Maringgai, dan Kecamatan Sukadana. Batasan ini dilakukan sesuai dengan pertimbangan metodologis, *purposive sampling*, dimana peneliti menggunakan pertimbangan tertentu dalam memilih lokasi penelitian.

3.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan penduduk muda berumur 16-30 tahun yang diambil dari kecamatan-kecamatan yang terpilih sebagai lokasi penelitian. Penentuan usia pemuda ini didasarkan pada Undang-

Undang Nomor 40 tahun 2009 Tentang Kepemudaan yang menyebutkan bahwa pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting berusia 16-30 tahun (DPR RI, 2009). Kemudian, mengacu pada data BPS Kabupaten Lampung Timur tahun 2024, ditemukan populasi berumur 16-30 tahun Kecamatan Sekampung Udik berjumlah 19.558 penduduk, Kecamatan Labuhan Maringgai berjumlah 19.324 penduduk, dan Kecamatan Sukadana berjumlah 17.502 penduduk.

3.4.2 Sampel Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 150 responden pemuda dari tiga kecamatan terpilih di Kabupaten Lampung Timur. Jumlah tersebut ditentukan berdasarkan pertimbangan metodologis dan efisiensi praktis. Dalam konteks penelitian sosial kuantitatif, ukuran sampel antara 100 hingga 200 responden sudah dianggap mencukupi untuk menghasilkan temuan yang valid dan reliabel, terutama untuk analisis deskriptif dan inferensial dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% (VanVoorhis & Morgan, 2007). Kemudian, dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, materil, dan kebutuhan data yang akurat untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka jumlah sampel tersebut dianggap cukup representatif.

Agar distribusi responden mencerminkan kondisi populasi secara adil, teknik *proportionate stratified sampling* diterapkan. Sampel dibagi secara proporsional sesuai estimasi jumlah pemuda berusia 16–30 tahun di masing-masing kecamatan, sehingga keterwakilan wilayah tetap terjaga meskipun ukuran sampel tidak besar. Berikut tahapan perhitungan sampel berdasarkan rumus *proportionate stratified sampling*:

1. Total Populasi Terpilih

Ditemukan total populasi DPT dari 3 kecamatan sebagai berikut:

Tabel 3 Total Populasi Terpilih

No	Kecamatan	Jumlah DPT Pemuda
1	Sekampung Udik	19.558
2	Labuhan Maringgai	19.324
3	Sukadana	17.502
Total		56.384

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

2. Proporsi Tiap Kecamatan

Rumus proporsi populasi per wilayah:

$$\text{Proporsi} = \frac{\text{Jumlah DPT Pemuda per Kecamatan}}{\text{Total Jumlah DPT Pemuda}} \times 100\%$$

a. Sekampung Udik:

$$= \frac{19.558}{56.384} \times 100\% \approx 34,68\%$$

b. Labuhan Maringgai:

$$= \frac{19.324}{56.384} \times 100\% \approx 34,27\%$$

c. Sukadana:

$$= \frac{17.502}{56.384} \times 100\% \approx 31,05\%$$

3. Alokasi Jumlah Sampel Per Kecamatan

Rumus alokasi sampel

$$n_i = \text{Proporsi} \times 150$$

a. Sekampung Udik:

$$= 34,68\% \times 150 \approx 52,03 \Rightarrow 52 \text{ responden}$$

b. Labuhan Maringgai:

$$= 34,27\% \times 150 \approx 51,40 \Rightarrow 51 \text{ responden}$$

c. Sukadana:

$$= 31,05\% \times 150 \approx 46,57 \Rightarrow 47 \text{ responden}$$

Berikut ringkasan tabel distribusi sampel dalam penelitian ini:

Tabel 4 Distribusi Sampel Penelitian

Kecamatan	Jumlah DPT Pemuda	Proporsi (%)	Jumlah Sampel
Sekampung Udik	19.558	34,68%	52
Labuhan Maringgai	19.324	34,27%	51
Sukadana	17.502	31,05%	47
Total	56.384	100%	150

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

Setelah peneliti menetapkan proporsi sampel tiap kecamatan, kemudian peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dalam penentuan sampel yang digunakan. Kriteria yang digunakan ialah pemuda berusia 16-30 tahun. Kriteria ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2009 Tentang Kepemudaan yang menyebutkan bahwa pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting berusia 16-30 tahun (DPR RI, 2009). Namun, karena pengaturan di Indonesia untuk dapat ikut dalam pemilihan adalah usia 17 tahun, maka peneliti melakukan penyesuaian, yakni memilih muda usia 17-30 tahun.

Untuk dapat menghindari bias dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan *recruitment survey* atau penyaringan data awal. Menurut Dillman (2014) *recruitment survey* bertujuan mengumpulkan data responden untuk memudahkan peneliti memilih sampel yang representatif sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam implementasinya,

peneliti melakukan penyebaran *google form* melalui *WhatsApp* yang berisi nama, jenis kelamin, umur, alamat, dan penggunaan *platform* TikTok. Setiap responden yang memiliki kesesuaian dengan tujuan peneliti, akan dihubungi lebih lanjut oleh peneliti untuk dapat mengisi kuesioner penelitian.

3.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau informan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian (Creswell, 2013). Menurut Amirin (1995) data primer digunakan peneliti untuk menjawab dugaan penelitian. Sebagaimana definisi konseptual dari para tokoh tersebut, penelitian ini memiliki data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner *google form* kepada responden pemuda Kecamatan Sekampung Udik, Kecamatan Labuhan Maringgai, dan Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur.

3.5.2 Data Sekunder

Berbeda dengan data primer, data sekunder merupakan data yang telah ada sebelumnya dan sengaja peneliti kumpulkan untuk mendukung penyelesaian penelitian (Salsabila, 2022). Pengumpulan data sekunder ini menurut Creswell (2013) dilakukan dalam rangka untuk memahami secara komprehensif kajian yang tengah dilakukan. Sebagaimana definisi konseptual dari para tokoh tersebut, penelitian ini memiliki data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dokumentasi dokumen, berita, hingga laporan-laporan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik kuesioner. Teknik ini merupakan upaya mengumpulkan data dengan menyebar pertanyaan sistematis ke responden (Rahmadi, 2011). Bentuk kuesioner yang digunakan ialah pertanyaan tertutup, yang berarti responden tidak memiliki kesempatan untuk memberikan jawaban lain selain opsi yang disediakan oleh peneliti. Secara metodologis, peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur bagaimana pengaruh konten politik tiktok terhadap keputusan memilih pemuda. Implementasi teknik pengumpulan data ini dimulai dengan peneliti membentuk instrumen pertanyaan dan disebar ke responden target melalui platform *WhatsApp*. Nantinya, responden diarahkan untuk mengisi kuesioner di *google form* dan dimintai persetujuannya terhadap item pertanyaan yang diberikan.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

3.7.1 Skala *Likert*

Skala *likert* merupakan metode untuk mengukur bagaimana pemahaman atau persepsi responden (Sudaryono & Margono, 2013). Dalam penelitian kuantitatif, untuk menemukan hubungan antar variabel, akan dilihat dari nilai kumulatif responden terhadap item pertanyaan yang dilontarkan. Untuk membentuk item pertanyaan, pertama-tama peneliti menjabarkan variabel melalui sub variabel. Kemudian, sub variabel tersebut dipecah menjadi indikator penelitian. Melalui indikator inilah peneliti membentuk item-item pertanyaan penelitian untuk mengukur hubungan antar variabel (Rohmad & Sarah,

2021). Menggunakan skala *likert*, jawaban responden akan dinilai dengan sistem *skoring*, sebagai berikut:

Tabel 5 Sistem *Skoring* Skala Likert

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Keterangan	Skor	Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Setuju	4	Setuju	2
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	1

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

3.7.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan makna dari variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian (Pasaribu, 2022). Pada penelitian ini, terdapat 2 variabel, diantaranya variabel X berupa kampanye politik di platform TikTok dan variabel Y berupa keputusan memilih presiden. Berikut penjabaran masing-masing definisi konseptual yang digunakan:

1. Variabel X (Kampanye politik di platform TikTok)

Kemudian, kampanye politik digital didefinisikan sebagai upaya komunikasi politik yang memanfaatkan fitur dan algoritma digital untuk mempengaruhi opini publik dan membangun citra politik (Castells, 2009). Dalam konteks penelitian ini, kampanye yang dimaksud merujuk pada pemilihan presiden dan wakil presiden Republik Indonesia tahun 2024 di platform digital TikTok.

2. Variabel Y (Keputusan Memilih)

Keputusan memilih dapat didefinisikan sebagai tindakan individu dalam menentukan kandidat atau partai yang akan dipilih berdasarkan berbagai pertimbangan rasional maupun irasional (Pewo & Buku, 2025). Dalam konteks penelitian ini, keputusan memilih ditujukan untuk memilih pasangan calon presiden wakil

dan wakil presiden pada pemilihan presiden tahun 2024, diantaranya nomor urut 1 Anies-Muhaimin, nomor urut 2 Prabowo-Gibran, dan nomor urut 3 Ganjar-Mahfud.

3.7.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan interpretasi peneliti terhadap definisi konseptual. Menurut Pasaribu (2022) definisi operasional dibuat untuk menentukan apa saja alat ukur yang digunakan dalam menafsirkan definisi konseptual. Melalui definisi operasional, peneliti selanjutnya membuat indikator penelitian yang nanti akan turun menjadi berbagai pertanyaan penelitian. Berikut tabel mengenai definisi operasional dan indikator penelitian:

Tabel 6 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Penelitian	Sub Indikator
1	(X) Kampanye politik di platform TikTok	Serangkaian aktivitas komunikasi politik melalui akun TikTok yang mencakup penyebaran konten materi kampanye berdurasi pendek; pemanfaatan fitur-fitur seperti suara tren, tagar, dan stitch agar konten menjangkau lebih banyak pengguna; dan membentuk opini publik atau memperkuat citra politik.	1. Materi kampanye 2. Penggunaan fitur 3. Gaya penyampaian 4. Pelibatan aktor	1. Visi-Misi 2. Program 1. Suara/lagu 2. Tagar 3. <i>stich</i> 1. Politik riang gembira 2. Politik serius 1. Capres/Cawapres 2. Partai politik 3. <i>Influencer</i>
2	(Y) Keputusan Memilih	Tindakan nyata individu dalam memilih kandidat atau partai politik tertentu pada suatu pemilu, yang dipengaruhi oleh pertimbangan baik rasional (seperti visi-misi, rekam jejak, program kerja) maupun irasional (seperti kedekatan emosional, <i>gaya penyampaian</i> , pengaruh tokoh, atau sentimen terhadap isu tertentu)	1. Rasional 2. Irasional	1. Visi Misi 2. Program 3. Rekam jejak politik 1. Emosional 2. <i>Gaya penyampaian</i> 3. Pengaruh tokoh 4. Sentimen isu tertentu

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2025)

3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini antara lain:

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahapan untuk menguji apakah sampel mengerti pernyataan-pernyataan yang diajukan oleh peneliti. Apabila hasil valid dengan ketentuan rumus, maka sampel mengerti akan pernyataan yang diajukan, begitupun sebaliknya (Sahir, 2022). Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas melalui SPSS dengan rumus korelasi pearson product moment, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Gambar 3 Rumus Uji Validitas
Sumber: Sahir (2022)

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y
- N = Jumlah subjek
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor x dan skor y
- $\sum x$ = Jumlah total skor x
- $\sum y$ = Jumlah total skor y
- $\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat x
- $\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat y

Menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan prosedur pengujian:

1. Jika r positif serta $r \geq 0,05$ maka item pertanyaan valid
2. Jika r tidak positif serta $r \leq 0,05$ maka item pertanyaan tidak valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dalam penelitian. Reliabilitas dinyatakan dalam angka sebagai koefisien, apabila koefisien tinggi maka reliabilitas tinggi, begitupun sebaliknya (Sahir, 2022). Peneliti melakukan uji reliabilitas melalui SPSS dengan rumus cronbach alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Gambar 4 Rumus Uji Reliabilitas
Sumber: Sahir (2022)

Keterangan:

- R_{11} = Nilai reliabilitas
 K = Jumlah item
 $\sum S_i$ = Jumlah varian skor tiap item
 S_t = Jumlah varian total

Menggunakan rumus di atas, peneliti menggunakan prosedur pengujian:

Tabel 7 Hasil Interpretasi Uji Reliabilitas

Interval koefisien	Interpretasi
0,800-1,00	Sangat tinggi
0,600-0,800	Tinggi
0,400-0,600	Cukup
0,200-0,400	Rendah
0,00-0,200	Sangat rendah

Sumber: Sahir (2022)

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini antara lain:

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis untuk menjabarkan data yang diperoleh tanpa menarik kesimpulan secara keseluruhan (Sahir, 2022). Dalam analisis ini, peneliti terlebih dahulu akan menyajikan data terkait sampel yang digunakan, meliputi gender, usia, pendidikan terakhir, dan alamat responden. Selanjutnya, peneliti akan menyajikan nilai terkait variabel yang digunakan, meliputi mean, median, modus, dan standar deviasinya.

3.9.2 Analisis Statistik Inferensial

Analisis inferensial bersifat luas dibanding analisis deskriptif. Disini peneliti dapat menjabarkan hubungan antar variabel dengan berlandas pada analisis data yang ditemukan (Sahir, 2022). Dalam melihat hubungan atau pengaruh antar variabel, peneliti menggunakan jenis korelasi. Menurut Abdullah (2012) jenis korelasi berupaya mencari pengaruh antara 2 variabel. Pada penelitian ini, untuk menemukan hubungan tersebut peneliti menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Namun, sebelum melakukan uji tersebut, peneliti perlu memenuhi syarat uji asumsi klasik, sebagai berikut:

3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji data awal penelitian untuk mengetahui bias atau tidaknya data temuan (Ghozali, 2018). Untuk teknik analisis regresi sederhana, uji asumsi klasik yang digunakan hanya meliputi uji normalitas dan linearitas (Rodliyah, 2021). Berikut penjabaran kedua uji tersebut:

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Data yang tidak berdistribusi normal menandakan bahwa data tersebut bias bahkan tidak layak untuk dilakukan pengujian ke tahap berikutnya (Rodliyah, 2021). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan syarat uji dari Kormogolov Smirnov. Apabila ditemukan nilai signifikansi di atas 0,05%, maka asumsi normalitas terpenuhi, artinya data berdistribusi normal dan layak untuk diuji ke tahap selanjutnya (Sahir, 2022).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat linear tidaknya nilai antar variabel penelitian (Rodliyah, 2021). Data yang tidak linear antar variabelnya, menandakan bahwa data tersebut bias. Sama dengan uji sebelumnya, apabila nilai signifikansi di atas 0,05%, maka asumsi linearitas terpenuhi, artinya data linear dan layak untuk diuji regresi sederhana (Sahir, 2022).

3.9.2.2 Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana ialah analisis yang terdiri antara satu variabel X dan satu variabel Y (Sahir, 2022). Analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh antara variabel X terhadap Y. Apabila antar variabel yang diuji lebih dari satu, maka uji regresi yang digunakan ialah uji regresi berganda (Rodliyah, 2021). Dalam melakukan uji regresi sederhana, peneliti menggunakan SPSS atau rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Gambar 5 Rumus Analisis Regresi Sederhana

Sumber: Sahir (2022)

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel Independen

a = Nilai konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y senilai a atau konstanta)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Menggunakan SPSS, jika nilai p-value $\leq 0,05$ variabel independen dianggap signifikan secara statistik. Artinya, variabel X memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel Y. Maka, hipotesis nol (yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh) dapat ditolak.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kampanye politik di platform TikTok terhadap keputusan memilih pada pemilih muda di Kabupaten Lampung Timur, dapat disimpulkan bahwa kampanye politik melalui platform TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk pilihan politik responden. Seluruh indikator variabel X dan variabel Y berada dalam kategori “cukup”, namun analisis posisi skor menunjukkan bahwa kecenderungan irasional responden lebih dominan dibandingkan kecenderungan rasional.

Indikator rasional memperoleh nilai 5.733 yang berada pada kategori “cukup”, tetapi tidak mendekati batas kategori “baik”. Hal ini mengindikasikan bahwa pemilih muda hanya memiliki tingkat rasionalitas moderat, di mana mereka mempertimbangkan informasi politik secara sederhana dan tidak melakukan kalkulasi politik secara mendalam. Sebaliknya, indikator irasional memperoleh skor 7.463, berada lebih dekat dengan kategori “baik”, menunjukkan bahwa keputusan politik responden lebih banyak dipengaruhi oleh faktor emosional, citra personal kandidat, viralitas konten, serta impresi visual yang dihadirkan melalui TikTok.

Temuan ini menunjukkan bahwa teori Pilihan Rasional Coleman tidak sepenuhnya menjelaskan perilaku politik generasi muda di ruang digital. Peneliti menafsirkan bahwa teori tersebut mengandaikan adanya proses kalkulasi utilitas yang sistematis dalam pengambilan keputusan, namun hasil penelitian justru memperlihatkan bahwa respons emosional dan persepsi simbolik memiliki peran lebih besar dalam membentuk preferensi politik responden. Dengan demikian, keputusan memilih lebih mencerminkan dominasi irasionalitas yang diproduksi oleh karakter media sosial—yang cepat, visual, dan afektif—dibandingkan proses perhitungan rasional yang matang.

Meskipun demikian, hubungan antara kampanye TikTok (X) dan keputusan memilih (Y) tetap ditemukan sangat kuat dan signifikan, ditunjukkan oleh nilai korelasi 0,936 dan R^2 sebesar 0,875. Besarnya pengaruh tersebut menunjukkan bahwa TikTok menjadi sarana yang efektif dalam memobilisasi opini dan preferensi politik, terutama melalui mekanisme afektif yang lebih mudah diterima oleh pemilih muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan memilih presiden pada pemilih muda Kabupaten Lampung Timur dipengaruhi oleh kombinasi rasionalitas terbatas dan irasionalitas emosional, dengan irasionalitas sebagai faktor yang lebih dominan. Kampanye TikTok tidak hanya berperan sebagai sumber informasi politik, tetapi juga sebagai mesin pembentuk persepsi yang kuat melalui daya tarik emosional dan simbolik konten digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan baik untuk praktisi, akademisi, maupun peneliti selanjutnya:

1. Saran Praktis

Bagi praktisi politik, khususnya tim kampanye dan calon presiden, penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok merupakan sarana efektif dalam memengaruhi keputusan politik pemilih pedesaan. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik perlu diarahkan pada penyusunan konten yang informatif, menarik secara visual, serta mudah dipahami masyarakat dengan literasi politik yang beragam. Konten berbasis narasi sederhana, visual kuat, serta interaktif melalui komentar atau live streaming dapat meningkatkan keterlibatan pemilih. Selain itu, pemanfaatan jejaring sosial lokal (komunitas desa, tokoh masyarakat, dan kelompok pemuda) untuk memperluas jangkauan pesan kampanye di TikTok akan memperkuat dampak informasi politik terhadap keputusan memilih.

2. Saran Akademis

Bagi akademisi dan peneliti di bidang komunikasi politik maupun sosiologi, penelitian ini membuka peluang untuk memperluas kajian mengenai media sosial sebagai instrumen rasionalisasi politik masyarakat. Temuan yang menekankan kekuatan TikTok dalam memengaruhi keputusan memilih dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan teori komunikasi politik digital dan menguji relevansi Teori Pilihan Rasional Coleman dalam konteks demokrasi digital di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam pengembangan kurikulum pendidikan politik yang lebih menekankan peran media sosial dalam membentuk perilaku politik generasi muda maupun masyarakat pedesaan.

3. Saran Penelitian Selanjutnya

Penelitian di masa depan disarankan untuk mengeksplorasi lebih lanjut dimensi konten kampanye TikTok, seperti humor politik, musik, narasi emosional, atau *electronic word of mouth* (eWOM), guna mengetahui jenis

konten yang paling berpengaruh terhadap perilaku politik pemilih. Selain jenis konten, penting pula untuk mempertimbangkan peran algoritma TikTok yang menentukan distribusi dan visibilitas materi kampanye berdasarkan preferensi pengguna, tingkat keterlibatan (*engagement*), serta pola interaksi sebelumnya. Algoritma ini dapat memperkuat bias informasi dan menciptakan *echo chamber* yang memengaruhi persepsi politik pengguna. Di sisi lain, intensitas penayangan materi kampanye juga menjadi faktor penting, karena frekuensi dan durasi paparan terhadap konten politik dapat meningkatkan kedekatan emosional dan persepsi positif terhadap kandidat. Dengan demikian, penelitian mendatang perlu mengkaji secara lebih mendalam bagaimana kombinasi antara algoritma, intensitas video, dan karakteristik konten memengaruhi efektivitas kampanye politik di TikTok, serta menggabungkan pendekatan *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai motivasi rasional maupun emosional pemilih di berbagai konteks sosial dan demografis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, G. M. (2024). The Influence of Political Advertising on Voter Behavior: A Study on How Targeted Ads Shape Voter Preferences and Engagement. *International Journal of Humanities, Media, and Political Sciences*, 01(02), 185-193.
- Abdullah, K. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- AlAfnan, M. A. (2025). The Role of Memes in Shaping Political Discourse on Social Media. *Studies in Media and Communication*, 13(02), 1-10.
- Alsheikh, O. (2025, Januari 22). *The Role of Social Media in U.S. Electoral Campaigns: A Critical Analysis of Voter Mobilization and Misinformation in the 2020 and 2024 Presidential Elections*. Diambil kembali dari Omar Alsheikh: <https://ocheikh.com/the-role-of-social-media-in-us-electoral-campaigns-a-critical-analysis-of-voter-mobilization-and-misinformation-in-the-2020-and-2024-presidential-elections>
- Amirin, T. (1995). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Andrews, T. M., Palombo, A., Bayulgen, O., Gallaher, A., & Scruggs, L. (2025). The winds of change? Attitudes toward wind projects and their electoral implications in Texas. *Elsevier*, 202(01), 1-10.
- Aritonang. (2020). Analisis regresi linier: Uji normalitas dan linearitas dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Statistika dan Aplikasi*, 8(2), 123–132.
- Aslamiyyah, S., Nurhayati, C., & Jamilah, J. (2024). Perilaku Pengguna Mikrotrans Pasca Penerapan Sistem Jak Lingko di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia*, 05(01), 92-105.
- Ayunda, N. D., Dewi, A. M., Sarman, M. K., & Firman. (2024). Demokrasi Dalam Media Sosial Tiktok: Analisis Peningkatan Partisipasi Politik Atau Polarisasi Pada Pemilu Presiden 2024 Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 08(12), 220-230.
- Azis, M. (2025). *Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Penentuan Hak Pilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2024 (Studi Mahasiswa/I Fisip UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. Banda Aceh: UIN Ar-Rainy.
- Bar, D., & Prollochs, N. (2025). The role of social media ads for election outcomes: Evidence from the 2021 German election. *Journal Oxford University*, 01(01), 1-10.

- Barberá, P. (2020). *Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization*. In *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion*. Oxford: Oxford University Press.
- Battista, D., & Petrone, A. (2025). Communication Strategies and Online Political Attack: TikTok as a Global Electoral Battleground. *Journal Review of Human Rights*, 11(01), 1-29.
- Bonica, A., Rhee, K., & Studen, N. (2025). *The Electoral Consequences of Ideological Persuasion: Evidence from a Within-Precinct Analysis of US Elections*. New York: Social Science Research Network .
- BPS Provinsi Lampung. (2024). *Indeks Pembangunan Manusia Lampung 2024*. Bandar Lampung: BPS Provinsi Lampung.
- BPS Provinsi Lampung. (2025, Januari 15). *Kemiskinan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, 2024*. Diambil kembali dari BPS Provinsi Lampung: <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/1/NTgzIzE=/kemiskinan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-lampung--2024.html>
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Coleman, J. S. (1986). *Individual Interests and Collective Action: Studies in Rationality and Social Change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 95-120.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Coleman, J. S. (1992). *Rational Choice Theory: Advocacy and Critique*. Newbury Park: SAGE Publications.
- Creswell, J. (2013). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. USA: Sage Publications.
- Databoks. (2023, September 27). *Kelompok Anak Muda Jadio Pengguna Terbesar TikTok*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Dillman, Smyth, & Christian. (2014). *Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method (4th ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- DPR RI. (2009). *Undang-Undang Nomor 40 tahun 2009 Tentang Kepemudaan*. Jakarta: DPR RI.

- DPR RI. (2017). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pemilihan Umum*. Jakarta: DPR RI.
- Garuda. (2025, Januari 29). *Data Pengguna TikTok di Indonesia 2024 Update Terbaru*. Diambil kembali dari Garuda: <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-tiktok-di-indonesia-2024/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Grantham, S., Cervi, L., & Iachizzi, M. (2025). Double tap democracy: political authenticity in the TikTok era. *Media International. Journal Sage*, 01(01), 1-21.
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hakim, L., & Hakim, I. (2024). Preferences and Behaviour of Gen Z Voters in the 2024 Indonesian Presidential Election. *Journal Aristo*, 12(03), 796-807.
- Halawa. (2024). *Pengaruh Bekerja Paruh Waktu terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa di Kota Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Hamid, N. N., & Rahman, S. A. (2018). Impact of Social Media on Malaysia's Election Landscape. *International Journal of Academic Research in Bussiness and Social Sciences*, 08(09), 275-284.
- Hellwig, T., & Dodez, T. K. (2025). *Choosing Challengers: Opposition Party Success in Hard Times*. Bufallo: University at Buffalo.
- Hermawan, & Najmuddin, A. L. (2024). Pengaruh Kampanye Prabowo Gibran di Tiktok terhadap Pilihan Politik. *Jurnal Paradigma Madani: Ilmu Sosial, Politik dan Agama*, 11(01), 9-18.
- Husniyah, D. A., Parahita, B. N., & Purwanto, D. (2024). Strategi Mempertahankan Kearifan Lokal Seni Kriya Wayang Pada Pengrajin Wayang Kulit di Desa Sonorejo. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 08(01), 408-413.
- Ilham, M. L., Jauhariyah, N. Z., Zahratunisa, & Rahmawati, N. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 Untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda. *Journal Politique*, 04(01), 104-123.
- Jain, L., & Pandey, V. (2023). The Influence of Social Media Usage and Political Behaviors among Adults. *Journal of Communication and Management*, 02(02), 98-100.
- Julio, M. A., Zalpa, Y., & Wati, R. R. (2025). Dinamika Pemasaran Politik Melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Studi Ilmu Politik*, 04(01), 1-10.

- Klüver, H. (2024). Social Influencers and Election Outcomes. *Comparative Political Studies*, 00(00), 1-27.
- KPU. (2023, Juni 23). *55% Pemilih Didominasi Generasi Muda*. Diambil kembali dari KPU: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>
- KPU Kabupaten Lampung Timur. (2023, Juni 21). *Rekapitulasi DPT Kabupaten Lampung Timur dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024*. Diambil kembali dari KPU Kabupaten Lampung Timur: <https://www.instagram.com/p/CtwmZZRyJq/?igsh=MXFIN254b3c5OXZxZA%3D%3D>
- Kristanto, R. D., & Purwanto, D. (2024). Rational Choice of Students in Determining Careers to Become Esport Athletes in UNS Esports Community (UNSEC) Athletes. *Riwayat: Educational Journal of History*, 01(01), 1442-1453.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis? (4th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Laird, C., Colquhoun, A., & Jensen, I. (2025). *Case Study: Racial Attitudes, Messaging, and Appeals*. Elgar Online. Northampton: Elgaronline.
- Masduki. (2023). Media Control in the Digital Politics of Indonesia. *Media and Communication*, 09(04), 53-61.
- Mathur, P. (2025). The Forgotten Voter in the Simultaneous Elections Discourse. *International Journal for Multidisciplinary Research, Review, and Studies*, 01(02), 1-9.
- Mongrain, S., Revelli, F., Ypersele, T. v., & Zotti, R. (2025). *Mobility-based gerrymandering: Theory and evidence*. Taipei: National Taiwan University.
- Nazhilla, F. (2024). *Alasan Perilaku Konsumen Menggunakan Fitur Dapur Kombi Pada Aplikasi Kombiku Kota Padang Panjang*. Makassar: Universitas Andalas.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory (3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Nwaoboli, E. P. (2025). *Rhetorical Strategies of Select Party Flag Bearers on Social Media During The 2023 Presidential Election Campaigns in Nigeria*. Ogwa: Benson Idahosa University.
- Nzereogu, D. C., & Nnolum, J. O. (2024). Electoral Malpractices And The Challenges Of Democracy In Nigeria: A Review Of The 2023 Presidential Election. *Journal NJRCS*, 02, 67-82.
- Ong, D. (2025). State of Social Marketing in Malaysia: Challenges and Reflections of a Multicultural Nation. *Social Marketing Quarterly*, 01(01), 1-32.

- Oshri, O., & Malka, R. I. (2025). Muslims' Vote Choice: Exclusion and Group Voting in Europe. Politics and Governance. *Journal Cogitatio Politics and Governance*, 13(01), 1-21.
- Panggabean, D. Z. (2025). *Partisipasi Politik Masyarakat dalam Pemilihan Kepala Desa di Desa Bandar Klippa*. Medan: Universitas Medan.
- Paoleti, V. D., & Mujahidah, N. F. (2025). Youth Language Uncovered: Meta-Synthetic Insights into Gen Z and Gen Alpha Slang. *Journal of English Education*, 13(01), 9-16.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Press.
- Pasaribu, B. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Tangerang: Media Edu Pustaka.
- Pewo, F., & Buku, K. R. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pemilih pada Pemilu Tahun 2024 di Desa Ekoroka. *Jurnal Sosial dan Pemerintahan*, 1(1), 32-40.
- Prasasti, D. (2025). *Public Relations Politik Prabowo-Gibran dalam Membangun Pencitraan pada First Voters*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana.
- Purboyo, M. G., Junaidi, & Amriwan, A. (2024). Ekskalasi Partisanship Politik dalam Membentuk Polarisasi Masyarakat Digital. *Jurnal Ilmiah Kajian Sosial dan Budaya*, 01, 27-45.
- Putri, A. D. (2022). Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian perilaku politik generasi muda di media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 26(1), 45-60.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rahmazani. (2024). *Motivasi Pemuda Bekerja Sebagai Pengrajin Usaha Tas Bordir Aceh*. Aceh: Universitas Malikussaleh.
- Riyanto, A. N., Rikaramadhani, K. A., Abdillah, M. Z., & Wisnumurti, R. Z. (2024). Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya 2024 Hubungan AkunTikTok "EstherLubis" dengan Partisipasi Pemilih Pemula tentang Pemilihan Presiden Tahun 2024. *SNIIS*. 01, hal. 1-10. Surabaya: SNIIS.
- Rodliyah, L. (2021). *Pengantar Dasar Statistika Dilengkapi dengan Bantuan Software SPSS*. Jombang: LPPM Unhasy Tebuireng .
- Rohmad, & Sarah, S. (2021). *Pengembangan Instrumen Angket*. Yogyakarta: K. Media.

- S, T., & Marsahala, G. R. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Konten “Emang Boleh Segemoy Ini?” Di Akun Tiktok @Partaigerindra Dan Ewom Dalam Kampanye Politik “Prabowo Gemoy” Terhadap Pengambilan Keputusan Generasi Z Untuk Memilih Prabowo Sebagai Presiden Pada Pemilu 2024*. Jakarta: Universitas Pertamina.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Salsabila. (2022, April 5). *Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data*. Dipetik Oktober 14, 2022, dari dqlab.id: <https://www.dqlab.id/catat!-4-perbedaan-data-sekunder-and-data-primer-dalam-analisis-data>
- Santoso. (2014). *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santucci, J., & Ketcham, J. (2025). *Reforming Big-City Elections*. New York: Manhattan Institute.
- Sari, W. P., Putriana, M., Wihadi, A., Firdaus, M. R., Pamungkas, B. F., Reyfaldi, R. A., . . . Bachtera, R. A. (2024). Analisis Pengaruh Terpaan Media Sosial TikTok terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa dalam Pemilihan Presiden Indonesia Tahun 2024: Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 04(03), 1255-1264.
- Setyanti, W. Y., Ridho, S., & Irfanudin, F. (2024). TikTok Social Media and Democracy: A Study on Generation Z in Australia Indonesia Youth Association (Aiya) Yogyakarta. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 04(12), 11808-11823.
- Shukri, S. (2024). *Why Young Malay Voters in Malaysia Are "Turning Green"*. Singapore: ISEAS.
- Simanjuntak, N. C. (2024). *Tindak Kekerasan pada Perempuan Pengemudi Ojek Online*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Singh, M. &. (2024). Impact of social media on Indian Politics in Present Scenario. *Shodh Manjusha: An International Multidiciplinary Journal*, 01(01), 103-113.
- Sudaryono, & Margono, R. (2013). *Pengembangan Instrumen Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunstein. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. New Jersey: Princeton University Press.
- Syahputra, I. (2019). Expressions of hatred and the formation of spiral of anxiety on social media in Indonesia. *Journal of Media and Communication Research*, 11(01), 95-112.

- Tavakol, M. &. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2(1), 53-55.
- Terradillos, J. O., & Ureta, A. L. (2025). TikTok and Political Communication: Interaction Patterns and Engagement Rate of Candidates and Parties in an Election Campaign. *Revista Latina de Comunicación*, 01(22), 1-23.
- Tienda, C. D., & Maya, A. F. (2024). Likes are not votes: Critical analysis of the influence of electoral campaigns on TikTok in relation to the results of the presidential election, Mexico 2024. *Multidisciplinar*, 02(119), 1-8.
- VanVoorhis, C. R., & Morgan, B. L. (2007). Understanding power and rules of thumb for determining sample sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3(2), 43-50.
- Wahyuningratna, R. N., Wasisto, M. A., & Zempi, C. N. (2024). Sosialisasi Literasi Politik Bagi Pemilih Pemula Terhadap Indikasi Black Campaign Berbasis Politik Identitas Melalui Sosial Media. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 05(02), 311-325.
- We Are Social. (2025, Februari 5). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. Diambil kembali dari We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Widarjono. (2015). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wildaini, A. M. (2024). Strategi Komunikasi Politik via Media Sosial Incumbent pada Pemilihan Bupati Situbondo 2024. *Jurnal Media Akademik*, 2(12), 1-17.
- Yuliana, R. &. (2021). Uji asumsi klasik pada penelitian sosial: Studi kasus regresi media sosial terhadap perilaku politik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 25(1), 77-89.