

Eksposur Konten Politik di TikTok Terhadap Minat Politik Generasi Z Kota Palangka Raya

Pitria Nopita Sari¹, Juliani², Subhan Ilham Thareq³

^{1,2,3}Universitas Palangka Raya, Indonesia

E-mail: pitriaa2211@gmail.com¹, Julianiiii24@mail.com²

Article History:

Received: 17 November 2025

Revised: 03 Januari 2025

Accepted: 13 Januari 2026

Keywords: *cultivation theory, generation z, political content, political interest, tiktok*

Abstract: *Teknologi telah mengalami perkembangan yang pesat, terutama media sosial yang telah mengubah cara generasi muda memahami dan berinteraksi dengan isu politik. Salah satunya TikTok menjadi platform yang populer di kalangan Generasi Z, selain sebagai sarana hiburan platform ini juga menjadi media dalam penyebaran isu politik yang cepat dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eksposur konten politik di TikTok terhadap minat politik generasi Z di Kota Palangka Raya, menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, serta pengumpulan data yang dilakukan melalui Google Form dengan 100 responden Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok. Data diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 27, meliputi uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, serta regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksposur konten politik di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat politik Generasi Z, dengan $t_{hitung} = 9,294 > t_{tabel} = 1,660$. Hal ini memperkuat relevansi teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini yaitu teori kultivasi, yang menyatakan bahwa paparan media secara berulang dapat membentuk persepsi atau minat individu dalam memahami realitas yang ada. Oleh sebab itu, konten politik di media sosial sebaiknya dikemas secara kreatif, informatif, dan edukatif agar dapat mendorong minat serta partisipasi politik di kalangan Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Diera digital yang berkembang pesat saat ini, mengubah cara masyarakat berdiskusi dan memahami tentang isu politik. Jika dahulu diskusi politik dilakukan dengan tatap muka di forum warga atau pertemuan organisasi, kini beralih melalui berbagai platform digital, terutama media sosial. Media sosial telah menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk bertukar informasi dan opini dalam ranah politik, serta membentuk persepsi politik tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Sejalan dengan Purnomo *et al.*, (2022) mengemukakan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam komunikasi politik modern karena kemampuannya untuk menjangkau publik secara luas, cepat dan interaktif (Purnomo *et al.*, 2022). Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APPJI (2024), menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa, dengan mayoritas didominasi oleh Generasi Z, yaitu sekitar 34,40% dari total

populasi pengguna (APJII, 2024). Hal tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 merupakan kelompok yang paling aktif di media sosial. Dalam kajian yang dilakukan oleh Qobliyah *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa platform TikTok merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh Generasi Z untuk mengakses berbagai informasi, termasuk isu politik (Qolbiyah *et al.*, 2025).

Fenomena meningkatnya paparan konten politik di TikTok menimbulkan pertanyaan yang menarik. Platform TikTok, dengan algoritma berbasis For You Page dan format video pendek yang menarik, membuat konten politik tersebut lebih mudah untuk dikonsumsi dan diedarkan. Namun, apakah paparan tersebut benar-benar mampu meningkatkan minat politik Generasi Z, atau hanya menjadi hiburan digital atau hanya menjadi bahan hiburan semata. Pertanyaan ini menjadi penting karena banyak penelitian sebelumnya masih menyoroti media sosial secara umum tanpa membedakan karakteristik tiap platform. Penelitian yang dilakukan oleh Nabila *et al.*, (2025) mengemukakan bahwa penggunaan Instagram berhubungan dengan literasi politik Gen Z di Garut (Nabila *et al.*, 2025). Selain itu, penelitian oleh Tarigan *et al.*, (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan keterlibatan politik Generasi Z di Sumatera Utara, meskipun keterlibatannya belum merata. Akan tetapi, penelitian-penelitian tersebut belum mengkaji secara lebih mendalam bagaimana TikTok menjadi platform media sosial yang menampilkan video pendek dan mampu mempengaruhi politik pengguna muda (Tarigan *et al.*, 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa karakteristik TikTok dengan visual yang menarik dan emosional dapat membentuk opini atau persepsi politik secara tidak langsung (Harsono, 2023). Namun, konten politik di TikTok cenderung dikonsumsi karena daya tarik hiburan, bukan karena motivasi politik yang kuat. Dalam hal ini berarti belum diketahui apakah paparan berulang terhadap konten politik di TikTok benar-benar mampu menumbuhkan minat politik, yaitu ketertarikan awal seseorang untuk memahami isu politik dan berpartisipasi dalam kegiatan politik. Penelitian oleh Nabila *et al.*, (2025) menunjukkan korelasi antara penggunaan media sosial dan literasi politik, namun belum menyentuh aspek minat politik sebagai tahap awal partisipasi politik yang krusial. Berdasarkan penelitian sebelumnya, masih terdapat celah penelitian (research gap) antara paparan konten politik di platform tertentu, khususnya TikTok dengan minat politik Generasi Z (Nabila *et al.*, 2025). Padahal, dalam teori kultivasi yang dikemukakan oleh Gerbner, paparan berulang terhadap konten media dapat menanamkan nilai dan persepsi tertentu kepada audiens, termasuk minat terhadap isu politik.

Dengan demikian, penelitian ini mempunyai urgensi untuk memahami sejauh mana konten politik di TikTok dapat menumbuhkan minat politik pada Generasi Z di kota Palangka Raya. Penelitian ini mengukur sejauh mana tingkat paparan Generasi Z terhadap konten politik di TikTok dan menganalisis sejauh mana paparan tersebut berhubungan dengan minat politik mereka. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam bidang akademik dan memperluas wawasan mengenai hubungan antara media sosial dengan minat politik generasi muda. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi acuan bagi kelompok pemuda dalam merancang strategi komunikasi politik yang menarik, efektif, dan relevan dengan karakteristik Generasi Z.

LANDASAN TEORI

Teori Kultivasi

Berdasarkan literatur dalam buku yang berjudul *Teori-teori Komunikasi: Analisis dan Penerapan* karya Arifin mengemukakan bahwa Teori Kultivasi pertama kali dikembangkan oleh George Gerbner, yang meneliti bagaimana media, terutama televisi, memengaruhi persepsi masyarakat terhadap realitas sosial dalam jangka panjang. Teori ini berasumsi bahwa paparan

media yang terus-menerus dan berulang akan membentuk persepsi individu tentang dunia nyata. Media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menanamkan nilai, sikap, dan cara pandang tertentu. Salah satu konsep penting dalam teori ini adalah mainstreaming (penyeragaman persepsi di antara penonton berat media) dan resonance (penguatan persepsi ketika isi media sesuai dengan pengalaman hidup individu). Gerbner menegaskan bahwa semakin sering seseorang terpapar media, semakin besar kemungkinan mereka menganggap isi media sebagai cerminan dunia nyata (Arifin, 2023).

Penerapan teori kultivasi dalam media sosial menjelaskan bahwa paparan yang berulang terhadap konten politik, seperti video kampanye atau diskusi politik mampu menumbuhkan minat politik secara bertahap. Penelitian oleh Nabila *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara intensif dapat meningkatkan literasi politik Gen Z di kabupaten Garut. Sejalan dengan penelitian oleh Aldy & Kholil (2025) menunjukkan bahwa teori kultivasi dapat digunakan dalam konteks media sosial di era digital saat ini untuk melihat bagaimana pengulangan konten dan frekuensi paparan dapat membentuk persepsi individu (Aldy & Kholil, 2025; Nabila *et al.*, 2025). Hal ini mendukung pandangan bahwa teori kultivasi relevan untuk menjelaskan bagaimana interaksi berulang dengan konten politik di media sosial dapat mempengaruhi minat politik Generasi Z di era digital.

Konsep Eksposure Konten Politik di Media Sosial

Eksposur konten politik melihat pada sejauh mana individu terpapar oleh informasi, pesan, dan diskusi yang berkaitan dengan isu politik di media sosial. Menurut Purnomo *et al.*, (2022) media sosial seperti TikTok dan Instagram telah menjadi saluran utama untuk menyebarkan pesan politik karena tampilan visualnya yang singkat dan mudah menarik perhatian (Purnomo *et al.*, 2022). Menurut Hasna (2022) keterlibatan pengguna dapat dinilai melalui interaksi yang terjadi di platform, seperti jumlah komentar, like, dan postingan yang dibagikan ulang (Hasna, 2022).

Dengan demikian, indikator eksposur dapat mencakup frekuensi melihat konten, intensitas memberikan like, komentar dan seberapa sering membagikan ulang konten tersebut. Selain itu, Tarigan *et al.*, (2024) mengemukakan bahwa eksposur politik yang tinggi dapat memperluas wawasan politik generasi muda, meskipun belum tentu mendorong partisipasi aktif (Tarigan *et al.*, 2024). Dengan demikian, indikator tersebut tidak hanya digunakan untuk mengukur seberapa sering konten politik dikonsumsi, tetapi juga untuk memahami sejauh mana konten tersebut mampu membentuk minat politik pada Generasi Z sebagai kelompok yang aktif dan dominan di ruang digital saat ini.

Konsep Minat Politik Generasi Z

Minat politik merupakan kecenderungan individu untuk memperhatikan, memahami, dan terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan politik. Menurut Harsono (2023), minat politik menjadi tahap awal dari partisipasi politik. Karena tanpa adanya minat politik, seseorang tidak akan terdorong untuk mencari informasi politik atau berpartisipasi dalam kegiatan politik (Harsono, 2023). Dalam penelitian oleh Karim *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa sebagian besar partisipasi politik generasi muda masih berada pada tahap awal keterlibatan, yaitu hanya sebatas mengikuti akun politik atau memperhatikan konten politik secara pasif (Karim *et al.*, 2020).

Dalam penelitian ini, minat politik generasi Z diukur melalui tiga dimensi utama yaitu dilihat dari sejauh mana mereka mengetahui dan memahami isu politik. Kedua, keterlibatan awal yaitu keinginan untuk berdiskusi atau ikut kegiatan politik. Ketiga, niat partisipasi yaitu niat menggunakan hak pilih atau mengikuti kegiatan politik. Dengan demikian, minat politik dapat

dilihat sebagai hasil dari proses sosialisasi politik yang terjadi di ruang digital melalui media sosial.

Hubungan antara Eksposur Politik dengan Minat Politik Generasi Z

Berdasarkan teori kultivasi, semakin sering seseorang terpapar oleh konten tertentu, maka akan semakin besar kemungkinan terbentuknya persepsi, sikap, dan minat terhadap konten tersebut. Dalam hal ini, terhadap konten politik di media sosial diharapkan mampu mendorong tumbuhnya minat politik generasi muda. Purnomo *et al.*, (2022) mengemukakan bahwa TikTok jadi salah satu media yang paling efektif untuk menumbuhkan perhatian politik di kalangan Gen Z karena karakteristiknya yang interaktif dan emosional (Purnomo *et al.*, 2022).

Dengan demikian, penelitian ini berpijak pada asumsi bahwa eksposur konten politik di media sosial dapat menjadi faktor yang mendorong munculnya minat politik di kalangan Generasi Z, khususnya di kota Palangka Raya.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengetahui sejauh mana eksposur konten politik di TikTok berpengaruh terhadap minat politik Generasi Z di kota Palangka Raya. Metode ini dipilih dikarenakan mampu mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui penyebaran kuesioner dan data analisis statistik (Sugiyono, 2021). Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2025 dengan populasi yaitu Generasi Z berusia 17 sampai 27 tahun yang berdomisili di kota Palangka Raya, serta aktif menggunakan aplikasi TikTok. Menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden mencakup Gen Z, memiliki akun TikTok, dan minimal menggunakan TikTok selama 30 menit setiap hari. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang melalui Goole Form.

Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala Likert 1-5. Variabel eksposur konten politik di TikTok (X) diukur melalui tujuh pernyataan meliputi frekuensi, durasi, atensi, dan interaksi terhadap konten politik di TikTok. Sedangkan variabel minat politik (Y) diukur melalui tujuh pernyataan yang menggambarkan ketertarikan, partisipasi, pencarian informasi, dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan politik.

Pengolahan data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap yaitu analisis deskriptif, uji hipotesis, uji asumsi klasik (uji normalitas dan linearitas, serta regresi linear sederhana. Dengan model regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = a + \beta X + e$$

Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara eksposur konten politik di TikTok terhadap minat politik Generasi Z. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka eksposur konten politik tidak berpengaruh terhadap peningkatan minat politik Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Responden

Partisipan dalam penelitian ini meliputi kelompok generasi Z pengguna aktif media sosial di Kota Palangka Raya. Tujuan penyajian data ini adalah untuk memberikan informasi responden berdasarkan gender.

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Gender	Jumlah Partisipan	Rasio (%)
Pria	25	25%
Wanita	75	75%
Jumlah Keseluruhan	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025

Jumlah partisipan wanita mencapai 75 orang (75%) lebih banyak, di bandingkan partisipan pria sebanyak 25 orang (25%).

2. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia

Partisipan dalam penelitian ini berasal dari kalangan generasi Z yaitu individu berusia antara 12 tahun hingga 27 tahun. Pembagian berdasarkan usia dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan tingkat minat politik muncul di antara kelompok umur yang berbeda dalam satu generasi.

Tabel 2. Komposisi usia partisipan

Usia Partisipan	Jumlah Partisipan	Rasio(%)
12 – 16	3	3%
17 – 22	90	90%
23 – 27	7	7%
Jumlah Keseluruhan	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025

Kelompok usia 17-22 tahun mendominasi jumlah partisipan sebanyak 90 orang (90%). Sementara itu, kelompok usia 12-16 tahun hanya terdiri dari 3 orang (3%), dan kelompok usia 23-27 tahun hanya 7 orang (7%). Maka kita bisa mengambil kesimpulan bahwa cakupan besar responden merupakan remaja akhir dan dewasa muda yang aktif menggunakan media sosial dalam keseharian mereka.

3. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Informasi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pendidikan berperan dalam membentuk pola penggunaan media sosial dan minat terhadap isu politik.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah Partisipan	Rasio(%)
SMA/SMK	77	77%
Diploma	4	4%
S1	17	17%
S2	2	2%
Jumlah Keseluruhan	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025

Mayoritas responden pada tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 77 orang (77%), partisipan dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma terdapat 4 orang (4%), sementara pendidikan terakhir jenjang S1 terhitung 17 orang (17%), dan S2 sebanyak 2 orang (2%). Data tersebut menyimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden berada pada tahap pendidikan menengah.

Deskripsi Tanggapan Responden

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel (X) Eksposur Konten Politik di TikTok.

Indikator (Variabel X)	Rata-rata (Mean)	Kategori
X1. Menemukan konten politik di platform TikTok.	3,60	Sering
X2. Durasi waktu melihat konten politik.	3,15	Netral
X3. Perhatian terhadap isi video politik.	3,45	Sering
X4. Interaksi (like, komentar, bagikan) pada konten politik.	3,99	Sering
X5. Mengikuti akun bertema politik.	3,12	Netral
X6. Seberapa sering melihat konten politik yang berbentuk meme/video.	3,00	Netral
X7. Persepsi terhadap kecepatan akses informasi politik.	3,71	Sering

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025

Hasil dari jawaban responden terhadap tujuh pertanyaan kuisioner pada variabel (X) eksposur konten politik di media sosial TikTok menunjukkan rata-rata tanggapan responden berada pada kategori netral hingga sering, yang mengindikasikan bahwa tingkat keterpaparan generasi Z terhadap konten politik di TikTok tergolong cukup tinggi. Responden cukup sering menemukan konten politik (X1), dan menaruh perhatian terhadap isi video politik (X3), serta aktif berinteraksi melalui like, komentar, atau membagikan konten (X4). Sementara itu, durasi menonton konten politik (X2), mengikuti akun politik (X5), dan melihat konten berbentuk meme atau video (X6) berada pada kategori netral. Adapun persepsi terhadap kecepatan akses informasi politik (X7) termasuk sering, menunjukkan bahwa TikTok dianggap sebagai media yang cepat dalam menyebarkan informasi politik. Hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa TikTok berperan dalam meningkatkan keterpaparan politik di kalangan gen Z di Kota Palangka Raya.

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Variabel (Y) Minat Politik Generasi Z

Indikator (Variabel)	Rata-rata (Mean)	Kategori
Y1. Ketertarikan mengikuti isu politik nasional.	3,50	Sering
Y2. Urgensi berdiskusi politik bagi generasi Z	3,79	Sering
Y3. Frekuensi ikut berdiskusi politik dengan teman/komunitas.	3,22	Netral
Y4. Minat mencari informasi politik lebih mendalam di media sosial.	3,39	Sering
Y5. Rencana menggunakan hak pilih pada pemilu/pilkada mendatang.	3,93	Sering
Y6. Kesiapan mengikuti acara/ politik jika ada kesempatan.	3,00	Netral
Y7. Persepsi bahwa konten politik di media sosial mempengaruhi minat politik.	3,47	Sering

Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025

Hasil jawaban yang terdiri dari tujuh pertanyaan pada variabel (Y) minat politik, menunjukkan skor rata-rata yang berkisar antara kategori netral hingga sering, artinya terdapat minat politik yang relative kuat di kalangan generasi Z di Kota Palangka Raya. Responden cenderung menunjukkan perhatian tinggi terhadap perkembangan isu politik nasional (Y1), menilai pentingnya ruang diskusi politik bagi generasi Z (Y2), serta memiliki kecenderungan untuk merencanakan penggunaan hak pilih pada pemilu/pilkada mendatang (Y5). Selain itu, terdapat kecenderungan untuk menelusuri informasi politik lebih jauh (Y4) dan keyakinan bahwa konten politik di media sosial berpengaruh terhadap ketertarikan politik individu (Y7). Sebaliknya, keterlibatan langsung dalam diskusi komunitas (Y3) dan kesediaan untuk bergabung dalam kegiatan atau komunitas politik (Y6) masih berstatus netral, yang menunjukkan bahwa minat yang

tumbuh lebih banyak terefleksikan pada ketertarikan dan upaya mencari informasi ketimbang partisipasi aktif.

Uji Normalitas

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Jumlah Sampel	Nilai Signifikansi (Sig.)	Kriteria
100	0,117	Sig. >0,05 = Data Normal

Sumber: Hasil olahan data program SPSS, 2025

Nilai signifikansi sebesar 0,117 lebih tinggi dari 0,05 menandakan bahwa data memiliki distribusi normal sehingga dapat digunakan dalam proses analisis lanjutan.

Uji Linearitas

Tabel 7. ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Politik Eksposur Konten Politik di TikTok	Between Groups	(Combined)	1037.322	19	54.596	5.798	.000
		Linearity	838.834	1	838.834	89.087	.000
		Deviation from Linearity	198.488	18	11.027	1.171	.305
	Within Groups		753.268	80	9.416		
	Total		1790.590	99			

Sumber: Hasil Olahan Data Program SPSS, 2025

Nilai signifikansi pada linearity sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai Deviation from Linearity sebesar 0,305 lebih besar dari 0,05, bisa dikatakan terdapat hubungan yang linear antara variabel eksposur konten politik di TikTok (X) dan minat politik (Y).

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 8. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.463	3.116

Sumber: Hasil Olahan Data Program SPSS, 2025

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,684 yaitu terdapat hubungan yang kuat antara eksposur konten politik di TikTok dengan minat politik. Nilai R Square sebesar 0,468 (468%) variasi minat politik dapat dijelaskan oleh eksposur konten politik di Tiktok, sedangkan sisanya 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 9. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	838.834	1	838.834	86.373	.000 ^b
Residual	951.756	98	9.712		
Total	1790.590	99			

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS, 2025

Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,5$, regresi dapat dikatakan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 10. Coeficienst^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.155	1.870		3.826	.000
	Eksposur Konten Politik di TikTok	.715	.077	.684	9.294	.000

Sumber: Output SPSS (Data Diolah, 2025)

Persamaan regresi:

$$Y = 7,155 (a) + 0,715 (x) + e$$

Setiap peningkatan satu satuan pada eksposur konten politik di TikTok akan meningkatkan minat politik sebesar 0,715. Nilai t hitung sebesar 9,294 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa eksposur konten politik di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat politik. Semakin tinggi paparan konten politik yang diterima generasi Z di TikTok maka semakin tinggi pula minat politik mereka.

Uji Hipotesis

Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y peneliti menggunakan uji hipotesis. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan signifikansi (Sig.) pada tabel Coefficients hasil regresi linear sederhana. Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap Y.
2. Jika Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap Y.

Dilihat pada Tabel 10, nilai t hitung sebesar 9,294 dengan nilai signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa eksposur konten politik di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat politik. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat paparan konten politik yang diterima generasi Z di TikTok maka semakin tinggi pula tingkat minat mereka terhadap isu-isu politik.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) yaitu eksposur konten politik di TikTok, terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat politik. Nilai ini diperoleh dari hasil output SPSS pada tabel Model Summary, khususnya pada kolom R Square.

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh nilai R Square sebesar 0,468 atau 46,8%. Ini berarti 46,8% variasi dari minat politik dapat dijelaskan oleh eksposur konten politik di TikTok, dan 53,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini, seperti lingkungan sosial, pendidikan politik, media lain, atau pengalaman pribadi individu.

Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa eksposur konten politik di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat politik generasi Z di Kota Palangka Raya. Nilai t hitung 9,294 > t tabel 1,660 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ membuktikan adanya hubungan tersebut. Semakin sering generasi Z terpapar konten politik, semakin tinggi pula ketertarikan mereka dengan dunia politik. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari *et al.*, (2023) serta mendukung teori kultivasi tentang efek paparan media terhadap pembentukan minat politik (Sari *et al.*, 2023).

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh eksposur atau paparan konten politik pada platform TikTok terhadap minat politik Generasi Z di kota Palangka Raya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksposur konten politik di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat politik. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 9,294 > t tabel yaitu 1,660 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu hal tersebut menunjukkan relevansi teori kultivasi, yang menyatakan bahwa semakin sering seseorang terpapar konten di media secara berulang, maka dapat membentuk persepsi mereka terhadap realitas yang ada.

Dengan demikian, generasi muda perlu meningkatkan kemampuan literasi digital agar mampu memilah informasi yang benar dan informasi yang sebatas provokatif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penyelenggara pemerintahan atau komunitas generasi muda dalam membuat perencanaan strategi sosialisasi politik dengan memanfaatkan perkembangan media sosial secara efektif dan optimal sebagai sarana edukasi. Peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan publik terhadap pemerintah, agar mampu memberikan gambaran yang lebih luas terkait pengaruh konten politik di media sosial melalui berbagai platform yang ada. Dengan demikian, harapan penulis yaitu hasil penelitian hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat yang optimal dalam pengembangan komunikasi politik di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Aldy, & Kholil, S. (2025). Stimulus Kultivasi pada Media Sosial dalam Mempengaruhi Kecenderungan Komunikasi Generasi Z. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(1), 719–728. <https://doi.org/10.35870/jimik.v6i1.1307>
- APJII. (2024, February 4). *Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arifin, A. (2023). *Teori-teori Komunikasi: Analisis Dan Penerapan* (1st ed., Vol. 1). Rajawali Pers.
- Harsono, H. (2023). Politik identitas dan partisipasi politik di media sosial: Analisis model struktural pada generasi Z di Kota Malang. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 4(2), 166–187.
- Hasna, S. (2022). Selebriti dan fandom di era media sosial: Fenomena selebgram. *Jurnal Al Azhar Indonesia: Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 1–7.
- Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(2), 116–131. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i2.3093>

-
- Nabila, V., Fachrul Nurhadi, Z., & Kurniawan, A. W. (2025). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Literasi Politik Gen Z pada Pilkada 2024 di Kabupaten Garut. In *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* (Vol. 14, Issue 2).
- Purnomo, H., Adi Gunawan, M., Anggraini, F., & Firda Anggraini, D. (2022). Tiktok Sebagai Instrumen Media Sosial Baru Dalam Komunikasi Politik. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(7).
- Qolbiyah, N., Carissa, V., Juliandra, V. R., Syekh, U. I., & Tangerang, Y. (2025). Fenomenologi Komunikasi Generasi Z Dalam Menghadapi Tantangan Konsep Hidup Frugal Living. *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 5(2). <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6855>
- Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, V. E., Iqbal Asnawi, M., Putra Rokan, M., Wijk Girsang, L. P., & Simbolon, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Politik Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2024. *Locus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, 4(3), 99–106. <https://doi.org/10.56128/jkih.v4i3.399>