

Perilaku Pemilih Pemula : Bagaimana Peranan Media Sosial dan *Fear of Missing Out*

Reza Resaldy Dano^a, Aldhi Daniel Hariadi^b, Moh Rivay Ishaq Ahaya^c, Tata Putri Mokoagow^d, Rachman Febrianto^e

^{a,b,c,e}Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Manado

^dProgram Studi Bimbingan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, Universitas Negeri Manado

Korespondensi: rachmanfebrianto@unima.ac.id

Diserahkan: 16 Oktober 2024

Diterima: 02 Desember 2024

Abstrak. Penggunaan media sosial dalam proses pemilihan umum telah menjadi tren yang semakin dominan sejak tahun 2014. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh pemilih pemula dalam konteks ini, adalah fenomena FoMO, yang dapat memengaruhi keputusan politik mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis korelasi variabel perilaku pemilih, Fear of Missing Out (FoMO), serta media sosial dalam Pemilu 2024 Di Kota Manado. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 346 yang tersebar pada 11 kecamatan di Kota Manado. Data penelitian diuji menggunakan uji analisis regresi berganda. Kemudian peneliti melakukan uji parsial untuk menguji hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa ada hubungan secara empirik antara media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam pemilu dan hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa ada hubungan secara empirik antara Fear of Missing Out (FoMO) terhadap perilaku pemilih pemula. Temuan empirik dalam penelitian ini ialah variabel media sosial memiliki dampak yang lebih besar bandingkan dengan variabel FoMO dalam menjelaskan perilaku pemilih pemula. Temuan pada penelitian ini diharapkan akan menambah khazanah keilmuan psikologi sosial dan politik baik teoritik maupun praktis serta bisa menjadi referensi penelitian-penelitian sejenis selanjutnya.

Kata kunci : *Fear of Missing Out (FoMO)*; Kota Manado; Media Sosial; Perilaku Pemilih Pemula

Abstract. *The use of social media in the electoral process has become an increasingly dominant trend since 2014. One of the challenges faced by first-time voters in this context is the FoMO phenomenon, which can influence their political decisions. This study aims to identify and analyze the correlation of voter behavior variables, Fear of Missing Out (FoMO), and social media in the 2024 General Election in Manado City. The researcher used a quantitative approach. There were 346 participants in this study spread across 11 sub-districts in Manado City. The research data was tested using multiple regression analysis test. Then the researcher conducted a partial test to test the 2nd hypothesis which states that there is an empirical relationship between social media on the behavior of novice voters in the election and the 3rd hypothesis which states that there is an empirical relationship between Fear of Missing Out (FoMO) on the behavior of novice voters. The empirical findings in this study are that the social media variable has a greater impact than the FoMO variable in explaining the behavior of novice voters. The findings in this study are expected to add to the scientific treasures of social and political psychology both theoretical and practical and can be a reference for further similar studies.*

Keywords : *Fear of Missing Out (FoMO)*; *First-time Voter Behavior*; *Manado City*; *Social Media*

1. Pendahuluan

Jaringan sosial dan interaksi daring merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari remaja (Aichner et al., 2021). Perkembangan IPTEK membawa dampak yang besar dalam kemajuan teknologi khususnya media sosial. *Platform* tersebut selain dipakai untuk berinteraksi dapat juga di peruntukan sebagai media pencarian serta pemberian

informasi yang digunakan pada berbagai bidang. Bidang Pendidikan, politik, sosial dan ekonomi tidak dapat terlepas dari media sosial, contohnya dalam bidang ekonomi media sosial telah menjadi terobosan baru untuk pengguna dapat berjualan melalui *platform marketing*, begitu pun dengan bidang politik yang mana sosial media berperan dalam menyebarkan informasi politik sehingga media sosial dapat menjadi sarana dalam Saat ini media sosial digunakan untuk mensosialisasikan informasi politik yang berhubungan dengan pemilu. (Waleleng, 2016)

Pada penggunaannya, media sosial telah digunakan pada proses pemilihan umum pada tahun 2014, 2019 hingga proses pemilihan umum tahun 2024 ini. Dalam dunia politik, penggunaan media sosial dapat serangkaian menyebarkan makna politik kepada pemilih Menurut (Andriana et al., 2022) Media sosial memiliki efek besar pada situasi politik, terutama pada persepsi publik. Hal ini dapat kita amati saat perhelatan kampanye.

Pemilih yang sering terpengaruh oleh pesan-pesan yang berhubungan dengan politik lewat media sosial adalah pemilih pemula (17-21 tahun), hal ini disebabkan intensitas penggunaan platform media oleh pemilih pemula sangat tinggi.(Waleleng, 2016)

Pemilihan umum serentak pada tahun 2024 ini diikuti oleh 3 Pasangan calon Capres-Cawapres, 8 orang DPD-RI serta 18 partai politik yang terdiri dari DPR-RI, DPR-D Provinsi SULUT, DPR-D Kota Manado yang menggunakan media sosial sebagai alat kampanye. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa informasi yang diberikan di sosial media dapat mempengaruhi persepsi publik terutama pemilih pemula dalam memilih kandidat. Ada beberapa efek dari intensitas pemilih pemula dalam mengakses informasi di media sosial yakni kecanduan, membandingkan diri dengan orang lain dan perilaku *FoMO*. Secara sederhana, perilaku *FoMO* adalah perilaku ikut-ikutan terhadap apa yang sedang popular (Pakpahan et al., 2024)

Dalam studi psikologi, memunculkan gejala patologis baru dalam gangguan pemakaian internet yakni *Fear of Missing Out*, atau *FoMO*. *Fear of Missing Out* adalah bentuk kecemasan yang umumnya dialami oleh generasi milenial. Fenomena ini terkait dengan individu yang berusaha tidak ketinggalan informasi dengan kegiatan yang dilakukan oleh teman-temannya (Ayuningtyas & Wiyono, 2020). Individu yang mengalami tidak ingin ketinggalan informasi terbaru atau *up to date* mudah merasa khawatir ketika tidak mengetahui atau ketinggalan terkait informasi terbaru yang berada di jagad media maya. Menurut (Ayuningtyas & Wiyono, 2020) pengguna internet di hampir seluruh dunia, ada sekitaran 40% diantaranya mengalami *Fear of Missing Out* atau perilaku ikut-ikutan. Selanjutnya (Przybylski, Andrew K. Murayama et al., 2013) *FoMO* merupakan sebuah ketakutan psikologis individu untuk ketinggalan momen yang dirasa penting oleh individu atau kelompok sehingga individu tersebut ingin tetap terhubung dengan orang lain atau kelompoknya melalui dunia maya. Secara sederhana *FoMO* merupakan sebuah ketakutan psikologis yang dialami individu untuk takut tertinggal informasi atau momen yang dilakukan oleh orang lain apalagi mereka adalah orang terdekatnya. *FoMO* ditandai dengan individu tersebut ingin tetap terhubung dengan orang lain atau kelompoknya melalui dunia maya. Pada dasarnya *FoMO* adalah kecemasan sosial yang muncul karena perkembangan teknologi khususnya perkembangan internet (Ayuningtyas & Wiyono, 2020).

Dalam konteks pemilihan umum pemilih pemula dalam memilih kandidat politik condong terpengaruh dengan pilihan politik teman sebayanya. Jika teman sebayanya turut andil dalam politik, pemilih pemula juga akan termotivasi untuk aktif, begitu pun sebaliknya. Hal ini juga berefek pada cara pemilih pemula dalam menentukan pilihan terhadap pasangan calon. *FoMO* akan timbul di saat teman-temannya terlibat aktif dalam kegiatan politik seperti mengikuti kampanye, berbagi postingan, memberi komentar, dan lain-lain kemudian individu tersebut merasa tertinggal dengan momen yang dilakukan oleh teman-teman yang lain. Atau bisa dihubungkan dengan teori identitas (Pakpahan et al., 2024).

Pemilih pemula sering kali menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memenuhi rasa ingin tahu mereka terhadap perkembangan politik. Platform ini memungkinkan mereka untuk mengakses informasi yang beragam dan melakukan analisis yang kritis terhadap berbagai isu politik, termasuk evaluasi terhadap calon legislatif dan presiden. Dorongan untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk belajar dan berinteraksi mendorong pemilih pemula untuk aktif mencari informasi tentang pemilu. Mereka melihat media sosial sebagai *platform* yang memungkinkan mereka untuk menyaring informasi yang relevan dan melakukan evaluasi terhadap calon secara objektif. (Herning Suryo & Haryo Kusumo Aji, 2020)

Berdasarkan penelitian oleh (Hariadi, 2018), ditemukan adanya hubungan yang positif antara *Fear of Missing Out* (*FoMO*) dengan media sosial pada siswa. Media sosial dijadikan *platform* yang baik dalam membagikan informasi kepada generasi Z (pemilih pemula). Pada situasi politik (masa kampanye), media sosial dipakai sebagai alat komunikasi politik untuk memperoleh suara atau dukungan pemilih pemula. Menurut Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) tercatat bahwa 56,45% merupakan pemilih pemula dan sering menggunakan media sosial. Ini memperkuat bahwa media sosial berpengaruh yang sangat penting dalam kampanye politik di Indonesia (Pakpahan et al., 2024).

Berdasarkan penjelasan yang sudah paparkan di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian untuk mendalami perilaku pemilih, *Fear of Missing Out* (*FoMO*) dan media sosial. Sebenarnya penelitian mengenai media sosial dan perilaku pemilih pemula sudah pernah dilakukan oleh (Waleleng, 2016) hanya saja konteks penelitiannya hanya dilakukan di Kota. Sedangkan untuk variabel *FoMO* dan perilaku pemilih pemula sudah dilakukan juga oleh (Pakpahan et al., 2024) namun konteksnya masih terlalu umum. Hal ini yang mendorong peneliti untuk mendalami perilaku pemilih, *Fear of Missing Out* (*FoMO*) dan media sosial di Kota Manado secara bersama-sama. Selain itu, peneliti melihat literatur penelitian yang memiliki konteks yang sama masih tergolong minim. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, hasil temuan pada penelitian ini akan menambah khazanah keilmuan mengenai psikologi dan mengisi kekosongan pada gap riset yang ada.

2. Metode

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif berdasarkan teknik korelasi. Teknik korelasi adalah salah satu teknik kuantitatif untuk menentukan apakah ada hubungan antar dua variabel psikologis (Sugiyono, 2013).

Persiapan riset mulai dilaksanakan pada 14 Mei 2024. Kemudian, peneliti mulai menyusun *blue print* alat ukur penelitian pada tanggal 15 Mei 2024. Dalam pembuatan alat ukur media sosial, peneliti mengacu pada aspek yang di kemukakan oleh (Rudi Rahman, 2017) yaitu : (1) *Participation*, pada aspek ini media sosial ikut serta dalam memberi *feedback*

atas ketertarikan orang-orang mengenai pemilihan umum. Indikator yang akan diukur dalam aspek ini adalah tingkat keterlibatan dan orang-orang aktif berbagi informasi politik secara online dengan contoh item seperti saya selalu memberikan komentar terhadap kandidat atau partai di sosial media, tidak ada untungnya bagi saya membagikan informasi terkait kandidat maupun partai di sosial media saya, saya membagikan tautan postingan kandidat atau partai kepada teman atau pengikut saya di sosial media; (2) *Openness*, pada aspek ini menjelaskan mengenai keterbukaan informasi di media sosial berkaitan dengan konteks pemilihan umum. Indikator yang akan diukur dalam aspek ini adalah aktivitas interaksi, banyaknya individu mengkonsumsi konten politik di media sosial, individu menerima respon positif, negatif maupun netral melalui akun media sosial pribadi. Contoh item pada aspek ini di antaranya saya selalu menyukai konten edukasi politik, bagi saya membaca artikel di media sosial tentang pemilu hanya membuang-buang waktu saja, saya merasa bahwa tidak ada gunanya merespon akun media sosial kandidat atau partai; (3) *Conversation*, pada aspek ini media sosial berperan sebagai media perantara antara kandidat calon dengan pemilih. Indikator yang diukur individu berpartisipasi dalam diskusi, individu berinteraksi dengan kandidat atau partai politik. Contoh item pada aspek ini di antaranya berdiskusi tentang pemilu di media sosial hanya akan membuang-buang waktu bagi saya, saya lebih suka aspirasi secara langsung dari pada melalui media sosial; (4) *Community*, pada aspek ini media sosial memfasilitasi pembentukan kelompok-kelompok berdasarkan kesamaan minat, sehingga komunikasi menjadi lebih efisien antar pemilih. Indikator yang akan diukur pada aspek ini adalah bergabung dalam grup media sosial kandidat atau partai, berbagi informasi lewat grup media sosial. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya tidak bergabung dalam grup partai apa pun di media sosial, saya tertarik untuk membagikan informasi mengenai pemilu di grup media sosial, saya akan mengabaikan informasi tentang pemilu yang saya dapatkan di grup komunitas media sosial; (5) *Connected*, pada aspek ini media sosial yang semakin meluas mendorong keinginan para pemilih untuk berinteraksi dan terhubung dengan para pemilih lainnya secara online. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah individu sering kali menyebarkan informasi tanpa memverifikasi kebenarannya, media sosial memfasilitasi interaksi antar kelompok dengan minat yang sama. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya selalu mengecek kebenaran informasi mengenai pemilu di sosial media, saya mengikuti media sosial kandidat yang memiliki visi sama dengan saya, saya membuka media sosial untuk melihat persepsi politik mengenai caleg tertentu. Dari alat ukur yang telah di susun oleh peneliti, dapat dilihat hasil dari *corrected item total correlation* bergerak dari rentang 0,031 - 0,586 dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,895. Setelah peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas, hasil uji menunjukkan bahwa dari 66 butir item pernyataan hanya 31 butir pernyataan yang memenuhi kriteria kevalidan dan reabilitas yang ditetapkan.

Kemudian pada penyusunan alat ukur *Fear of Missing Out*, peneliti mengacu pada aspek yang dikemukakan oleh (Przybylski, Andrew K. Murayama et al., 2013) yaitu : (1) Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *relatedness*, pada aspek ini individu merasa terhubung dengan orang lain. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah keintiman, terhubung dengan orang lain, ingin diperhatikan, perasaan ingin diterima oleh orang lain. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya akan memilih paslon yang dekat dengan diri saya, saya mencoba mencari tahu referensi paslon yang teman saya pilih, saya

merasa khawatir jika teman-teman saya tidak mengajak saya untuk mengikuti kampanye dari paslon yang saya pilih; (2) Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self*, pada aspek ini individu dapat merasa kepuasan atas kompetensinya dalam berpartisipasi pada proses demokrasi. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah otonomi, sering mencari tahu apa yang ramai diperbincangkan di masyarakat saat ini, menunjukkan eksistensi diri kepada banyak orang, kompetitif. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya tidak ambil pusing dengan perkataan teman saya mengenai calon yang akan saya pilih, saya suka mencari tahu informasi mengenai pemilu 2024, menurut teman saya, saya selalu menjadi pusat informasi terkini mengenai kandidat tertentu. Dari alat ukur yang telah di susun oleh peneliti, dapat dilihat hasil dari *corrected item total correlation* bergerak dari rentang -0,280 - 0,697 dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,842. Setelah peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas, hasil uji menunjukkan bahwa dari 48 butir item pernyataan hanya 13 butir pernyataan yang memenuhi kriteria kevalidan dan reabilitas yang ditetapkan.

Selanjutnya pada penyusunan alat ukur perilaku pemilih, peneliti mengacu pada aspek yang dikemukakan oleh (Mustanir & Jaya, 2016) yaitu : (1) *Issues and policies*, pada aspek ini individu mempresentasikan program (*platform*) yang diperjuangkan dan dijanjikan oleh partai atau kandidat politik jika kelak menang pemilu. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah program kerja paslon, kampanye. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya akan memilih program kerja yang nyata, saya mengetahui program kerja dari paslon, saya akan memilih kandidat yang gaya kampanyenya menghadirkan solusi untuk rakyat; (2) *Social imagery*, pada aspek ini faktor sosial, ekonomi, dan politik membentuk persepsi publik terhadap partai dan kandidat. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah atribut partai, jargon/*tagline*. Contoh item pernyataan di antaranya saya akan memilih kandidat yang gaya kampanyenya menghasilkan solusi pada rakyat, jargon yang bagus dapat menarik perhatian pemilih; (3) *Emotional feelings*, pada aspek ini dimensi yang terpancar dari sebuah kontestan/kandidat yang ditunjukkan oleh kebijakan politik yang ditawarkan. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah merakyat, melihat paslon yang mewakili zaman/kelompok tertentu. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya memilih paslon yang dekat dengan rakyat, saya akan memilih caleg yang pro pada masyarakat kecil (petani, buruh, nelayan, dll); (4) *Candidate personality*, pada aspek ini mengacu pada sifat-sifat pribadi yang penting dan dianggap sebagai karakter kandidat. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah melihat *personal branding*, melihat gaya kepemimpinan. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya menurut saya citra diri kandidat adalah sesuatu yang penting untuk diketahui pemilih, bagi saya gaya kepemimpinan merupakan hal yang penting; (5) *Currents events*, pada aspek ini mengacu pada peristiwa, isu, dan kebijakan yang dikembangkan menjelang dan selama kampanye. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah membaca media terkait pemilu, diskusi ringan tentang peristiwa muktahir tentang politik. Contoh item pernyataan dari aspek ini di antaranya media yang mengangkat berita mengenai pemilu tidak menarik bagi saya, saya sering diskusi ringan tentang pemilu dengan tongkrongan saya; (6) *Personal event*, pada aspek ini mengacu pada peristiwa masa lalu seorang kandidat yang dapat mempengaruhi citranya. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah melihat rekam jejak paslon, memiliki latar belakang yang sama dengan paslon. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saat memilih saya mempertimbangkan rekam jejak masing-masing paslon, saya memilih caleg yang memiliki keyakinan sama dengan saya; (7) *Epistemic issues*, pada aspek ini isu-isu pemilihan yang spesifik yang dapat memicu keingintahuan pemilih mengenai hal baru. Indikator yang diukur pada aspek ini adalah memperhatikan debat paslon,

memperhatikan isu yang dibawa oleh paslon. Contoh item pernyataan pada aspek ini di antaranya saya menonton debat dari awal hingga akhir, menurut saya debat paslon tidaklah penting, saya memperhatikan isu yang disampaikan oleh paslon. Dari alat ukur yang telah di susun oleh peneliti, dapat dilihat hasil dari *corrected item total correlation* bergerak dari rentang -0,497 - 0,669 dengan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,885. Setelah peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas, hasil uji menunjukkan bahwa dari 84 butir item pernyataan hanya 21 butir pernyataan yang memenuhi kriteria kevalidan dan reabilitas yang ditetapkan.

Alat ukur yang disusun menggunakan metode skala *likert*. Metode *Likert* adalah salah satu metode dalam psikologi untuk mengukur sikap individu. Pengukuran ini biasanya digunakan dalam bentuk pernyataan dan setiap pernyataan memiliki bobot penilaian mulai dari 1-5 (Sugiyono, 2013).

Setelah membuat alat ukur *blue print*, peneliti melakukan uji validitas menggunakan bantuan SPSS 25 dengan menggunakan metode *corrected item-total correlation* yang dilakukan beberapa kali putaran. Item di anggap gugur jika nilai indeksnya kurang dari 0,3, begitu pun sebaliknya item dikatakan berkontribusi atau valid jika nilai indeksnya lebih dari 0,3. selanjutnya peneliti melakukan uji reliabilitas pada setiap alat ukur dalam penelitian ini dengan bantuan SPSS 25 berdasarkan metode *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan penjelasan (Sugiyono, 2013c) nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan rendah sekali jika nilai indeks bergerak dari 0,000–0,200, dikatakan rendah jika nilai indeks bergerak dari 0,210–0,400, dikatakan cukup baik jika nilai indeks bergerak 0,410–0,600, dikatakan tinggi jika nilai indeks bergerak 0,610–0,800 menunjukkan reliabilitas tinggi, dan dikatakan tinggi sekali jika nilai indeks bergerak 0,810–1,000.

Pelaksanaan riset dimulai pada tanggal 31 Mei 2024 dengan cara tim mulai membagikan *try out* alat ukur pada responden uji coba yang mewakili populasi penelitian yakni pemilih pemula di Kota Manado. Kegiatan ini bertujuan untuk reliabilitas dan validitas dari alat ukur psikologis yang akan digunakan pada responden rill. *Purposive sampling* adalah teknik sampel pada penelitian ini. Yakni teknik sampel yang mempertimbangkan karakteristik khusus (Sugiyono, 2013). Karakteristik khusus responden yang dimaksud dalam penelitian ini ialah pemilih pemula pada pemilu 2024 dengan rentang usia 17-24 tahun atau baru pertama kali mengikuti pemilu, aktif dan menggunakan media sosial, serta berdomisili di Kota Manado. Peneliti juga menyampaikan *informed consent* kepada subjek sebagai jaminan kerahasiaan data.

Peneliti menggunakan rumus tabel Isaac-Michael (Sugiyono, 2013) sebagai teknik sampling. Populasi pemilih pemula di Kota Manado sebanyak 62.218 orang, di mana berdasarkan tabel Isaac-Michael (Sugiyono, 2013) dengan tingkat kesalahan 5%, maka responden yang diambil sebanyak 346.

Setelah data dikumpulkan, peneliti menganalisis data penelitian dengan beberapa tahapan, pertama teknik yang digunakan ialah analisis regresi berganda. Teknik analisis regresi berganda merupakan teknik yang dipergunakan untuk melihat keterkaitan antara dua variabel bebas yang berpengaruh simultan pada satu variabel terikat. (Sugiyono, 2013). Kedua peneliti menggunakan uji parsial dengan bantuan SPSS 25 IBM untuk menguji hipotesis ke-2 yang menyatakan bahwa ada hubungan secara empirik antara media sosial terhadap perilaku

pemilih pemula dalam pemilu dan hipotesis ke-3 yang menyatakan bahwa ada hubungan secara empirik antara *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku pemilih pemula. Selanjutnya peneliti menggunakan uji persamaan garis regresi dengan bantuan SPSS 25 IBM untuk melihat sumbangan efektif variabel media sosial dan *fear of missing Out (FoMO)*.

3. Hasil

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti di per oleh demografi responden berdasarkan rentang usia sebagai berikut. Usia 17 tahun sebanyak 55 responden (15,92%), usia 18 tahun sebanyak 49 responden (14,16%), usia 19 tahun sebanyak 69 responden (20%), usia 20 tahun sebanyak 64 responden (18,4%), usia 21 tahun sebanyak 55 responden (15,92%), usia 22 tahun sebanyak 54 responden (15,6%). Dari data responden di atas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak berusia 19 tahun yaitu 69 responden (20%), sedangkan usia 18 tahun hanya 49 responden (14,16%).

Kemudian dari hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti per oleh data demografi dari 11 kecamatan, dengan sebaran responden sebagai berikut. Kecamatan Bunaken sebanyak 22 responden (6,4%), kecamatan Bunaken kepulauan sebanyak 13 responden (3,8%), Kecamatan Malalayang sebanyak 48 responden (13,9%), Kecamatan Mapanget sebanyak 42 responden (12%), Kecamatan Paal 2 sebanyak 30 responden (8,7%), Kecamatan Sario sebanyak 32 responden (9,2%), Kecamatan Singkil sebanyak 30 responden (8,7%), Kecamatan Tikala sebanyak 29 responden (8,4%), Kecamatan Tumiting sebanyak 38 orang (11%), Kecamatan Wenang sebanyak 33 responden (9,5%), Kecamatan Wanea sebanyak 29 responden (8,4%). Tabel data demografi responden dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 1

Data Demografi Responden

	Karakteristik	n	%	Total
Kecamatan	usia	17 tahun	55	15,92%
		18 tahun	49	14,16%
		19 tahun	69	20%
		20 tahun	64	18,4%
		21 tahun	55	15,92%
		22 tahun	54	15,6%
	Bunaken	22	6,4%	364
	Bunaken	13	3,8%	
	Kepulauan			
	Malalayang	48	13,9%	
	Mapanget	42	12,1%	
	Paal 2	30	8,7%	
	Sario	32	9,2%	
	Singkil	30	8,7%	
	Tikala	29	8,4%	
	Tumiting	38	11%	
	Wenang	33	9,5%	
	Wanea	29	8,4%	

Selanjutnya berdasarkan analisis korelasi berganda yang dioperasikan melalui SPSS 25, penelitian ini berhasil mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hasil analisis tersebut akan diuraikan secara rinci pada bagian berikut.

Uji Normalitas

Menurut (Pratitis & Fananni, 2024) uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah variabel dependen, variabel independen, atau keduanya dalam suatu model regresi memiliki distribusi data yang normal. Temuan pada uji normalitas dengan Teknik *Kolmogrov Smirnov* kemudian peneliti melihat nilai signifikansi berdasarkan *Sig. (2-tailed)*. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa nilai *Sig.* sebesar 0,104 artinya nilainya normal. Uji normalitas dikatakan normal jika nilai *Sig.* lebih besar dari 0,05

Tabel 2

Uji Normalitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,104	Normal <i>Sig. (2-tailed)</i> > 0,05

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Uji Linearitas Hubungan Variabel

Menurut (Pratitis & Fananni, 2024) Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk menguji linearitas data, dapat dilakukan menggunakan *test of linearity* dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika nilai signifikansi linearitas lebih besar atau sama dengan 0,05, maka data dianggap memiliki hubungan linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data tersebut tidak memiliki hubungan linear. Temuan pada uji linearitas dengan Teknik *test for linearity* kemudian peneliti melihat nilai signifikansi berdasarkan *Sig. (2-tailed)*. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* pada variabel perilaku pemilih dengan media sosial nilai $F = 1,559$ dengan besaran nilai $p = 0,080 > 0,05$. Kemudian peneliti menemukan bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* pada variabel perilaku pemilih dengan *Fear of Missing Out* nilai $F = 1,559$ dengan besaran nilai $p = 0,128 > 0,05$.

Tabel 3

Hasil Uji lineritas Hubungan Variabel

linearitas	F	p	keterangan
Perilaku pemilih dengan media sosial	1,559	0,080	Linier ($p>0,05$)
Perilaku pemilih dengan <i>Fear of Missing Out</i>	1,281	0,128	Linier ($p>0,05$)

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Temuan 1

Temuan pertama menyatakan, secara empirik ada hubungan antara media sosial dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku pemilih pemula.

Tabel 3

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil Uji	F	p
Regresi Berganda	15,278	0,000

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Temuan empirik ditemukan korelasi berganda atau simultan nilai $F = 15,278$ dengan nilai Sig. 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan terdapat korelasi variabel media sosial dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku pemilih pemula. Sehingga temuan hipotesis diterima.

Temuan 2

Temuan kedua menyatakan, secara empirik ada hubungan antara media sosial terhadap perilaku pemilih pemula dalam pemilu.

Tabel 4

Hasil Uji Analisis Parsial Hipotesis Ke-2

Variabel	N	r	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Media sosial – Perilaku pemilih	346	0,200	0,000	Signifikan (r hit $> r$ tabel = 0,098)

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Temuan empirik uji korelasi, ditemukan nilai (r) media sosial adalah $0,200 > (r$ tabel = 0,098) dengan nilai Sig. 0,000. Hasil ini mengindikasikan terdapat korelasi antara variabel media sosial dan perilaku pemilih pemula. Dengan demikian, temuan hipotesis diterima.

Temuan 3

Temuan ketiga menyatakan, secara empirik ada hubungan antara *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku pemilih pemula.

Tabel 5

Hasil Uji Analisis Parsial Hipotesis Ke-3

Variabel	N	r	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> – Perilaku pemilih	346	0,265	0,000	Signifikan (r hit $> r$ tabel = 0,098)

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Temuan empirik uji korelasi, ditemukan nilai (r) *Fear of Missing Out (FoMO)* adalah $0,265 > (r$ tabel = 0,098) dengan nilai Sig. 0,000. Hasil ini mengindikasikan terdapat korelasi variabel *Fear of Missing Out* dan perilaku pemilih pemula. Dengan demikian, temuan hipotesis diterima.

Rsquare dan Sumbangsih Efektif Variabel

Tabel 6

Hasil Rsquare dan Sumbangan Efektif

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi (r)	Rsquare
Media Sosial	0,221	0,200	
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	0,117	0,265	0,082

Sumber: Output SPSS 25 IMB

Hasil temuan empirik sumbangsih efektif, variabel media sosial (X1) memberikan kontribusi sebesar 4,42% terhadap variabel perilaku pemilih pemula (Y), sedangkan variabel FoMO (X2) memberikan kontribusi sebesar 3,1%. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial memiliki dampak yang lebih besar bandingkan dengan variabel FoMO dalam menjelaskan perilaku pemilih pemula. Hasil sumbangsih efektif kedua variabel tersebut adalah sebesar 7,52%, yang mendekati nilai koefisien (R-squared) sebesar 8,2%. Berdasarkan hasil tersebut, ada 92,48% faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku pemilih selain media sosial dan FoMO.

Sedangkan hasil perhitungan sumbangsih relatif (SR) di hitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$SR(X)\% = \frac{\text{Sumbangsih Efektif}(X)\%}{RSquare}$$

Berdasarkan temuan empirik sumbangsih relatif (SR), variabel media sosial (X1) memberikan kontribusi sebesar 0,53%, sedangkan variabel FoMO (X2) memberikan kontribusi sebesar 0,37%. Total SR adalah sebesar 0,9 atau dibulatkan menjadi 100%.

4. Pembahasan

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa media sosial dan *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki hubungan secara empirik terhadap perilaku pemilih pemula. Temuan ini sejalan dengan penjelasan (Dhimas Putra Sutarmin et al., 2024) bahwa rasa takut ketinggalan merupakan salah satu faktor utama yang mendorong seseorang untuk mengakses secara terus menerus media sosial. Semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar kemungkinan mereka akan menghabiskan waktu berjam-jam di media sosial untuk tidak ketinggalan informasi atau tren terbaru. Kemudian dari tingginya waktu yang dihabiskan dalam mengakses media sosial dapat mempengaruhi perilaku pemilih pemula (Putri Sitompul et al., 2024). Meskipun tujuan utama generasi Z menggunakan media sosial adalah untuk hiburan, platform-platform digital ini telah menjadi sumber informasi politik yang penting bagi mereka. Ini terjadi karena metode pendidikan politik konvensional yang sering kali dianggap membosankan, seperti yang diajarkan di sekolah atau partai politik, kurang mampu menarik minat generasi muda (Evita, 2023)

Penggunaan media sosial sangat mempengaruhi *preferensi* pemilih pemula dalam menentukan pilihan politik atau memilih kandidat. Hal ini diperkuat dengan penjelasanya dari

(D. Pardana, 2023) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki hubungan dan pengaruh positif dengan perilaku pemilih pemula. Pemilih pemula, dengan pengetahuan politik yang minim, sangat rentan terhadap pengaruh media sosial, yang juga menjadi platform utama kampanye politik saat ini. Selain itu, banyak partai politik saat ini lebih sering menyampaikan sosialisasi dan kampanye politik melalui media sosial (D. G. Pardana, 2017). Adanya perkembangan IPTEK khususnya media sosial, membuat peningkatan partisipasi politik generasi muda, khususnya dalam pemilihan umum semakin signifikan (D. Pardana, 2023). Sehingga Media sosial berperan sebagai katalisator dalam proses pengambilan keputusan politik di kalangan pemilih pemula pada Pemilu (*Nurcholis & Rizki Putra, 2020*). Media sosial memfasilitasi dan memberikan akses yang lebih mudah terhadap informasi politik, sehingga pemilih pemula dapat memperoleh pengetahuan yang lebih komprehensif mengenai isu-isu pemilu dan para calon. Kemudian kampanye di media sosial menciptakan rasa keterlibatan yang lebih tinggi di kalangan pemilih muda, sehingga mereka merasa memiliki peran yang penting dalam proses demokrasi. Selanjutnya media sosial memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang lebih luas, sehingga pemilih muda dapat termotivasi untuk berpartisipasi dalam pemilu karena pengaruh dari pemilih pemula lainnya (Saputra & Erowati, 2021)

Harus diakui media sosial turut memberikan pengaruh dalam hal mendorong partisipasi politik dari pemilih pemula. Hal ini diperkuat dengan penjelasan dari (Tamrin et al., 2024) yang menyatakan bahwa penyebab utama yang mendorong pemilih pemula dalam memahami politik ialah kemudahan dalam memperoleh informasi politik melalui media sosial dan platform online. Media sosial tidak hanya memberikan informasi yang begitu cepat, tetapi juga mampu mengetahui informasi yang tersebar di masyarakat benar atau salah. Oleh karena itu pemahaman yang didapatkan dari media sosial, diharapkan pemilih pemula dapat lebih bijak dan bertanggung jawab dalam proses kontestasi politik.

Selain media sosial, perilaku pemilih pemula juga memiliki hubungan dengan perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*. Penelitian ini berhasil membuktikan hal tersebut. Serta sejalan dengan penelitian dari (Pakpahan et al., 2024) menyatakan bahwa keikutsertaan gen Z pada aktivitas politik seperti pemilihan umum cenderung dipengaruhi oleh perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* mereka. Hal ini disebabkan karena pemilih pemula cenderung tidak ingin merasa tertinggal baik itu informasi ataupun pembicaraan tentang politik yang dilakukan oleh teman-teman terdekatnya (Pakpahan et al., 2024). Pemilih pemula yang berperilaku FoMO akan menampilkan dorongan untuk tetap terhubung atau ikut serta dengan perilaku yang ditampilkan oleh teman-temannya baik itu kehidupan, berita ataupun pilihan politiknya (Aisafitri & Yusriyah, 2020). Pemilih pemula yang berperilaku FoMO, akan segan atau sulit untuk menolak ajakan atau *preferensi* politik dari teman-temannya meskipun sebenarnya itu tidak sesuai dengan minat atau pilihannya. Hal ini karena dampak dari rasa takut akan tertinggal yang mendorong individu atau pemilih pemula untuk terlibat dalam aktivitas atau kegiatan meskipun aktivitas tersebut bertolak belakang dengan minat, keinginan bahkan kesejahteraan psikologis mereka sendiri (Syahidah et al., 2024)

Perilaku FoMO yang dilakukan pemilih pemula berkaitan erat dengan penggunaan media sosial. Ada dua aspek yang menjadi ciri utama dari perilaku FoMO yakni keterhubungan sosial (*relatedness*) dan diri sendiri (*self*). *Relatedness* merupakan perasaan khawatir untuk tidak tertinggal baik aktivitas maupun pengalaman dari teman sebayanya. Sedangkan *self* merujuk pada aktivitas untuk mengetahui apa yang dilakukan orang lain serta perilaku ingin

mengabarkan aktivitas dirinya kepada orang lain. Hal inilah yang mendorong seseorang aktif menggunakan media sosial (Hasanah, 2024)

Hal ini sejalan dengan penelitian dari (Bloemen & De Coninck, 2020) yang menyatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkaitan terhadap perilaku FoMO. Selain media sosial, perilaku FoMO yang terjadi pada perilaku pemilih pemula juga berhubungan dengan teman sebayanya (Pakpahan et al., 2024). Pemilih pemula cenderung akan mengikuti preferensi politik dari teman sebayanya. Jika teman-temannya berpartisipasi aktif dalam politik seperti mengikuti kampanye, melakukan diskusi terkait *trend* isu politik hari ini atau bahkan menentukan pilihan kadidat tertentu, pemilih pemula (gen Z) akan cenderung mengikutinya. Begitu pun sebaliknya, gen Z (pemilih pemula) akan tidak aktif jika teman sebayanya juga tidak berpartisipasi dalam kegiatan politik (Pakpahan et al., 2024).

5. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa terdapat korelasi secara empirik antara media sosial dan *Fear of Missing Out (FoMO)* Pemilu 2024 Di Kota Manado. Selain itu, secara parsial variabel media sosial juga terdapat korelasi dengan perilaku pemilih pemula. Artinya semakin tinggi pemilih pemula mengakses media sosial akan semakin tinggi pula perilaku pemilih. Begitu pun secara parsial variabel *Fear of Missing Out (FoMO)* terdapat korelasi dengan perilaku pemilih pemula. Artinya semakin tinggi perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)* akan semakin tinggi pula perilaku pemilih pemula.

Selain itu, hasil temuan empirik pada penelitian ini yakni variabel media sosial memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan variabel *Fear of Missing Out (FoMO)* dalam menjelaskan perilaku pemilih pemula.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini dalam hal tidak terjelaskannya secara mendetail terkait perilaku FoMo yang dilakukan oleh perilaku pemilih pemula di Kota Manado. Selain itu, peneliti tidak menjabarkan *platform* media sosial mana yang mempengaruhi perilaku pemilih pemula di Kota Manado. Serta penelitian ini juga tidak mengaitkan dan membandingkan variabel media sosial dan FoMo yang diteliti dalam penelitian ini dengan variabel lain yang mungkin bisa berpengaruh terhadap perilaku pemilih pemula di Kota Manado. Saran pengembangan untuk penelitian selanjutnya ialah dapat menganalisis *gap* riset yang ada pada penelitian ini. Kemudian saran untuk para penggiat politik, diharapkan agar mempertimbangkan dan memperhatikan konten yang berkaitan dengan pendidikan politik yang akan di bagikan kepada pemilih pemula. Karena konten yang dibagikan akan menjadi *preferensi* yang akan digunakan oleh pemilih pemula untuk menentukan pilihan politiknya. Selanjunya untuk responden penelitian, diharapkan dengan masifnya penggunaan media sosial sebagai sarana pendidikan politik para pemilih pemula harus tetap kritis dan tetap menjadi pemilih yang rasional dalam menentukan pilihan politik. Bukan berdasarkan pada *Fear of Missing Out (FoMO)* atau perilaku ikut-ikutan.

Terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang mendukung serta membantu memperoleh data penelitian ini terutama responden penelitian pemilih pemula di Kota Manado yang terbagi dalam 11 wilayah kecamatan di Kota Manado.

6. Referensi

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. In *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* (Vol. 24, Issue 4, pp. 215–222). Mary Ann Liebert Inc. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Andriana, N., Riset, P., Riset, P.-B., Nasional, I., Jenderal, J., Subroto, G., 10, N., & Selatan, J. (2022). Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y Dan Z): Studi Kasus Pdi-P Dan Psi the Perspective of Political Parties Towards Social Media As One of the Political Communication. *Jurnal Penelitian Politik*, 19(1), 51–65.
- Ayuningtyas, R. F., & Wiyono, B. D. (2020a). *Studi Mengenai Kecanduan Internet dan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo STUDI MENGENAI KECANDUAN INTERNET DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA DI SMK NEGERI 1 DRIYOREJO Rizky Fitriannisa Ayuningtyas Bambang Dibyo Wiyono*. 11(4). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/33592>
- Ayuningtyas, R. F., & Wiyono, B. D. (2020b). *Studi Mengenai Kecanduan Internet dan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Siswa di SMK Negeri 1 Driyorejo STUDI MENGENAI KECANDUAN INTERNET DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PADA SISWA DI SMK NEGERI 1 DRIYOREJO Rizky Fitriannisa Ayuningtyas Bambang Dibyo Wiyono*. 11(4).
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2020). Fear Of Missing Out Syndrome As A Lifestyle Of The Millennial Generation In Depok City. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(4), 166–177. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>
- Bloemen, N., & De Coninck, D. (2020). Social Media and Fear of Missing Out in Adolescents: The Role of Family Characteristics. *Social Media and Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120965517>
- Hasanah, U. (2024). *Hubungan Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) Dengan Interaksi Sosial Siswa Dan Implikasinya Terhadap Bimbingan Dan Konseling Di August*, 15–16. <http://repository.uin-suska.ac.id/77427/> http://repository.uin-suska.ac.id/77427/2/SKRIPSI_USWATUN HASANAH.pdf
- Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661. <https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>
- Saputra, N. A., & Erowati, D. (2021). Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 845–852. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.413>
- Syahidah, N. A., Pramesti, D., Ndari, W., Khaerunnisa, S., Pratiwi, D., Setiawati, H. S., Nazzala, Z. S., & Rahma, S. N. (2024). Fenomena FOMO yang Bisa Berujung Hustle Culture di Kalangan Mahasiswa UNNES. *Jurnal Mediasi*, 3(1), 66–78. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/mediasi>
- Dhimas Putra Sutarmin, M., Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, P., Soleh Nurdin, F., Anisah Fitriah, E., Psikologi, F., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (2024). Konformitas Teman Sebaya sebagai Moderator antara Fear of Missing Out dengan Kecanduan Media Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.29080/jpp.v15i2.1284>

- Evita, N. (2023). *GENERASI Z DALAM PEMILU: POLA BERMEDIA GENERASI Z DALAM PENCARIAN INFORMASI POLITIK*. www.journal.kpu.go.id
- Hariadi, A. F. (2018). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dengan kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Psychological Science and Profession*, 2(3), 208.
- Herning Suryo, & Haryo Kusumo Aji. (2020). MEDIA SOSIAL DAN PESAN POLITIK (PERSEPSI PEMILIH PEMULA DALAM MENERIMA PESAN POLITIK PADA PEMILIHAN UMUM 2019 MELALUI MEDIA SOSIAL). *Research Fair Unisri 2019*, 4, 87–94.
- Mustanir, A., & Jaya, I. (2016). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA POLITIK TERHADAP PERILAKU PEMILIH TOWANI TOLOTANG DI KECAMATAN MARITENGNGAE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG. *Jurnal Politik Profetik*, 4(1), 85–97.
- Nurcholis, A., & Rizki Putra, T. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIPOL UGM* (Vol. 2, Issue 1).
- Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661.
- Pardana, D. (2023a). Pengaruh Media Sosial Dalam Memprediksi Partisipasi Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024. *ATTARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 36–44. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i01.533>
- Pardana, D. (2023b). Pengaruh Media Sosial Dalam Memprediksi Partisipasi Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024. *ATTARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 36–44. <https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i01.533>
- Pardana, D. G. (2017). *Hubungan Media Sosial Dengan Partisipasi Politik Pemilih Pemula (Studi Kuantitatif di SMAN 89 Jakarta Timur)*. Repository Universitas Negeri Jakarta.
- Pratitis, N. T., & Fananni, M. R. (2024). Mencegah kekambuhan pada pecandu narkoba: Bagaimana peranan craving dan dukungan keluarga? *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, 13(1), 74–94. <https://doi.org/10.30996/persona.v13i1.10983>
- Przybylski, Andrew K. Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013a). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014)
- Przybylski, Andrew K. Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013b). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014)
- Przybylski, Andrew K. Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013c). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014)
- Putri Sitompul, D., Sitorus, Y., Gracia Br Sibuea, E., & Destemi Elsi, S. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPENGARUHI PERILAKU PEMILIH PEMULA. In *Journal of Law, Administration, and Social Science* (Vol. 4, Issue 5).

- Rudi Rahman. (2017a). Pengaruh Media Sosial dan Primordialisme terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Kabupaten Kampar Periode 2017-2022 (Studi Kasus diKecamatan Tambang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.
- Rudi Rahman. (2017b). Pengaruh Media Sosial dan Primordialisme terhadap Perilaku Pemilih Pada Pilkada Kabupaten Kampar Periode 2017-2022 (Studi Kasus diKecamatan Tambang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1–18.
- Sugiyono, D. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Sugiyono, D. (2013b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.
- Sugiyono, D. (2013c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Tamrin, U., RS, A. H., Arsyad, A. A. J., Umar, N., & Kurniawan, D. (2024). Analisis Peranan Pemilih Pemula dan Pentingnya Teknologi Digital Untuk Pemilihan Umum 2024 di Indonesia (Studi Kasus: Pemilih Pemula SMA Negeri 20 Makassar). *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, 2(2), 52–60. <https://doi.org/10.57119/litdig.v2i2.89>
- Waleleng, E. E. H. M. R. G. (2016). Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Walikota Dan Wakil Walikota Manado 2016. *E-Journal "Acta Diurna,"* V(1).