

# PENGARUH TERPAAN MEME POLITIK, KUALITAS INFORMASI, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP SIKAP PEMILIH PEMULA DI JABODETABEK

Edy Prihantoro<sup>1</sup>, Winda Widyaningsih<sup>2</sup>, Rizky Wulan Ramadhani<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

<sup>3</sup> Program Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

## Keyword:

Pengaruh Terpaan; Meme Politik; Kualitas informasi; Literasi Politik; Perubahan Sikap; Pemilih Pemula

## Abstract

*This study explores the influence of political meme exposure, information quality, and digital literacy on attitude changes among first-time voters in the 2024 election, focusing on Generation Z who utilize social media, particularly Instagram, to seek political information. This information is often presented in various formats, one of which is political memes. The research employs a quantitative approach, distributing questionnaires to 400 respondents across the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The data is processed using the Partial Least Squares (PLS) - Structural Equation Modelling (SEM) method through SmartPLS version 4.0 software, consisting of two sub-models: the measurement model (outer model) and the structural model (inner model). The analysis is based on the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory. The results indicate that political meme exposure, information quality, and digital literacy significantly affect attitude changes among first-time voters in the 2024 election. Political memes, presented in a light, humorous context, are more easily accepted by first-time voters and thus have a significant impact on their attitude shifts. Political figures, government institutions, and political parties should tailor political information in an accessible and light manner to better engage first-time voters.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah merubah cara individu mencari, mempelajari dan mendapatkan informasi dengan mudah dimanapun dan kapanpun (Sa'diyah & Rafikasari, 2022). Sosial media merupakan bagian dari perkembangan teknologi yang memungkan pemiliknya untuk membuat, menerima dan menyebarkan informasi secara cepat. Sosial media, terutama

Instagram, banyak digunakan oleh Gen Z untuk mendapatkan berbagai informasi termasuk informasi politik (Muhamad, 2023).

Gen Z merupakan kelompok usia yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 (Kominfo, 2021). Mereka lahir di tengah masifnya penggunaan teknologi sehingga memanfaatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan mereka. Kategori usia ini juga

## Corresponding Author:

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma  
Jl Margonda Raya No. 100, Depok, Indonesia  
Email: edipri@staff.gunadarma.ac.id

termasuk dalam kelompok pemilih pemula dalam pemilihan umum 2024. Pemilih pemula merupakan target penting partai politik karena mereka memiliki pengaruh yang signifikan.

Partisipasi pemilih pemula dalam pemilu serentak 2024 sangat penting sehingga mereka berhak mendapatkan pendidikan politik agar menjadi pemilih yang cerdas serta memahami dinamika politik yang terjadi (Hasyim & Azkia, 2023). Instagram menjadi media yang tepat karena dapat digunakan untuk menciptakan dan mengetahui opini publik terkait sebuah isu politik (Indrawan et al., 2023), mengembangkan literasi politik mengenai pengetahuan politik, dan memahami istilah baru dalam politik (Novian & Rusmono, 2021).

Informasi politik dikemas dalam berbagai jenis konten di Instagram. Di antara jenis konten politik yang dilihat orang di media sosial, meme politik menjadi konten paling menonjol sebagai media politik yang sangat menarik dan beredar luas (Halversen & Weeks, 2023). Meme merupakan representasi visual dari fenomena sosial yang dikemas dalam bentuk video, gambar, atau tulisan. Meme politik merujuk kepada meme yang memiliki kepentingan atau konflik masyarakat, aktor politik, tindakan representatif, atau keputusan politik (Johann & Bülow, 2019).

Meme dikemas dengan humor namun satir agar memiliki kualitas informasi yang baik sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Kualitas informasi merupakan hasil output informasi yang mudah dimengerti, akurat, lengkap, dan waktu yang tepat (Delone & McLean, 2003). Semakin baik kualitas informasi sebuah konten, maka semakin baik pula kepercayaan masyarakat untuk memahami informasi tersebut.

Pemahaman dan penggunaan informasi yang diakses melalui perangkat berbasis internet disebut dengan literasi digital (Gilster, 1998). Literasi digital tidak hanya tentang penggunaan alat, tetapi juga tentang keterampilan berpikir dan sikap individu dalam menggunakan media digital. Literasi digital yang baik mengenai informasi politik dapat memberikan pemahaman baru mengenai politik.

Terpaan meme politik, kualitas informasi dan literasi digital dari pemilih pemula dapat memberikan pemahaman baru mengenai politik yang dikemas secara ringan. Ketiga poin tersebut merupakan variabel yang ingin diteliti dalam penelitian untuk melihat sikap para pemilih pemula pada Pemilu 2024 dalam penelitian yang berjudul *“Pengaruh Terpaan Meme Politik, Kualitas Informasi dan Literasi Digital terhadap Sikap Pemilih Pemula di Jabodetabek”*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

terpaan meme politik, kualitas informasi, dan literasi digital pada sikap pemilih pemula dalam Pemilu 2024.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Puspa Maulidina & Dunan (2023) dengan judul “*Pengaruh Terpaan dan Nilai Berita Hoaks Politik Akun Instagram @tempo.cekfakta terhadap Sikap Followers Akun @tempo.cekfakta*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terpaan dan nilai berita hoax politik memiliki pengaruh positif terhadap sikap followers akun Instagram @tempo.cekfakta dalam menanggapi masalah-masalah politik di Indonesia.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Agustina et al. (2023) dengan judul “*Pengaruh Literasi Digital terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh sebesar 42.1% terhadap etika bermedia sosial. Literasi digital dapat membawa dampak positif pada kualitas diri individu salah satunya adalah beretika dalam bersosial media.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dary & Fitriyah (2023) dengan judul “*Pengaruh Konten Media Sosial dan Kualitas Informasi pada Fenomena #Presiden3periode terhadap Persepsi Masyarakat Generasi-Z di TikTok*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial dan kualitas informasi memiliki

pengaruh positif terhadap persepsi Generasi Z di Tiktok. Generasi Z mengadopsi media TikTok untuk mengakses informasi politik, khususnya pada isu #presiden3periode yang menimbulkan efek pemahaman pada diri mereka.

Penelitian-penelitian terdahulu belum meneliti pengaruh meme politik terhadap sikap pemilih pemula. Keberadaan meme politik yang semakin marak, terutama saat tahun politik, perlu diteliti untuk melihat pengaruhnya terhadap sikap calon pemilih. Penelitian ini akhirnya dapat dimanfaatkan oleh partai politik maupun organisasi untuk mempengaruhi para calon pemilih.

## KAJIAN PUSTAKA

### Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau *statistic* dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono & Lestari, 2021). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden pada 24 Agustus hingga 19 September 2024. Kuesioner terdiri dari tiga variabel, 14 dimensi, dan 47 indikator yang ditunjukkan melalui Tabel 1 di bawah ini:

**Tabel 1. Variabel, Dimensi, dan Indikator Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator
----------	---------	-----------

Terpaan (X1)	Frekuensi	<p>Saya sering terpapar informasi memepolitik dalam seminggu</p> <p>Saya melihat atau mendengar informasi meme politik beberapa kali dalam sehari</p>			<p>diverifikasi</p> <p>Informasi meme politik menyertakan referensi atau tautan ke studi atau data asli</p>
	Durasi	<p>Saya berapa menit menggunakan media sosial dalam sehari</p> <p>Saya berapa jam menggunakan media sosial dalam sehari</p> <p>Saya menghabiskan waktu yang cukup lama untuk membaca/melihat/mendengarkan informasi meme politik setiap kali terpapar</p> <p>Saya sering memperhatikan informasi meme politik lebih dari lima menit</p>		Relevansi	<p>Informasi meme politik relevan dengan topik atau pertanyaan yang sedang dibahas</p> <p>Informasi meme politik dapat membantu menjawab pertanyaan atau memberikan wawasan yang berguna</p>
				Tepat waktu	<p>Informasi meme politik relevan dengan kondisi atau konteks saat ini</p> <p>Ada pembaruan terbaru yang mempengaruhi keakuratan informasi meme politik</p>
	Atensi	<p>Saya sering memperhatikan informasi mengenai meme politik di Instagram</p> <p>Saya benar-benar memperhatikan informasi meme politik</p> <p>Saya ingat detail atau fakta dari informasi meme politik dengan baik</p>		Lengkap	<p>Informasi meme politik mencakup semua aspek penting dari topik yang dibahas</p> <p>Tidak ada data atau fakta yang diabaikan dalam informasi meme politik</p>
Kualitas Informasi (X2)	Akurasi	<p>Informasi meme politik didukung oleh bukti atau data yang dapat</p>	Literasi Digital (X3)	<i>Internet searching</i>	<p>Saya menggunakan media sosial instagram sebagai sumber informasi saya sehari-hari</p> <p>Saya mampu melakukan proses</p>

		<p>pencarian di media sosial Instagram</p> <p>Saya lebih memilih mencari informasi melalui media sosial Instagram daripada buku</p> <p>Saya mampu menggunakan media sosial Instagram untuk mencari informasi</p>			<p>Saya mampu menganalisa latar belakang informasi meme politik yang saya peroleh di media sosial</p> <p>Saya mampu menganalisa konten meme politik yang saya lihat</p> <p>Ketika mendapat informasi meme politik dari media sosial instagram saya membandingkan dengan sumber lain agar akurat</p> <p>Saya mencari sumber lain apabila informasi meme politik yang saya lihat kurang lengkap</p>
	<i>Hypertextual navigation</i>	<p>Saya mengetahui fungsi fungsi hypertext dan <i>hyperlink</i> (link penunjuk arah)</p> <p>Saya mampu mencari informasi melalui media sosial Instagram, saya mampu memahami karakteristik Instagram</p> <p>Saya mengetahui perbedaan fitur instagram berdasarkan fungsinya</p> <p>Saya lebih memilih mencari informasi melalui media sosial instagram karena lebih lengkap dan cepat</p> <p>Saya lebih mudah menyimpulkan informasi yang di dapatkan dari media sosial Instagram</p>		<i>Knowledge assembly</i>	<p>Saya mampu mengevaluasi informasi meme politik yang ada di media sosial instagram yang relevan dengan yang saya butuhkan</p> <p>Saya mampu membandingkan berbagai informasi meme politik yang ada melalui berbagai media</p> <p>Saya tidak pernah memeriksa ulang (crosscheck) terhadap informasi yang ada di media sosial instagram</p> <p>Saya mampu memanfaatkan</p>
	<i>Content evaluation</i>	<p>Saya menelusuri sumber maupun pembuat informasi meme politik yang saya baca</p>			

		media sosial instagram untuk membuat konten, mengumpulkan membagikan, mengkomunikasikan melalui berbagai media sosial maupun grup diskusi
Sikap (Y)	Kognitif	<p>Saya memahami dengan baik informasi mengenai meme politik</p> <p>Saya memiliki pengetahuan yang mendalam tentang isu ini</p> <p>Saya percaya bahwa informasi meme politik benar dan akurat</p> <p>Saya yakin bahwa topik ini penting untuk diperhatikan</p> <p>Menurut saya informasi meme politik lebih efektif dibandingkan yang lain</p>
	Afektif	<p>Saya merasa senang ketika memikirkan tentang informasi meme politik</p> <p>Saya memiliki sikap positif terhadap informasi meme politik</p>
	Konatif	<p>Saya berencana untuk mengambil langkah- langkah untuk mempelajari lebih lanjut mengenai informasi meme politik</p> <p>Saya siap untuk</p>

		<p>mengubah pandangan saya setelah melihat/mendengar informasi meme politik ini jika diperlukan</p> <p>Saya bersedia mengadopsi pendekatan baru terkait dengan meme politik ini.</p>
--	--	--

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Subjek penelitian atau adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam sebuah penelitian (Martono, 2016). Subjek dalam penelitian ini adalah responden yang merupakan pemilih pemula dalam Pemilu 2024 di Jabodetabek dan menggunakan Instagram untuk mencari informasi politik.

$$n = \frac{N}{1+N \cdot e^2}$$

Objek penelitian merupakan suatu hal yang merupakan bagian dari inti problematika pada suatu penelitian (Arikunto, 2016). Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh terpaan meme politik (X1), kualitas informasi (X2), dan literasi digital (X3) terhadap sikap pemilih pemula dalam pemilu 2024 (Y).

Peneliti memilih pemilih pemula di wilayah Jabodetabek sebagai populasi penelitian dikarenakan kepadatan dan keragamannya. Jabodetabek memiliki populasi besar dan beragam, mencakup berbagai latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan, yang memberikan variasi

perspektif dalam penelitian. Pemilih pemula di wilayah ini memiliki akses internet yang tinggi dan aktif di media sosial, terutama Instagram yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan adanya kriteria tertentu pada sampel yang digunakan (Kriyantono, 2020). Kriteria sampel penelitian ini adalah seseorang yang berdomisili di Kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi yang merupakan pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti (Sugiyono & Lestari, 2021).

Pemilih pemula di Jabodetabek 2024.

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah pemilih pemula di Jabodetabek

$e^2$  = Presentasi kelonggaran ketidaktersediaan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan.

Sehingga didapatkan sampel untuk penelitian yaitu:

$$n = \frac{1.173.264}{1+(1.173.264 \cdot 0,05^2)}$$

Jadi sampel penelitian yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat eror 5% adalah 400 responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *link google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan berdasarkan indikator (variabel manifest) dari masing-masing variabel laten. Kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai pengukuran variabelnya. Skala *likert* digunakan untuk mengukur terpaan meme politik, kualitas informasi, literasi digital, dan sikap pemilih pemula dalam Pemilu 2024.

Data dianalisis dengan metode *Partial Least Square (PLS) - Structural Equation Modelling (SEM)* menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Analisis PLS-SEM terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model (Ghozali, 2021).

### *Kajian Konseptual*

#### **Terpaan Meme Politik**

Terpaan atau *exposure* merupakan kegiatan melihat, membaca, dan mendengar sebuah pesan atau informasi dari media atau pernah mempunyai pengalaman terhadap pesan yang terjadi pada individu maupun

kelompok (Ardianto, 2010). Tujuan penelitian mengenai terpaan adalah untuk mencari dan mendapatkan data mengenai jenis penggunaan media, yang diukur dengan frekuensi dan durasi penggunaan media (Sari, 1993).

Meme politik merujuk kepada meme yang memiliki kepentingan atau konflik masyarakat, aktor politik, tindakan representatif, atau keputusan politik (Johann & Bülow, 2019). Meme politik dapat menjadi representasi visual yang menggambarkan fenomena sosial termasuk kondisi politik yang sedang terjadi yang dikemas dalam bentuk tulisan, gambar maupun video yang disebarakan melalui sosial media.

Keterlibatan politik menjadi motivasi utama dalam membuat dan membagikan meme politik di media sosial (Johann, 2022). Sehingga keberadaan meme politik dapat menjadi indikator demokrasi dari sebuah negara. Berdasarkan penelitian Kasiryee (2019) terpaan meme politik merupakan faktor penting untuk mempengaruhi partisipasi warga negara dalam aktivitas politik.

Terpaan meme politik dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut (Deborah & Anggraeni, 2022):

1) **Frekuensi:** rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan dan mengkonsumsi isi pesan dari media.

2) **Durasi:** seberapa lama seseorang menggunakan dan mengkonsumsi isi pesan dari media.

3) **Atensi:** tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan dan mengkonsumsi isi pesan dari media.

### **Kualitas Informasi**

Kualitas informasi adalah hasil output informasi yang mudah dimengerti, akurat, lengkap, dan waktu yang tepat (Delone & McLean, 2003). Kualitas informasi dapat berpengaruh terhadap persepsi manfaat. Kualitas informasi dapat diukur menggunakan tiga dimensi, yaitu:

1. **Akurasi:** informasi harus akurat agar tidak mengubah atau merusak informasi tersebut. Informasi yang akurat adalah informasi yang tidak bias atau menyesatkan sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

2. **Relevansi:** informasi berguna dan bermanfaat bagi pengguna terutama untuk membuat keputusan.

3. **Tepat waktu:** informasi tidak boleh terlambat atau usang karena tidak lagi relevan dengan kondisi terkini.

4. **Lengkap:** informasi perlu diberikan dengan lengkap.

### **Literasi Digital**

*Digital literacy* adalah kemampuan dalam menguasai, mempergunakan dan memanfaatkan informasi maupun teknologi yang tersedia secara efektif melalui piranti

seperti komputer (Gilster, 1998). Terdapat empat kompetensi dalam literasi digital, yaitu:

1. **Pencarian Internet:** kemampuan seseorang untuk menggunakan internet seperti menggunakan *search engine*, dan melakukan berbagai aktivitas menggunakan internet.

2. **Navigasi Hypertext:** kemampuan seseorang dalam memahami *hypertext* maupun *hyperlink*, pengetahuan mengenai perbedaan *browsing* di internet, pengetahuan tentang bagaimana cara kerja web url, http, html, maupun mengetahui ciri-ciri halaman web.

3. **Evaluasi Konten:** kemampuan seseorang untuk berfikir kritis ketika menerima informasi baru serta memberikan penilaian terhadap konten yang di dapatnya secara online.

4. **Penyusunan Pengetahuan Kompetensi:** kemampuan seseorang untuk mengumpulkan informasi dan menyusun pengetahuan yang didapat dari berbagai sumber menggunakan internet.

### Sikap

Sikap atau *attitude* adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang, atau perasaan biasa-biasa saja (*netral*) dari seseorang terhadap sesuatu (Sarwono & Meinarno, 2009). Jika yang muncul adalah perasaan senang, maka disebut sikap positif dan jika yang muncul

adalah perasaan tidak senang, maka disebut sikap negatif. Sikap terdiri dari tiga komponen yang saling menunjang yaitu (Rakhmat, 2018):

1. **Komponen kognitif:** berkaitan dengan kepercayaan, pikiran dan pengetahuan yang didasari informasi yang berhubungan dengan objek.

2. **Komponen afektif:** berkaitan dengan aspek emosional terhadap objek yang dipengaruhi oleh kepercayaan sebagai benar dan berlaku bagi objek dimaksud.

3. **Komponen konatif:** berkaitan dengan kecenderungan manusia untuk berperilaku seperti memuji maupun merusak objek yang dimaksud.

### Teori SOR

Teori SOR merupakan singkatan dari Stimulus Organism Response. Teori ini mendasarkan pada asumsi bahwa sikap dan perilaku sangat bergantung pada kualitas rangsang (stimulus) (Yasir, 2009). Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response) terdiri dari tiga elemen utama: stimulus (S), yang merupakan pesan yang disampaikan; organisme (O), yang merupakan penerima pesan; dan respons (R), yaitu reaksi yang muncul yang diekspresikan melalui perasaan suka atau tidak suka terhadap pesan setelah melalui proses perhatian, pemahaman, dan penerimaan oleh *receiver* (Ohorella et al., 2022).

Dalam penelitian ini stimulusnya yaitu terpaan meme politik, kualitas informasi dan literasi digital melalui media sosial Instagram, organisasinya yaitu pemilih pemula dan untuk responsenya yaitu sikap pemilih pemula dalam pemilu 2024.

## TEMUAN DAN DISKUSI

### Klasifikasi Responden

#### - Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	183	45.5	45.5	45.5
	Perempuan	219	54.5	54.5	100.0
	Total	402	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 402 responden yang mengisi kuesioner, 183 diantaranya berjenis kelamin laki-laki berjumlah 183 (45.5%) dan 219 (54.5%) diantaranya berjenis kelamin perempuan. Responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki karena keterlibatan perempuan dalam aktivitas semakin meningkat serta pengguna Instagram lebih didominasi oleh perempuan (Annur, 2021).

#### - Berdasarkan Usia

**Tabel 3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	35	8.7	8.7	8.7
	18	48	11.9	11.9	20.6
	19	100	24.9	24.9	45.5
	20	110	27.4	27.4	72.9

	21	109	27.1	27.1	100.0
	Total	402	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 3 menunjukkan bahwa rentan usia responden adalah 17-21 tahun. Usia 17 tahun berjumlah 35 responden (8.7%), usia 18 tahun berjumlah 48 responden (11.9%), usia 19 tahun berjumlah 100 responden (24.9%), usia 20 tahun berjumlah 110 responden (27.4%), dan usia 21 tahun berjumlah 109 responden (27.1%). Usia ini masuk pada kategori Gen Z yang aktif menggunakan sosial media terutama Instagram untuk mencari informasi politik (Muhamad, 2023).

#### - Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	224	55.7	55.7	55.7
	Karyawan Swasta	65	16.2	16.2	71.9
	Pelajar	56	13.9	13.9	85.8
	Wiraswasta	25	6.2	6.2	92.0
	DLL	32	8.0	8.0	100.0
	Total	402	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebanyak 224 responden merupakan mahasiswa, 65 responden merupakan karyawan swasta, 56 responden merupakan pelajar, 25 responden merupakan wiraswasta, dan 39 responden memiliki pekerjaan selain yang ada di tabel. Mahasiswa menjadi responden paling banyak dalam penelitian ini karena mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial Instagram untuk mendapatkan

informasi, mencari hiburan, menambah networking, serta menambah ilmu (Monica & Rosari, 2020).

**Hasil Uji (Pre-test)**

**- Uji Validitas**

Uji validitas merupakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Uji validitas dilakukan dengan menghitung dan mengolah data kuisioner 31 responden dengan menggunakan software SPSS 25. Uji validitas diawali dengan menentukan besarnya nilai r tabel dengan ketentuan  $df = \text{Jumlah Kasus} - 2$  atau  $31 - 2 = 29$  instrumen signifikan sebesar 0,05% angkanya yaitu = 0.355. Uji validitas menggunakan analisis korelasi Pearson, untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikansi 5% nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Terpaan, Kualitas Infomasi, Literasi Digital dan Sikap, keseluruhan memiliki nilai Rhitung lebih dari Rtabel sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan telah valid.

**- Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejumlah mana suatu alat

pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dilakukam untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Alat ukur dianggap reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

**Tabel 5. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X1	0,949	0,80	Reliabel
X2	0,920	0,80	Reliabel
X3	0,958	0,80	Reliabel
Y	0,939	0,80	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

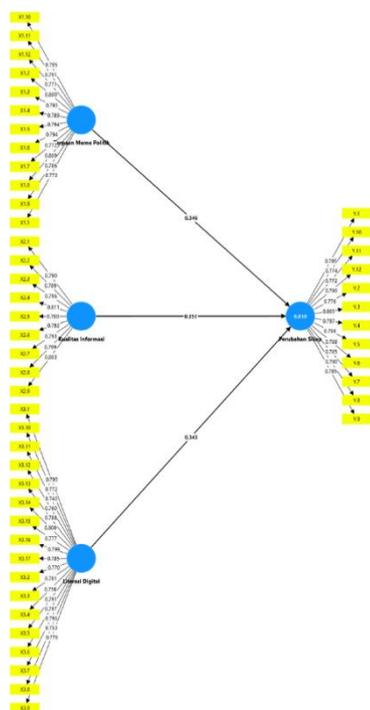
Berdasarkan Tabel 5, *reliability statistics* memiliki nilai di atas 0,8. Menurut Hair et al. (2017) reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha minimal memiliki nilai > 0,8. Nilai cronbach's alpha di setiap variabel terpaan, kualitas informasi, literasi digital dan sikap lebih dari 0,8, maka uji *reliability statistics* dikatakan reliabel.

**Evaluasi Model**

**- Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu model. Uji validitas dievaluasi melalui *validitas convergent* dan *validitas discriminant*. Parameter pada *validitas convergent* terdiri dari *loading factor* dan *average variance extracted* (AVE). Sedangkan, parameter pada *validitas*

*discriminant* terdiri dari *cross loadings*, *fornelllarcker criterion* dan *heterotrait-monotrait ratio* (HTMT). Selanjutnya, parameter uji reliabilitas terdiri dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha* (Ghozali, 2021).



**Outer Model**

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

- **Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (Internal Consistency Reliability)**

Uji *internal consistency reliability* dilakukan melalui nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Nilai *cronbach alpha* menggambarkan korelasi indikator pada suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* melihat perbedaan outer loading dari variabel indikator. Hair et al. (2017) menyatakan bahwa nilai *cronbach alpha* dan

*composite reliability* yang diterima harus bernilai lebih dari 0,6.

**Tabel 6. Nilai Composite Reliability**

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Kualitas Informasi	0.928	0.928	0.94	0.634
Literasi Digital	0.96	0.96	0.963	0.607
Perubahan Sikap	0.944	0.945	0.952	0.621
Terpaan Meme Politik	0.945	0.945	0.952	0.622

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memenuhi kriteria uji reliabilitas karena memiliki nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* >0,6. Maka dari itu, seluruh variabel laten dinyatakan reliabel.

- **Validitas Convergent**

Uji validitas convergent dilakukan dengan cara menghitung nilai *outer loadings*. Nilai *outer loadings* dikatakan ideal jika bernilai lebih dari 0.70 (Ghozali, 2021). Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen dalam penelitian ini, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* ≥ 0,70. Seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria dan layak atau valid untuk digunakan analisis lebih lanjut.

- **Validitas Konvergen**

Uji validitas konvergen dilakukan dengan cara menghitung nilai *average variance extracted* (AVE). Nilai AVE dikatakan ideal jika bernilai lebih dari 0.50 (Ghozali, 2021). Menurut Hair et al. (2017)

ketika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varian indikatornya.

**Tabel 7. Metode Average Variance Extracted (AVE)**

	AVE
<b>Kualitas Informasi</b>	0.634
<b>Literasi Digital</b>	0.607
<b>Perubahan Sikap</b>	0.621
<b>Terpaan Meme Politik</b>	0.622

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan nilai Average Variance Extracted (AVE) yang diperoleh, semua konstruk menunjukkan validitas konvergen yang memadai. **Kualitas Informasi** memiliki nilai AVE sebesar 0.634, menunjukkan bahwa konstruk ini mampu menjelaskan 63.4% varian dari indikatornya. **Literasi Digital** memiliki nilai AVE sebesar 0.607, yang berarti konstruk ini dapat menjelaskan 60.7% varian dari indikator-indikatornya. **Sikap** memiliki nilai AVE sebesar 0.621, menunjukkan kemampuan konstruk untuk menjelaskan 62.1% varian dari indikatornya. **Terpaan Meme Politik** dengan nilai AVE sebesar 0.622 menunjukkan bahwa konstruk ini mampu menjelaskan 62.2% varian dari indikatornya. Secara keseluruhan, semua konstruk memiliki nilai AVE di atas 0.5, yang menunjukkan validitas konvergen yang baik.

- **Cross Loading**

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara

variabel indikator dengan variabel laten lain. Nilai *cross loadings* dapat dikatakan baik, jika nilai *cross loadings* suatu indikatornya lebih besar daripada nilai *cross loadings* variabel laten lain (Ghozali, 2021). Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa korelasi nilai *cross loadings* di setiap indikator dari variabel laten sudah lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loadings* indikator dari variabel laten lainnya. Kesimpulannya, semua variabel laten tersebut sudah memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

- **Fornell-Larcker Criterion**

Pengujian *fornell-larcker criterion* dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Nilai akar kuadrat AVE harus lebih besar dari pada nilai korelasi antar konstruk (Ghozali, 2021). Berdasarkan hasil penelitian, nilai akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk sudah lebih besar dari korelasi dengan konstruk lainnya yang artinya angka tersebut sudah memenuhi Fornell-Larcker criterion.

- **HTMT**

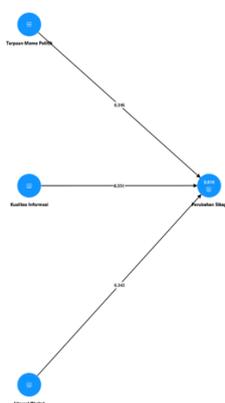
HTMT adalah mean dari seluruh hubungan antara indikator lintas konstruk. Menurut Hair et al. (2017) nilai maksimum korelasi HTMT adalah 0,9. Nilai korelasi

HTMT lebih dari 0,9 menunjukkan kurangnya *discriminant validity*. Berdasarkan hasil penelitian, tidak ada korelasi HTMT yang lebih dari 0,9 sehingga telah memenuhi uji *discriminant validity*.

Pada tahap ini, setiap konstruk telah memenuhi semua kriteria sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk berbeda secara empiris dengan konstruk lainnya dan mampu menangkap fenomena yang tidak diwakili oleh konstruk lain di dalam model. Oleh karena itu, setiap indikator dinyatakan memenuhi kriteria uji *discriminant validity*.

- **Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Evaluasi yang dilakukan selanjutnya adalah evaluasi *inner model* atau Structural Model Assessment. Evaluasi *inner model* dilakukan dengan beberapa pengujian, seperti kolinearitas, signifikansi dan relevansi hubungan model, Model's Explanatory Power, dan Model's Predictive Power (Hair et al., 2022).



Gambar *Inner Model*

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

• ***Assess the Structural Model for Collinearity Issues (VIF)***

Kolinearitas adalah kondisi di mana dua atau lebih variabel independent memiliki hubungan linear yang tinggi atau saling berkorelasi. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai VIF dimana jika  $VIF < 5$ , model telah fit dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya. Hasil penelitian mendapatkan bahwa nilai VIF antar variabel  $< 5$ , sehingga model sudah fit dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

• **Koefisien Determinasi (Nilai *R-Square*)**

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengevaluasi kekuatan model struktural dimana semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik model prediksi yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0.810. Nilai tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel independent terhadap sikap yaitu sebesar 81.0% dan 19.0% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 8. Nilai *R-Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<b>Sikap</b>	0.81	0.809

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

• **Nilai *Effect Size f²***

Nilai *effect size*  $f^2$  digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model. Nilai *effect size*  $f^2$  0,02 masuk pada kategori kecil, 0,15 masuk kategori sedang dan 0,35 kategori besar (Hair et al., 2022). Berdasarkan hasil penelitian, nilai *effect size*  $f^2$  setiap variabel lebih dari 0,3 yang masuk kategori besar. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan meme politik, kualitas informasi, dan literasi digital memiliki pengaruh besar pada sikap pemilih pemula dalam pemilu 2024.

Tabel 9. Nilai  $f^2$

	Sikap
Kualitas Informasi	0.33
Literasi Digital	0.326
Terpaan Meme Politik	0.327

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

- **Q2 predictive relevance**

Nilai *predictive relevance* (Q2) bertujuan untuk membuktikan keterkaitan prediktif variabel satu dengan lainnya dalam suatu model penelitian. Jika nilai  $Q2 > 0$  maka, model mempunyai *predictive relevance*, sedangkan jika nilai  $Q2 < 0$  maka, model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *predictive relevance* (Q2) setiap variabel lebih dari 0, artinya model memiliki *predictive relevance* (Q2) yang cukup baik.

Tabel 10. Nilai Q-square

	SSO	SSE	$Q^2$ (=1-SSE/SSO)

Kualitas Informasi	3618	1692.638	0.532
Literasi Digital	6834	3043.228	0.555
Perubahan Sikap	4824	2191.008	0.546
Terpaan Meme Politik	4824	2164.171	0.551

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

- **Goodness of Fit (GOF)**

GOF bertujuan untuk menguji model secara keseluruhan apakah sudah fit atau belum. Jika hasil uji GOF dalam SEM telah fit, maka model simultan/struktural telah fit. Uji GOF model dapat dilakukan dengan melihat nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) dan Normed Fit Index (NFI). Jika nilai  $SRMR < 0.10$  atau  $0.08$  artinya model dikatakan fit. Jika nilai NFI semakin dekat ke 1 maka, semakin baik kecocokannya atau semakin sesuai model yang dibangun (Ghozali, 2021).

Tabel 11. Nilai SRMR dan NFI

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.033	0.033
d_ ULS	1.380	1.380
d_ G	0.715	0.715
Chi-square	1.533.482	1.533.482
NFI	0.902	0.902

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai SRMR sebesar 0.033 ( $< 0.10$  atau  $0.08$ ) dan nilai NFI didapat sebesar 0.902 (semakin mendekati 1), maka model yang dibangun sudah fit.

Tabel 12. Nilai GOF Index

Rerata Communality	Rerata R- Square	GoF Index
0.621	0.5275	0.572344

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Nilai GoF pada Tabel 12 sebesar 0.572 yang masuk pada kategori tinggi. Nilai tersebut menunjukkan bahwa keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model struktural sebesar 57.2% dan sisanya, 42.8%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kecocokan model pengukuran dan model struktural secara keseluruhan termasuk kategori tinggi.

### Analisis Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan teknik *bootstrapping* yang bertujuan untuk menentukan arah dan signifikansi variabel laten. Hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis dengan melihat r Statistics dan P Values. Hipotesis dinyatakan diterima jika P Value < 0,05.

Tabel 13. Nilai T Statistik dan P Value

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (JO/STDEV)	P values
Kualitas Informasi -> Perubahan Sikap	0.351	0.35	0.039	9.013	0
Literasi Digital -> Perubahan Sikap	0.343	0.343	0.038	9.083	0
Terpaan Meme Politik -> Perubahan Sikap	0.346	0.346	0.039	8.91	0

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2024)

Tabel 13 menunjukkan nilai *original sample* (O), t dan p *values* masing-masing variabel. Variabel terpaan meme politik berpengaruh positif terhadap sikap dengan nilai O = 0.346, t = 8.910, dan p *values* <0,05 sebesar 0.000, H1 diterima. Variabel kualitas informasi berpengaruh positif terhadap sikap dengan nilai O= 0.351, t= 9.013, dan p *values* <0,05 sebesar 0.000, H2 diterima. Variabel literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap sikap dengan nilai O = 0.343, t = 9.083, dan p *values* <0,05 sebesar 0.000, H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki hubungan positif yang kuat terhadap sikap pemilih pemula pada pemilu 2024. Nilai GoF termasuk kategori tinggi menunjukkan tingkat kecocokan model pengukuran dan model struktural secara keseluruhan termasuk kategori tinggi sehingga H4 diterima.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, terpaan meme politik, kualitas informasi dan literasi digital pemilih pemula berpengaruh positif terhadap sikap pemilih pemula pada pemilu 2024. Variabel terpaan meme politik memiliki nilai koefisien pengaruh sebesar 0,346 dan nilai t-statistik sebesar 8,910 yang menunjukkan bahwa semakin sering seseorang terpapar dan terlibat dengan informasi meme politik di Instagram,

semakin besar dampaknya terhadap sikap politik mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Purba et al. (2023) yang berjudul “Pengaruh Terpaan Berita Ibu Kota Negara (IKN) Di Media Online Kompas.Com Terhadap Sikap Mahasiswa”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa frekuensi dan durasi konsumsi berita mengenai Ibu Kota Negara (IKN) dapat mempengaruhi sikap kognitif, afektif dan behavioral dari mahasiswa.

Penelitian ini dengan penelitian Purba et al. (2023) memiliki kesamaan terutama dalam responden yang didominasi oleh mahasiswa. Saat ini mahasiswa mengakses berbagai informasi dari sosial media yang dimiliki dan tidak lagi bergantung dengan media massa. Sosial media dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga generasi muda dapat mendapatkan informasi yang lebih mudah. Semakin sering terpapar informasi, maka semakin mungkin generasi muda mengubah sikap yang dimilikinya berkaitan dengan suatu hal.

Variabel kualitas informasi memiliki nilai  $O= 0.351$ ,  $t= 9.013$ , dan  $p\ values < 0,05$  sebesar  $0.000$  yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap sikap pemilih pemula dalam pemilu 2024. Kualitas informasi yang didapat dari sosial media menjadi bahan pertimbangan

pemilih pemula dalam menentukan sikap mereka selama terlibat dalam pemilu 2024. Maka, semakin baik kualitas informasi yang diterima oleh pemilih pemula, semakin tinggi kemungkinan sikap yang terjadi dalam pemilih tersebut.

Penelitian ini memiliki hasil berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Atnan & Abrar (2023) dengan judul “*Relation of Social Media Literacy, Trust, and Information Quality on Public Communication Behaviour in Urban Local Government Social Media in Indonesia*”. Dalam penelitian tersebut, kualitas informasi menjadi variabel dengan tingkat pengaruh paling rendah dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan konteks secara responden yang diteliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Dary & Fitriyah (2023) dengan judul “Pengaruh Konten Media Sosial dan Kualitas Informasi pada Fenomena #Presiden3periode Terhadap Persepsi Masyarakat Generasi-Z di TikTok” menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diunggah di Tiktok berpengaruh terhadap persepsi masyarakat mengenai #Presiden3periode. Hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian yang peneliti lakukan dimana kualitas informasi konten politik memiliki pengaruh signifikan bagi masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat banyak

memanfaatkan sosial media untuk mencari informasi politik yang akhirnya berpengaruh terhadap persepsi dan sikapnya.

Variabel literasi digital memiliki pengaruh positif terhadap sikap dengan nilai  $O = 0.343$ ,  $t = 9.083$ , dan  $p \text{ values} < 0,05$  sebesar 0.000. Maka, semakin baik literasi digital yang dimiliki oleh pemilih pemula, semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap sikap pemilih pemula pada pemilu 2024.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian Agustina et al. (2023) dengan judul “Pengaruh Literasi Digital terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik” dan Khairunisa & Sabaria (2023) dengan judul “Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong”. Hasil penelitian Agustina et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh sebesar 42,1% terhadap etika siswa dalam bermedia sosial. Nilai ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan literasi digital siswa, maka semakin baik etika siswa tersebut. Dan hasil penelitian Khairunisa & Sabaria (2023) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha digital pada para mahasiswa.

Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) digunakan untuk menganalisis

pengaruh terpaan meme politik, kualitas informasi dan literasi digital terhadap sikap pemilih pemula dalam pemilu 2024. Teori SOR menggambarkan bagaimana stimulus eksternal mempengaruhi proses internal individu (organism) yang kemudian menghasilkan respons dalam bentuk perilaku atau sikap. Dalam penelitian ini yang menjadi Stimulus adalah terpaan meme politik, kualitas informasi, dan literasi digital, Organism adalah pemilih pemula dan Respons adalah sikap.

Terpaan meme politik menjadi Stimulus dalam bentuk gambar maupun video yang disebarakan melalui media sosial terutama Instagram. Meme politik yang biasanya disajikan dalam bentuk gambar humoris atau sindiran mengaktifkan proses internal (organism), yang kemudian memengaruhi sikap politik pemilih (respons). Hal ini menegaskan bahwa meme sebagai bentuk komunikasi visual efektif dalam membentuk opini politik, terutama pada pemilih yang masih dalam tahap awal pengambilan keputusan.

Kualitas informasi yang akurat, terpercaya, dan relevan membuat pemilih pemula lebih terbuka terhadap pemikiran baru dan lebih mudah berubah sikapnya. Informasi yang terstruktur dengan baik memengaruhi respons pemilih dalam bentuk pengambilan keputusan politik yang lebih rasional. Informasi yang berkualitas

disebarkan menggunakan Instagram dapat diakses kapan saja dan dimana saja sehingga tersebar lebih luas dan cepat. Informasi politik diberikan oleh berbagai pihak saat periode pemilu 2024. Badan Pengawas Pemilihan Umum Republik Indonesia (Bawaslu), institusi pemerintah, partai politik dan komunitas di masyarakat memberikan informasi untuk meningkatkan kesadaran para pemilih pemula sehingga membantu mereka dalam menentukan sikap pada pemilu 2024.

Literasi digital berada pada level *organism*, yaitu proses internal individu dalam merespons stimulus yang diberikan. Pemilih pemula yang memiliki literasi digital tinggi mampu memilah informasi yang valid, mengidentifikasi hoaks, dan memahami konteks dari meme atau informasi politik yang diterima. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk merespons stimulus dengan cara yang lebih kritis dan bijak, sehingga memengaruhi sikap politik ke arah yang lebih informatif dan rasional.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terpaan meme politik, kualitas informasi dan literasi digital berpengaruh positif terhadap sikap politik pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Terpaan meme politik yang dikemas dengan

menggabungkan humor dan pesan politik, terbukti efektif dalam mendorong sikap terutama bagi pemilih pemula yang menyukai informasi *ringan*. Selain itu, penyebaran meme politik di Instagram juga berdampak positif bagi pemilih pemula karena mereka banyak menggunakan Instagram untuk mencari informasi politik. Kualitas informasi yang baik di media sosial menjadi faktor penting dalam membentuk opini dan sikap politik. Literasi digital juga memberikan kemampuan bagi pemilih pemula untuk memilah informasi secara kritis, sehingga meminimalkan risiko terpapar hoaks dan mis-informasi. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa ketiga faktor tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh kuat terhadap sikap politik, yang juga menegaskan pentingnya peran media sosial, terutama Instagram, dalam edukasi politik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Adha, M. M., & Mentari, A. (2023). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik. *Mindset : Jurnal Pemikiran Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(2), 52–64. <https://doi.org/10.56393/mindset.v3i2.1696>
- Annur, C. M. (2021, June 29). *Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id>. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/8974dcc2e1898bd/pereempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>

- Ardianto, E. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atnan, N., & Abrar, A. N. (2023). Relation of Social Media Literacy, Trust, and Information Quality on Public Communication Behaviour in Urban Local Government Social Media in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2), 210–226. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3902-12>
- Dary, W., & Fitriyah, P. (2023). Pengaruh Konten Media Sosial dan Kualitas Informasi pada Fenomena #Presiden3periode Terhadap Persepsi Masyarakat Generasi-Z di TikTok. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 29–32.
- Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(2), 92–110. <https://doi.org/10.35814/publish.v1i2.4204>
- Delone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilster, P. (1998). *Digital Literacy*. John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, & Marko Sarstedt. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publishing.
- Halversen, A., & Weeks, B. E. (2023). Memeing Politics: Understanding Political Meme Creators, Audiences, and Consequences on Social Media. *Social Media + Society*, 9(4). <https://doi.org/10.1177/20563051231205588>
- Hasyim, A., & Azkia, S. S. S. (2023). Pendidikan Politik bagi Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum 2024. *Verfassung: Jurnal Hukum Tata Negara*, 2(2), 187–200. <https://doi.org/10.30762/vjhtn.v2i2.281>
- Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI POLITIK BAGI GENERASI MILENIAL. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>
- Johann, M. (2022). Political participation in transition: Internet memes as a form of political expression in social media. *Studies in Communication Sciences*. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.01.3005>
- Johann, M., & Bülow, L. (2019). One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes. *International Journal of Communication*, 1720–1742.
- Kasirye, F. (2019). THE EFFECTIVENESS OF POLITICAL MEMES AS A FORM OF POLITICAL PARTICIPATION AMONGST MILLENNIALS IN UGANDA. *International Journal Social Sciences and Education*, 13, 44–52.
- Khairunisa, N. A., & Sabaria, S. (2023). Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha Digital Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i2.7807>
- Kominfo. (2021). *Politik Digital Anak Muda*. <https://www.kominfo.go.id>. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/34036/politik-digital-anak-muda/0/artikel>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Martono, N. (2016). *Metode penelitian kuantitatif: analisis isi dan analisis data sekunder*. Rajawali Pers.
- Monica, V., & Rosari, R. B. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN PETRA SURABAYA. *Scriptura*, 9(2), 71–81. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.71-81>
- Muhamad, N. (2023, November 14). *Ini Media Sosial yang Dipakai Anak Muda untuk Akses Informasi Politik*. <https://databoks.katadata.co.id>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>
- Novian, R. M., & Rusmono, D. (2021). PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP TINGKAT

- LITERASI POLITIK SISWA. *JURNAL PUBLIS*, 5(2).
- Ohorella, N., Annisa, & Prihantoro, E. (2022). PENGARUH AKUN INSTAGRAM @SUMBAR\_RANCAK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI. *Komunika*, 18(2), 46–54.  
<https://doi.org/10.32734/komunika.v18i2.9045>
- Purba, R. T., Safitri, D., & Anindhita, W. (2023). PENGARUH TERPAAN BERITA IBU KOTA NEGARA (IKN) DI MEDIA ONLINE KOMPAS.COM TERHADAP SIKAP MAHASISWA. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(01).  
<https://doi.org/10.47007/jkomu.v20i01.574>
- Puspa Maulidina, C., & Dunan, A. (2023). PENGARUH TERPAAN DAN NILAI BERITA HOAKS POLITIK AKUN INSTAGRAM @tempo.cekfata TERHADAP SIKAP FOLLOWERS AKUN @tempo.cekfakta. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 5(1), 10–19.  
<https://doi.org/10.31599/komaskam.v5i1.2134>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sa'diyah, H., & Rafikasari, E. F. (2022). PENGARUH LABELISASI HALAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 5(1), 129–136.  
<https://doi.org/10.31949/maro.v5i1.2366>
- Sari, E. S. (1993). *Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Andi Publisher.
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Penerbit Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Alfabeta.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi(Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta.
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.