



---

## Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik dan Pola Partisipasi Politik Generasi Milenial

Bugi Satrio Adiwibowo<sup>1\*</sup>, Ayu Larasati<sup>2</sup>

Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: [bugi.satrio@esaunggul.ac.id](mailto:bugi.satrio@esaunggul.ac.id)<sup>1\*</sup>, [ayu.lr@esaunggul.ac.id](mailto:ayu.lr@esaunggul.ac.id)<sup>2</sup>

\*Correspondence

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh media dalam membentuk persepsi publik mengenai isu-isu politik. Berbagai jenis media, termasuk media cetak, elektronik, dan digital, memiliki peran penting dalam membentuk opini publik serta mempengaruhi sudut pandang individu terhadap isu-isu politik. Di tengah perkembangan era digital, media sosial dan platform berita daring menjadi sumber utama informasi masyarakat, yang secara signifikan dapat mempengaruhi persepsi dan sikap terhadap isu politik, baik di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian ini mengadopsi metode survei dan analisis konten pada pemberitaan isu politik tertentu untuk mengetahui sejauh mana media mempengaruhi persepsi publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas pemberitaan dan pengaturan sudut pandang dalam media dapat mengarahkan opini publik dan membentuk persepsi yang cenderung bias terhadap suatu isu. Selain itu, kepercayaan terhadap sumber informasi juga memengaruhi sejauh mana dampak media terhadap persepsi politik publik. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengembangan literasi media yang lebih kritis di masyarakat dan menyadarkan pentingnya peran media dalam sistem demokrasi.

**Kata Kunci:** media, persepsi masyarakat, isu politik, framing, opini public.

### ABSTRACT

*This study aims to explore the influence of media in shaping public perceptions on political issues. Various types of media, including print, electronic, and digital media, have an important role in shaping public opinion and influencing individual perspectives on political issues. In the midst of the development of the digital era, social media and news platforms dare to become the main source of public information, which can significantly influence perceptions and attitudes towards political issues, both at the national and international levels. This study uses a survey method and analysis of news coverage of certain political content to determine the extent to which the media influences public perception. The results of the study indicate that the intensity of news coverage and the arrangement of perspectives in the media can direct public opinion and form perceptions that tend to be biased towards an issue. In addition, trust in information sources also influences the extent to which the media impacts public political perceptions. This study is expected to support the development of more critical media literacy in society and raise awareness of the importance of the role of the media in a democratic system.*

**Keywords:** media, public perception, political issues, framing, public opinion.

---

### PENDAHULUAN

Media massa memiliki peran signifikan dalam membentuk cara pandang dan persepsi masyarakat terhadap berbagai isu, termasuk yang berkaitan dengan politik (Chadwick, 2017). Dengan kemajuan teknologi dan informasi, media menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat dalam memahami dinamika politik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Melalui berbagai bentuk

---

pemberitaan, opini, dan analisis, media mampu memengaruhi pandangan masyarakat tentang aktor politik, kebijakan pemerintah, serta peristiwa politik lainnya (Norris, 2017).

Media sosial telah menjadi salah satu platform yang dominan dalam kehidupan sehari-hari generasi milenial, terutama dalam hal konsumsi informasi dan partisipasi politik (Raudhah, 2023). Dengan meningkatnya penetrasi internet dan akses terhadap platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok, generasi milenial kini memiliki sarana yang mudah dan cepat mendapatkan informasi membentuk opini, serta mengespresikan pandangan politik secara luas (Banna, 2020). Selain itu, masyarakat cenderung memilih media yang sesuai dengan pandangan dan preferensi politik mereka, yang dikenal dengan istilah selektivitas eksposur. Hal ini berpotensi memperkuat pandangan masyarakat terhadap isu-isu politik tertentu, terutama ketika mereka hanya menerima informasi yang sejalan dengan keyakinan mereka. Dengan demikian, media berperan tidak hanya dalam membentuk persepsi, tetapi juga dalam memperkokoh keyakinan politik yang sudah dimiliki oleh Masyarakat (Wenninger et al., 2019).

Di samping itu, sifat media sosial yang interaktif dan dinamis memungkinkan pengguna untuk secara aktif berpartisipasi dalam diskusi politik, baik dengan menyebarkan konten, mengomentari postingan, atau ikut serta dalam kampanye politik daring (Ida et al., 2020). Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang efektif dalam membentuk opini publik generasi milenial, yang cenderung kritis dan terbuka terhadap isu-isu baru (Anam & Syaiful, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial memengaruhi pembentukan opini publik dan pola partisipasi politik generasi milenial. Dengan memahami peran media sosial dalam proses pembentukan opini dan keterlibatan politik, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika sosial-politik generasi milenial serta bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara lebih efektif untuk mendorong partisipasi politik yang sehat dan informatif. Penelitian ini juga akan mengkaji dampak dari algoritma dan filter bubble terhadap keberagaman informasi yang diterima oleh generasi milenial.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan sebagai metode utama. Data yang digunakan bersumber dari data sekunder, yaitu data yang telah tersedia dari berbagai referensi yang relevan, termasuk jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, artikel, dan publikasi online yang membahas peran media sosial, pembentukan opini publik, dan pola partisipasi politik generasi milenial.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai pandangan serta temuan yang relevan dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi sumber referensi terkait menggunakan database ilmiah seperti Google Scholar, JSTOR, ResearchGate, dan portal akademik lainnya. Literatur yang dipilih memenuhi kriteria tertentu seperti kesesuaian topik, kualitas sumber, dan relevansi. Data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif-analitis, yaitu dengan menganalisis isi literatur yang relevan dan menghubungkannya dengan pertanyaan penelitian, serta mengkaji teori dan konsep terkait:

Hak Cipta: Menghormati hak cipta dari setiap literatur yang digunakan dengan mengutip sumber secara benar sesuai dengan aturan referensi yang diakui, seperti APA atau MLA. Ini bertujuan untuk menghindari pelanggaran hak cipta dan plagiarisme.

**Plagiarisme:** Menghindari tindakan plagiarisme, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiap ide, teori, atau data yang diambil dari sumber lain harus disertakan dengan kutipan yang jelas dan benar.

**Transparansi:** Menyajikan data dengan transparansi dan menjelaskan sumber referensi secara terbuka, sehingga penelitian ini dapat dipercaya dan diverifikasi. Transparansi juga berfungsi untuk memastikan integritas dan akurasi dari setiap informasi yang disajikan.

**Peningkatan Penggunaan Media Sosial untuk Informasi Politik:** Berdasarkan survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2020, lebih dari 65% pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi politik.

**Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Opini Publik:** Sebuah studi oleh Pew Research Center (2021) menunjukkan bahwa 55% milenial di negara-negara berkembang merasa bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk pandangan politik mereka

Metode ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran media sosial dalam membentuk opini publik dan pola partisipasi politik generasi milenial. Dengan memanfaatkan data sekunder yang telah tersedia, penelitian ini berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang relevan serta menyusun temuan berdasarkan studi terdahulu untuk mendapatkan kesimpulan yang valid dan kredibel.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh media terhadap persepsi politik masyarakat**

Pengaruh media terhadap persepsi politik masyarakat merupakan topik penting dalam ilmu komunikasi dan politik, terutama di era digital di mana media memiliki peran signifikan dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas. Media, baik tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, maupun media digital seperti media sosial, memengaruhi bagaimana masyarakat memahami, merespon, dan membentuk opini tentang isu-isu politik tertentu. Peran media ini menjadi krusial karena mayoritas informasi yang diterima masyarakat berasal dari media (Apriliyani & Muhammad Wahyudi, n.d.).

Dalam analisis ini, ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk memahami pengaruh media terhadap persepsi politik masyarakat. Salah satunya adalah teori agenda-setting, yang menyatakan bahwa media tidak hanya menyediakan informasi tetapi juga menyoroti isu-isu tertentu lebih daripada yang lain, sehingga isu-isu tersebut dianggap lebih penting oleh masyarakat. Menurut (Saragih et al., 2024), media memiliki kemampuan untuk “menetapkan agenda” dan membuat masyarakat fokus pada isu tertentu dengan menampilkan berita tersebut secara berulang-ulang atau menonjolkan aspek tertentu dari berita itu. Sebagai contoh, selama pemilihan umum, isu-isu politik yang sering diberitakan oleh media cenderung menjadi topik utama dalam diskusi masyarakat. dihasilkan dari cerobong asap di pabrik dan Selain itu, teori framing juga memainkan peran penting. Framing adalah cara media menyajikan informasi dengan sudut pandang tertentu, yang bisa memengaruhi persepsi masyarakat tentang isu tersebut. Dengan memutuskan bagaimana sebuah isu disajikan, misalnya melalui pilihan kata atau visualisasi, media dapat membentuk pemahaman masyarakat mengenai isu tersebut. Dalam konteks politik, framing digunakan untuk membentuk citra politikus, kebijakan, atau peristiwa politik, sehingga publik menerima informasi dalam “kerangka”. Contohnya, ketika media menampilkan sebuah kebijakan pemerintah dengan sudut pandang positif, masyarakat cenderung menilai kebijakan tersebut secara lebih positif, dan sebaliknya.

Penggunaan media sosial juga memberikan dimensi baru pada pembentukan persepsi politik. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi secara langsung melalui komentar, berbagi, dan memberikan reaksi terhadap berita politik. Hal ini menambah kompleksitas dalam pembentukan persepsi, karena selain menerima informasi, masyarakat juga turut membentuk narasi dan opini yang disebarakan ke publik lainnya. Menurut studi oleh (Valenzuela et al., 2012), interaksi di media sosial memungkinkan terjadinya pembentukan opini secara kolektif yang kadang sulit dikontrol, dan bahkan sering kali isu-isu di media sosial dapat lebih berpengaruh daripada berita dari media tradisional (Dwitama et al., 2022).

Hambatan dalam Implementasi: Terdapat beberapa hambatan signifikan dalam implementasi pengaruh media terhadap persepsi politik masyarakat, khususnya di era digital. Pertama, media tradisional sering kali menghadapi tantangan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan tuntutan masyarakat yang semakin mengandalkan media digital untuk memperoleh informasi.

Peran Pemerintah: Peran pemerintah dalam konteks pengaruh media terhadap persepsi politik masyarakat sangat penting, terutama dalam menjaga keseimbangan informasi yang disebarakan.

### **Penangan isu pengaruh media terhadap persepsi masyarakat di berbagai negara**

Berbagai belahan dunia, baik di Barat maupun di Asia, menghadapi tantangan yang serupa terkait pengaruh media terhadap persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik. Berikut adalah bagaimana beberapa negara, termasuk Amerika Serikat, Prancis, Jerman, Italia, Rusia, China, Jepang, dan Korea Selatan, menangani isu ini:

#### **Indonesia**

Di Indonesia, media, baik tradisional maupun digital, memainkan peran penting dalam membentuk opini politik masyarakat. Dengan adanya kebebasan pers yang relatif meningkat setelah Reformasi 1998, media berperan sebagai platform untuk menyuarakan berbagai pandangan politik. Namun, tantangan seperti berita hoaks dan disinformasi semakin berkembang, terutama di media sosial. Menurut penelitian oleh (Wardah, 2021), masyarakat Indonesia cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi politik, meskipun mereka seringkali kurang kritis terhadap informasi yang diterima. Media sosial memfasilitasi penyebaran informasi secara cepat, tetapi juga dapat memperburuk polarisasi politik dan menciptakan efek gelembung informasi, di mana pengguna hanya terpapar pada sudut pandang yang sejalan dengan keyakinan mereka.

#### **China**

Di China, kontrol pemerintah terhadap media sangat ketat, dan informasi yang dianggap tidak sejalan dengan narasi resmi sering kali dihapus. Pemerintah menggunakan media sebagai alat untuk mempromosikan kebijakan dan menjaga stabilitas sosial. Masyarakat China memiliki akses terbatas terhadap informasi independen, dan upaya pemerintah untuk mengontrol informasi menyebabkan pergeseran dalam cara masyarakat memandang isu-isu politik. Pemerintah juga berinvestasi dalam platform media sosial lokal yang mendukung kontrol terhadap konten.

#### **Rusia**

Di Rusia, pengaruh media terhadap persepsi politik sangat diatur oleh pemerintah. Media sering kali digunakan sebagai alat propaganda untuk memperkuat narasi pemerintah dan mengontrol informasi yang disebarakan kepada masyarakat.

#### **Amerika Serikat**

Di Amerika Serikat, tantangan utama yang dihadapi adalah polarisasi politik dan penyebaran berita palsu. Media mainstream sering kali dikritik karena dianggap partisan, dan konsumen berita semakin terfragmentasi berdasarkan afiliasi politik mereka. Untuk mengatasi masalah ini, berbagai

organisasi non-pemerintah (LSM) dan platform media melakukan upaya untuk meningkatkan literasi media di kalangan masyarakat. Inisiatif ini bertujuan untuk membantu masyarakat mengenali informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dan membedakan antara fakta dan opini (Pew Research Center, 2020). Pemerintah juga mulai mendukung regulasi yang lebih ketat terhadap penyebaran informasi yang salah di media sosial.

### **Penggunaan media dalam Publik dan pembentuk opini Indonesia**

Penggunaan media sosial di Indonesia telah berkembang pesat dan berperan signifikan dalam pembentukan opini publik serta pola partisipasi politik, terutama di kalangan generasi milenial. Berdasarkan data dari We Are Social dan Hootsuite pada 2021, Indonesia tercatat memiliki lebih dari 170 juta pengguna internet, di mana sekitar 88% di antaranya menggunakan media sosial sebagai sumber utama untuk mengakses berita dan informasi politik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai platform untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai arena untuk mendiskusikan isu-isu politik, membentuk opini, dan terlibat dalam proses politik.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, generasi milenial di Indonesia telah memanfaatkan platform seperti Twitter, Facebook, dan Instagram untuk mengekspresikan pandangan politik mereka dan berpartisipasi dalam diskusi. Survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa 45% pengguna internet di Indonesia terlibat dalam aktivitas politik melalui media sosial, seperti berbagi berita, mengikuti kampanye politik, dan memberikan dukungan kepada calon tertentu (APJII, 2020). Ini mencerminkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat mobilisasi yang kuat, memungkinkan generasi muda untuk berpartisipasi dalam pemilu dan kegiatan politik lainnya (Randyca et al., 2024).

Selain itu, peran media sosial dalam pembentukan opini publik juga terlihat pada respons masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik yang sedang hangat. Contohnya, selama pemilihan umum, banyak pengguna media sosial yang berbagi konten politik, termasuk meme, artikel, dan video yang mendukung atau menentang calon tertentu. Penelitian oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) menemukan bahwa kampanye di media sosial dapat memengaruhi pilihan politik generasi milenial, di mana mereka lebih cenderung memilih calon yang aktif dan memiliki kehadiran yang kuat di media sosial (LSI, 2021).

Namun, meskipun media sosial memberikan platform bagi ekspresi politik, ada juga tantangan yang dihadapi, seperti penyebaran informasi yang salah (hoaks) dan polarisasi pendapat. Menurut survei oleh Kominfo, sekitar 70% pengguna internet di Indonesia pernah terpapar berita palsu yang berkaitan dengan isu politik, yang dapat memengaruhi persepsi dan pilihan politik mereka (Kominfo, 2020). Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi media yang baik agar dapat membedakan informasi yang valid dari yang tidak, serta memahami dampak dari informasi yang mereka konsumsi.

Secara keseluruhan, media sosial telah menjadi kekuatan yang tak terelakkan dalam pembentukan opini publik dan partisipasi politik di Indonesia, terutama di kalangan generasi milenial. Dengan penggunaan media sosial yang terus meningkat, peran platform ini dalam memfasilitasi dialog politik dan mobilisasi pemilih di masa depan akan semakin penting.

### **China**

Media sosial juga berperan dalam pembentukan opini publik, meskipun dengan konteks yang berbeda. Pemerintah China memiliki kontrol ketat terhadap informasi yang beredar, namun platform seperti Weibo dan WeChat tetap menjadi tempat bagi generasi muda untuk berdiskusi dan berbagi pandangan mengenai isu-isu sosial dan politik. Menurut survei yang dilakukan oleh Pew Research

Center, sekitar 74% pengguna internet di China mengaku mendapatkan berita melalui platform media sosial, dan banyak dari mereka percaya bahwa media sosial memungkinkan mereka untuk mengekspresikan pendapat mereka, meskipun ada risiko pengawasan (Pew Research Center, 2021).  
India

Dengan populasi lebih dari 1,3 miliar orang, penggunaan media sosial juga meningkat pesat. Menurut laporan Digital India, sekitar 500 juta orang menggunakan internet di India, dan banyak dari mereka terhubung melalui media sosial. Media sosial di India menjadi alat yang efektif untuk mengorganisir gerakan sosial dan politik, terutama di kalangan generasi muda. Data menunjukkan bahwa sekitar 48% pengguna media sosial di India mengaku bahwa mereka terlibat dalam diskusi politik secara aktif di platform-platform tersebut (Digital India, 2020)

#### **Amerika Serikat**

Di Amerika Serikat, media sosial telah menjadi arena utama bagi generasi milenial untuk berinteraksi dengan isu-isu politik. Studi yang dilakukan oleh Pew Research Center menunjukkan bahwa 55% orang dewasa muda di AS menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi politik mereka. Dalam pemilihan umum 2020, platform seperti Twitter dan Facebook menjadi sarana penting untuk kampanye politik dan mobilisasi pemilih, dengan banyaknya konten yang dibagikan dan diskusi yang terjadi di ruang digital (Pew Research Center, 2020).

#### **Program Pengendalian media politik untuk generasi selanjut nya**

##### **Indonesia**

Di Indonesia, pemerintah mengembangkan berbagai program untuk meningkatkan literasi media di kalangan generasi muda. Program seperti "Indonesia Digital Literacy Program" bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang cara mengidentifikasi informasi yang benar dan hoaks di media sosial.

##### **China**

China memiliki pendekatan yang lebih ketat dalam mengendalikan media politik. Pemerintah menerapkan sistem sensor yang ketat terhadap konten di internet dan media sosial, termasuk platform asing. Program-program seperti "Five-Year Plan for the Development of Media" menekankan pentingnya penyebaran informasi yang sejalan dengan ideologi Partai Komunis dan kontrol terhadap narasi yang dianggap merugikan.

##### **India**

India, sebagai negara demokrasi yang beragam, menghadapi tantangan dalam pengendalian media politik. Berbagai program diluncurkan untuk meningkatkan literasi politik dan media, terutama di kalangan generasi muda. Inisiatif seperti "Digital India" berfokus pada pengembangan akses digital dan literasi di seluruh masyarakat. Namun, tantangan muncul dari proliferasi berita palsu yang sering menyebar melalui media sosial.

##### **Amerika Serikat**

Di Amerika Serikat, pengendalian media politik berfokus pada pembentukan kebijakan untuk melindungi integritas pemilu dan mencegah penyebaran disinformasi. Program seperti "National Cyber Strategy" bertujuan untuk meningkatkan keamanan informasi dan mendidik masyarakat tentang bagaimana mengenali berita palsu. Selain itu, berbagai organisasi non-profit bekerja untuk memberikan edukasi tentang literasi media, terutama kepada generasi muda. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, program-program ini bertujuan untuk membekali generasi selanjutnya dengan kemampuan untuk menavigasi informasi politik yang kompleks dan beragam.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pembahasan mengenai program pengendalian media politik di Indonesia, China, India, dan Amerika Serikat menunjukkan bahwa meskipun setiap negara memiliki pendekatan yang berbeda, tujuannya tetap sama: membentuk generasi muda yang mampu memahami dan berpartisipasi secara kritis dalam diskursus politik. Indonesia berfokus pada literasi digital untuk menghadapi hoaks, sedangkan China menekankan kontrol ketat terhadap informasi untuk menjaga ideologi. India berusaha menangani tantangan berita palsu melalui pendidikan literasi politik, sementara Amerika Serikat mengedepankan kebijakan perlindungan pemilu dan pendidikan tentang disinformasi. Keberhasilan program-program ini sangat tergantung pada kemampuan masing-masing negara untuk menyeimbangkan antara kebebasan berekspresi dan kebutuhan akan informasi yang akurat. Dengan demikian, upaya kolektif untuk mengedukasi generasi muda tentang media dapat meningkatkan kualitas partisipasi politik dan menciptakan masyarakat yang lebih informatif dan bertanggung jawab.

## **DAFTAR PUSTAKA**

---

COMSERVA: (Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) - Vol. 4 (11) Maret 2025- (4920-4928)

Anam, S., & Syaiful, S. (2024). Peran Teknologi Digital Dan Media Sosial Dalam Mendorong Partisipasi Politik: Analisis Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Publik. *Kabillah: Journal of Social Community*, 9(2), 224–233.

Apriliyani, I. A. F., & Muhammad Wahyudi, N. (n.d.). Partisipasi Politik Melalui Media Sosial di Era Revolusi Industri 4.0. *Tantangan Revolusi Industri 4.0: Transformasi Indonesia Emas-Jejak Pustaka*, 116.

Banna, H. (2020). *Pengaruh Penggunaan Sosial Media Terhadap Partisipasi Politik Online*. FISIP UIN Jakarta.

Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., Usni, U., & Gunanto, D. (2022). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(1), 53–66.

Ida, R., Saud, M., & Mashud, M. (2020). Persistence of social media on political activism and engagement among Indonesian and Pakistani youths. *International Journal of Web Based Communities*, 16(4), 378–395.

Norris, P. (2017). *Strengthening electoral integrity*. Cambridge University Press.

Randyca, P., Xaverius, F., Pernando, P., & Janson, C. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Massa dan Partisipasi Politik Masyarakat. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 96–105.

Raudhah, N. (2023). *Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pemilihan Presiden 2019: Studi Pada Mahasiswa FISIP UIN Ar-Raniry*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Saragih, J., Purba, M., Manik, M., Aulia, N. D., Wulandari, W., & Sihaloha, O. A. (2024). Peran Influencer Instagram dalam Membentuk Opini Publik Dan Partisipasi Politik. *Journal Education and Government Wiyata*, 2(4), 396–406.

Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 299–314.

Wardah, N. A. (2021). Pengaruh gaya hidup berbelanja dan promosi penjualan terhadap pembelian impulsif Avoskin di Shopee. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 4(1), 121–132.

Wenninger, H., Krasnova, H., & Buxmann, P. (2019). Understanding the role of social networking sites in the subjective well-being of users: a diary study. *European Journal of Information Systems*, 28(2), 126–148.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

---

**Bugi Satrio Adiwibowo, Ayu Larasati**

Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik dan Pola Partisipasi Politik Generasi Milenial

---