



Analisis Demografi Penduduk dalam Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Berpolitik: Studi Kasus Masyarakat Buddha di Indonesia

Kemiran^{1*}

¹Institut Nalanda, Indonesia

*Email: kemiran@nalanda.ac.id¹

Alamat: Jl. Pulo Gebang Nomor 107, RT 13, RW 04, Kelurahan Pulo Gebang, Kecamatan Cakung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta

Abstract. *This study shows that political regions have a significant influence on the distribution of regions, especially Buddhist communities in Indonesia. The distribution is divided into three regions, namely urban, mountainous, and rural with the highest percentage of urban. The purpose of this study was to determine the demographic distribution of the Buddhist community. The results of this study are that most respondents have an academic background including: Diploma 2%, Masters 2%, Bachelor's degree 39%, High School 45%, and Junior High School 12%. While the distribution of tribes consists of: Batak 0.1%, Betawi 0.2%, Dayak 0.1%, Java 19%, Malay 14%, Minang 0.05%, Sunda 0.05% and other tribes 62%. This data analysis was carried out descriptively by looking at the percentage of respondents who had answered the questionnaire.*

Keywords: *Demographics, politics, and social media.*

Abstrak. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa wilayah politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persebaran wilayah terutama masyarakat Buddha di Indonesia. Persebaran tersebut dibagi menjadi tiga wilayah yaitu perkotaan, pegunungan, dan pedesaan dengan prosentase yang paling tinggi perkotaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persebaran demografi masyarakat pada umat Buddha. Hasil penelitian ini adalah sebagian besar responden memiliki latar belakang akademik antara lain: Diploma sebesar 2%, Magister sebesar 2%, sarjana sebesar 39%, SMA sebesar 45 %, dan SMP sebesar 12 %. Sedangkan persebaran sukunya terdiri dari: Batak sebesar 0,1%, Betawi sebesar 0,2%, Dayak sebesar 0,1%, Jawa sebesar 19%, Melayu sebesar 14%, Minang sebesar 0,05%, Sunda sebesar 0,05% dan suku lainnya sebesar 62%. Analisis data ini dilakukan secara deskriptif dengan melihat persentase responden yang telah menjawab pada kuesioner.

Kata kunci: Demografi penduduk, politik, dan sarana media sosial.

1. LATAR BELAKANG

Masyarakat kontemporer sering menggunakan media baru untuk menemukan pengetahuan. Media sosial dikaitkan dengan penggunaan yang semakin mudah. Setiap orang dapat menggunakannya untuk mencari, memperoleh, dan memanfaatkan berbagai informasi dalam batas kebebasan berkomunikasi. Media sosial, salah satu jenis media baru, memfasilitasi komunikasi lebih cepat dan berfungsi sebagai alat yang efektif untuk

Received: May 31, 2025; Revised: Januari 24, 2026; Accepted: Januari 28, 2026; **Online Available:** Januari 30, 2026; **Published:** Januari 30, 2026;

*Corresponding author, e-mail address : kemiran@nalanda.ac.id

mendidik orang tentang tindakan korupsi. Jaringan masyarakat digital semakin meningkat, memungkinkan setiap orang untuk berbagi pendapat dan informasi dalam skala besar dengan sangat cepat. Media sosial telah menjadi bagian integral dari cara manusia berkomunikasi (Zempi et al., 2023).

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2025 memperkirakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia akan meningkat menjadi sekitar 5-6 juta pengguna, atau setara 1-2% dari peningkatan tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia akan mencapai 231 juta. Sebuah laporan We Are Social memperkirakan bahwa pada tahun 2025, lebih dari 220 juta orang di Indonesia akan menggunakan internet. Hal ini dapat dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan remaja untuk mengakses internet setiap hari: 1-3 jam (89%), 4-7 jam (29,63%), dan lebih dari 7 jam (26,48%). Didasarkan pada databoks yang bersumber dari (APJII, 2024), diketahui bahwa Generasi Z sering mengakses media sosial. Pengguna tertinggi adalah Instagram sebesar 51,89 persen, Facebook sebesar 51,64 persen, Tiktok sebesar 46,84 persen, YouTube sebesar 38,63 persen, Twitter sebesar 1,98 persen, dan Link-in sebesar 0,08%.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah meningkat pesat, terutama dengan mendekatnya Pemilu 2024. Diharapkan bahwa Pemilu 2024 akan menjadi ajang kompetisi politik yang sengit di mana partai politik dan kandidat akan bersaing untuk mendapatkan dukungan pemilih. Kampanye politik yang memanfaatkan media sosial dapat memiliki potensi yang sangat besar untuk mengatasi masalah ini. Media sosial memungkinkan kampanye untuk menyajikan konten yang inovatif dan menarik, berinteraksi secara langsung dengan pemilih, dan mencapai khalayak yang luas (Moekahar et al., 2022).

Dalam keterlibatan mereka dengan isu-isu politik, pengguna media sosial lebih cenderung untuk mengejar partisipasi dalam demokrasi daripada sekadar menghidupkan partisipasi politik mereka. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial telah mempengaruhi opini publik, yang berdampak pada pengetahuan dan pemahaman politik tentang masalah politik. Pada era modern ini, kemajuan dalam bidang komunikasi dan teknologi informasi telah mengubah bagaimana komunikasi politik dan kampanye politik dilakukan. Kemunculan media sosial adalah perkembangan penting dalam komunikasi

politik. Media sosial telah berkembang menjadi platform yang sangat penting untuk berbagai bagian masyarakat, termasuk dalam kampanye politik (Russmann, 2022).

Ini terlepas dari motivasi apa yang diinginkan masyarakat untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk berpartisipasi dalam demokrasi (Morissan, 2014). Media sosial saat ini tidak hanya menawarkan pembuatan akun pribadi. Akun-akun yang dimiliki oleh organisasi pemerintah dan swasta telah muncul di media sosial. Media sosial telah menjadi alat strategis bagi pemerintah untuk membentuk opini publik. Dengan demikian, pembuat kebijakan saat ini mempertimbangkan tren media sosial. Media sosial membantu pembuat kebijakan Amerika sebanyak 76%, menurut studi yang dilakukan oleh American Congressional Management Foundation pada tahun 2015 (Russell, 2017).

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik sangat penting untuk mempengaruhi dan menyebarkan persepsi dan perspektif masyarakat. Hal ini dapat dicapai jika berita dan informasi dapat mempengaruhi setiap komunitas untuk menggunakan hak pilih mereka dalam politik. Jika orang tahu apa arti politik ini, mereka dapat membantu masyarakat. Semua orang yang ingin menyuarakan pendapat mereka tentang politik dapat menggunakan konten media sosial. Internet sangat penting untuk proses komunikasi politik karena dapat menyampaikan pesan politik baik dari bawah ke atas maupun sebaliknya (Tabroni, 2012: 154).

Media sosial telah menjadi cara politik yang tidak dapat dihindari karena terus berubah. Akibatnya, banyak pelaku politik yang sudah pensiun mengalami penurunan aspirasi dan keinginan untuk mempertahankan kehidupan politik mereka karena konten yang berkaitan dengan politik. Karena itu, akan menarik bagi komunitas buddha di Indonesia untuk menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, Twitter, dan Link-in untuk berpolitik. Menurut Arianto (2016), kreativitas dan seni dapat memengaruhi politik, khususnya di media sosial. Oleh karena itu, karya dan seni dapat diekspresikan oleh siapa saja karena media sosial digunakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti menggabungkan kegiatan kreatif dan aktivitas seni sehingga dipublikasikan dapat menjadi menarik, terutama untuk tujuan berpolitik.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Media Sosial

Media sosial adalah kumpulan wadah yang memungkinkan orang dan komunitas berkumpul, berinteraksi, bertukar informasi, dan bahkan bermain bersama . Media sosial memungkinkan setiap orang untuk membuat konten yang dibuat oleh pengguna, atau konten yang dibuat oleh pengguna (Rizqiani & Hidayat, 2025). Pada dasarnya, media sosial memungkinkan berbagai jenis pertukaran, kerja sama, dan interaksi yang memungkinkan kita saling mengenal melalui media tertulis, visual, dan audiovisual. Dari berbagi, berkolaborasi, dan menghubungkan menghasilkan tiga prinsip dasar media sosial. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang berekspresi dan berinteraksi secara langsung atau melalui perantara dengan audiens besar dan dengan orang lain. Ini meningkatkan interaksi pengguna dan pengakuan nilai konten.

Media sosial sekarang menjadi bagian dari kehidupan orang di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Penggunaan media sosial semakin meningkat setiap hari karena kemajuan dan kemajuan teknologi saat ini. Media sosial merupakan salah satu kebutuhan teknologi masyarakat Indonesia. Salah satu aplikasi media sosial adalah WhatsApp, Telegram, Instagram, Facebook, Line, dan lainnya. Hal ini menghilangkan status sosial yang sering menghalangi komunikasi (Mulawarman & Nurfitri, 2017).

Peran Media Sosial dalam Berpolitik

Tak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi, penggunaan di era demokrasi saat ini telah berkembang dari sekadar percakapan sehari-hari hingga komunikasi politik di mana anggota masyarakat dan politisi menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan politik. sementara anggota masyarakat menggunakan media sosial untuk membahas masalah politik dan terlibat dengan pemimpin politik dan organisasi masyarakat sipil. Sebagian besar politisi menggunakannya sebagai media komunikasi dan kampanye untuk menjaga citra publik mereka (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021). Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa percakapan politik menjadi topik utama di saluran media sosial saat ini, selain diskusi sehari-hari.

Penggunaan media sosial untuk mendukung kegiatan politik dapat dilakukan oleh masyarakat, terutama kaum millennial, karena mereka dapat belajar lebih banyak tentang kegiatan politik yang terjadi, melihat bagaimana kegiatan politik berjalan, dan

berpartisipasi aktif dalam kegiatan politik. Untuk meningkatkan kualitas hidup demokratis di seluruh dunia, literasi politik sangat penting. Ini dapat dicapai melalui pembentukan dan pengembangan sistem sosial politik dan edukasi yang memadai. Dengan demikian, warga negara akan memahami kedudukannya sebagai warga negara dan sadar akan hak dan kewajibannya (Meifilina, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sampel insidental, atau sampel ketidakpastian, dengan menggunakan media online. Hal ini dapat dilihat dari survei yang berlangsung selama 2 minggu dimulai sejak 26 Oktober hingga 4 November 2024 yang berhasil mengumpulkan data dari 400 orang yang tinggal di Indonesia. Persentase responden yang menjawab kuesioner digunakan untuk melakukan analisis data deskriptif.

Sumber data yang dikumpulkan melalui pengamatan atau wawancara dengan berbagai narasumber berhubungan dengan subjek penelitian. Peneliti menggunakan data primer, yang terdiri dari kata-kata yang diperoleh melalui proses pencarian, pengumpulan, dan pengamatan langsung, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi berbagai aspek penggunaan media sosial. Untuk tujuan referensi, data sekunder diperoleh dari penelitian literatur seperti jurnal dan artikel ilmiah terkait (Ain et al., 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan berkembangnya penggunaan media sosial ini oleh penggunanya, sangat mungkin untuk memperhatikan berbagai masalah yang sedang terjadi di masyarakat saat ini. Para informan dapat mengatakan bahwa kesadaran untuk menggunakan media sosial telah berkembang menjadi ruang publik di mana orang bertukar pikiran dan memperoleh informasi. Para pengamat politik juga dapat menggunakan ruang publik ini untuk bertukar informasi. Karena itu, generasi muda diharapkan untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk mendapatkan informasi politik (Boinaw et al., 2023). Sangat jelas bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang proses politik terkait dengan isu politik. Selain itu, pemahaman dan pengetahuan yang didasarkan pada pemahaman politik ini ditujukan pada seberapa baik warga negara dapat memberikan perhatian dan memahami berbagai isu politik (Cuprianto & Firmansyah, 2023). Dalam upaya memahami masalah

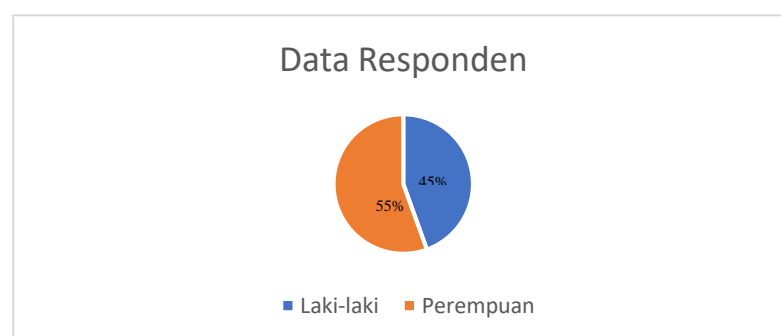
politik, penggunaan bahasa menunjukkan bahwa kecenderungan individu mempengaruhi orang lain.

Media sosial adalah konten yang ada di internet yang dibuat dengan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan diukur. Perubahan dalam cara kita mencari informasi dan konten, serta cara kita membaca, berbagi, dan mengetahui orang adalah aspek terpenting dari teknologi ini. Beberapa platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, YouTube, Twitter, dan Link-in memungkinkan Anda mengabadikan momen dan membagikannya melalui foto dan video. Media sosial dilihat sebagai media yang memungkinkan pengguna dan jejaring pengguna sosial lainnya berinteraksi satu sama lain melalui interaksi online.

Dalam hal definisi karakter jenis di media online, ada beberapa kelompok, antara lain: 1)Partisipasi sosial yang akan memberikan dorongan berupa kontribusi bagi setiap orang yang tertarik. 2) Keterbukaan yang melibatkan layanan sosial secara terbuka dan memberikan kesan umpan balik dalam berkomunikasi. 3) Kecakapan yang ada dalam mendistribusikan konten kepada banyak orang yang dikenal sebagai komunikasi dua arah. 4) Komunitas yang dapat dibentuk melalui media sosial online bagi individu dan kelompok organisasi. Menurut pendapat (Malik et al., 2020) media sosial memiliki peran utama diantaranya: mampu membuat media yang dirancang untuk memperluas interaksi sosial media yang digunakan manusia, mampu berkomunikasi, yang sangat penting bagi banyak orang serta mendukungnya dengan demokratisasi pengetahuan dan informasi.

Jumlah responden dalam penelitian berjumlah 400 orang, dan berdasarkan jenis kelamin, perempuan, 222 orang dengan persentase 55%, dan laki-laki, 178 orang dengan persentase 45%. Berikut dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas peserta penelitian memiliki latar belakang akademik: Diploma sebesar 2%, Magister sebesar 2%, sarjana sebesar 39%, SMA sebesar 45 %, dan SMP sebesar 12 %.

Tabel 1. Data Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
Diploma	9	2%
Magister	10	2%
Sarjana	154	39%
SMA/ sederajat	179	45%
SMP/ sederajat	48	12%
Total	400	100%

Proses politik yang sedang berlangsung di Indonesia menunjukkan fenomena yang berbeda. Sisi lain dari keragaman agama dan etnis yang luas, pola penyebaran penduduk Indonesia memiliki ciri yang berbeda yang mempengaruhi pilihan politiknya. Hubungan antara pengusaha, penguasa, dan premanisme dalam kontestasi politik adalah aspek lain yang tidak dapat dihilangkan dari dinamika politik Indonesia (Dwistia et al., 2022). Berikut data persebaran suku yang dapat dihimpun pada responden penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 2.

Tabel 2. Persebaran Suku

No.	Suku	Jumlah	Prosentase
1	Batak	4	0,1%
2	Betawi	8	0,2%
3	Dayak	4	0,1%
4	Jawa	76	19%
5	Melayu	56	14%
6	Minang	2	0,05%
7	Sunda	2	0,05%
8	Lainnya	248	62%
Total		400	100%

Dari data yang diperoleh tabel 2 menyajikan persebaran suku pada responden. Persebaran suku tersebut diantaranya: Batak sebesar 0,1%, Betawi sebesar 0,2%, Dayak sebesar 0,1%, Jawa sebesar 19%, Melayu sebesar 14%, Minang sebesar 0,05%, Sunda sebesar 0,05% dan suku lainnya sebesar 62%.

Kajian demografi politik adalah jenis penelitian yang dapat digunakan sebagai alat analisis untuk melihat bagaimana perilaku politik masyarakat Indonesia saat ini berubah. Selain untuk melihat perubahan, demografi politik juga dapat digunakan sebagai alat analisis untuk memprediksi perilaku politik akan berubah di tahun-tahun mendatang. Dapat dilihat pada tabel 3 yang menyatakan persebaran demografi politik berdasarkan 3 golongan diantaranya: Pedesaan sebesar 0,75%, Pegunungan sebesar 0,05% dan Perkotaan 92%.

Tabel 3 Persebaran Demografi berdasarkan Wilayah

No.	Wilayah	Jumlah	Prosentase
1	Pedesaan	30	0,75%
2	Pegunungan	2	0,05%
3	Perkotaan	368	92%
Total		400	100%

Informasi politik didefinisikan sebagai kegiatan dan perilaku yang dilakukan saat membaca, berkomunikasi, dan juga hal-hal yang berkaitan dengan pembacaan politik. Ini terjadi selama proses perubahan struktur politik. Ini akan menghasilkan hasil penting. Dengan kata lain, terlibat dalam struktur politik yang digunakan pengguna media dan terkait dengan posisi serta kekuatan mereka sendiri (Bao & Samosir, 2021).

Perubahan struktur sosial adalah salah satu dampak paling signifikan dari pertumbuhan media massa terhadap masyarakat perkotaan. Di masa lalu, masyarakat perkotaan seringkali dibagi berdasarkan kelas sosial, yang berarti bahwa kelompok tertentu hanya memiliki akses ke teknologi dan informasi. Namun, media digital membuat informasi lebih mudah diakses oleh semua orang, yang pada akhirnya akan mengurangi kesenjangan sosial. Sekarang semua orang dapat mengakses informasi yang dulunya hanya dapat diakses oleh kelompok elit melalui internet dan media sosial. Selain itu, media massa juga memengaruhi cara orang berkomunikasi satu sama lain di kota-kota. Komunikasi biasanya terjadi secara tatap muka atau melalui media konvensional seperti surat dan telepon sebelum adanya internet. Namun, dengan adanya media sosial, komunikasi menjadi lebih cepat, efektif, dan tidak terbatas oleh jarak. Melalui media sosial dan aplikasi pesan instan, masyarakat perkotaan dapat dengan mudah berinteraksi

dengan orang-orang di seluruh dunia. Ini mempercepat aliran data dan gagasan baru, yang pada gilirannya berdampak pada dinamika sosial di perkotaan.

Selain itu, perkembangan media massa mengubah budaya masyarakat perkotaan. Media massa, terutama media digital dan televisi, telah memperkenalkan masyarakat pada budaya populer global yang kemudian diadopsi oleh masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan cenderung lebih cepat menerima gaya hidup, musik, dan tren fashion baru melalui media. Hal ini menyebabkan homogenisasi budaya di masyarakat perkotaan, di mana nilai-nilai dan norma lokal sering kali dipinggirkan oleh budaya global. Namun, meskipun perkembangan media massa memiliki beberapa manfaat bagi masyarakat perkotaan, itu juga membawa beberapa hambatan. Salah satunya adalah masalah terlalu banyak data.

Di era digital ini masyarakat perkotaan dipenuhi dengan informasi dari berbagai sumber, baik yang kredibel maupun tidak kredibel. Hal ini membuat sulit bagi masyarakat untuk menyaring informasi yang benar dan dapat dipercaya. Selain itu, kecepatan arus informasi juga menyebabkan munculnya fenomena yang disebut berita palsu atau berita palsu, yang dapat menyebabkan masyarakat bingung dan tidak percaya satu sama lain. Dampak psikologis dari penggunaan media sosial adalah masalah lain yang dihadapi oleh masyarakat perkotaan sebagai akibat dari perkembangan media massa. Menurut banyak penelitian, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan masalah kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, dan perasaan kesepian. Media sosial dapat memperburuk keadaan di masyarakat perkotaan, di mana gaya hidup seringkali individualis dan kompetitif. Selain itu, media sosial dapat memicu perilaku konsumtif di kalangan masyarakat perkotaan, mendorong mereka untuk membeli barang atau jasa yang diiklankan di media sosial. Media massa juga berkontribusi pada dinamika kekuasaan di masyarakat perkotaan dalam konteks politik.

Di satu sisi, akses informasi yang lebih luas yang diberikan oleh media massa memungkinkan masyarakat untuk lebih terlibat dalam proses politik. Misalnya, media sosial telah menjadi alat penting untuk gerakan sosial dan politik di kota-kota besar. Melalui media sosial, komunitas perkotaan dapat dengan mudah mengatur demonstrasi atau kampanye politik. Sebaliknya, aktor politik juga dapat menggunakan media massa untuk mempengaruhi opini publik dan mendapatkan dukungan. Secara keseluruhan,

transformasi sosial di masyarakat perkotaan telah dipengaruhi oleh kemajuan media massa. Media massa di satu sisi memperkuat interaksi sosial di masyarakat perkotaan dan membantu menyebarkan informasi. Sebaliknya, *overload* informasi, gangguan kesehatan mental, dan manipulasi politik adalah masalah baru yang ditimbulkan oleh media massa. Oleh karena itu, masyarakat perkotaan diketahui bahwa memiliki kecerdasan yang lebih dalam menggunakan media sosial, terutama dalam hal menyaring informasi yang mereka terima dan mengelola efek psikologis dari penggunaan media sosial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang akademik antara lain: Diploma sebesar 2%, Magister sebesar 2%, sarjana sebesar 39%, SMA sebesar 45 %, dan SMP sebesar 12 %. Sedangkan persebaran sukunya terdiri dari: Batak sebesar 0,1%, Betawi sebesar 0,2%, Dayak sebesar 0,1%, Jawa sebesar 19%, Melayu sebesar 14%, Minang sebesar 0,05%, Sunda sebesar 0,05% dan suku lainnya sebesar 62%. Dari hasil data yang diperoleh persebaran wilayah dalam berpolitik ini terbagi menjadi 3 wilayah yaitu pedesaan, pegunungan dan perkotaan. Berdasarkan perhitungan dapat diketahui dari besaran prosentase yang tertinggi adalah wilayah perkotaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat perkotaan lebih mudah dan cepat menjangkau informasi terkait politik. Semua itu dapat diperoleh melalui dari kemudahan akses seperti prasarana yang mendukung.

DAFTAR REFERENSI

- Ain, Q., Sari, A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578.
- Ambardi. K., Parahita. G., Lindawati. L., Sukarno. A., Aprilla. N., (2014). Mapping Digital Media: Indonesia, A REPORT BY THE OPEN SOCIETY FOUNDATIONS : Open Society Foundations
- Arianto, B. Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2016. <https://doi.org/10.22146/jsp.10854>
- Bao, B., & Samosir, P. A. (2021). Utilitas Media Sosial Dalam Peningkatan Literasi Politik Mahasiswa Universitas Sains Dan Teknologi Jayapura”. *Dinamis*, 18(2), 125–135. <https://doi.org/10.58839/jd.v18i2.923>
- Boinauw, I., Ismed, K., & Kadir, M. A. . (2023). Media Sosial Dan Politik Generasi Milenial Kota Sorong Pada Pemilihan Umum Serentak Tahun 2024. *Jurnal Maladum*, 1(1), 36–46.

- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 81–99. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Malik, I., Khaerah, N., Prianto, A. L., & Hamrun, H. (2020). Edukasi politik virtual era demokrasi digital pada sekolah menengah kejuruan. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 1(1), 39–47. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v1i2.14>
- Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(2), 101–110. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80>
- Moekahar, F., Ayuningtyas, F., & Hardianti, F. (2022). Social Media Political Campaign Model of Local Elections in Pelalawan Regency Riau. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(2), 242. <https://doi.org/10.24198/jkk.v10i2.41680>
- Morissan, (2014) Media Sosial dan Partisipasi Sosial di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Visi Komunikasi* Volume 13, No. 01, 50-68 : Universitas Sains Malaysia
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, & Muhammad Iwu Iyansyah. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104–114. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>
- Rizqiani, W., & Hidayat, N. (2025). *Analisis Frekuensi dalam Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Gender (Studi Kasus Masyarakat Buddhis di Indonesia)*. 107.
- Russell. J., (2017). Social Media in Government: Benefits, Challenges, and How it's Used. (Online) Tersedia dalam <https://blog.hootsuite.com/social-media-government/> Diakses pada. 27 Mei 2018
- Russmann, U. (2022). Social Media as Strategic Campaign Tool: In D. Taras & R. Davis (Eds.), *Electoral Campaigns, Media, and the New World of Digital Politics* (pp. 263–282).
- Tabroni, R. (2012). *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>
- Hidayat, N., & Halim, U. (2025). BUDAYA DIGITAL REMAJA INDONESIA: DOMINASI INSTAGRAM DAN TREN KONSUMSI KONTEN DIGITAL. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 6(4), 844-859. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i4.1971>
- Narasi Kebangsaan di Era Media Sosial: Relevansi Pancasila dalam Ekosistem Digital. (2025). *PACIVIC: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 105-118. <https://doi.org/10.36456/p.v5i1.10183>