

KONSUMSI KONTEN FERRY IRWANDI SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERSEPSI MAHASISWA BEM IPB MENGENAI ISU NASIONAL

Oleh

Muhammad Zaki Ilham^{1*}, Hudi Santoso², Enden Darjatul Ulya³, Rici Tri Harpin Pranata⁴
^{1,2,3,4} IPB University

Jl. Raya Dramaga, Kampus IPB Darmaga, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

Email: ¹mzakilham@apps.ipb.ac.id, ²hudi.santoso@apps.ipb.ac.id,

³endenulya@gmail.com, ⁴ricitriha@apps.ipb.ac.id

Article History:

Received: 15-11-2025

Revised: 25-11-2025

Accepted: 18-12-2025

Keywords: BEM, Ferry Irwandi, Konten, Persepsi, Youtube

Abstrak: Perkembangan media digital telah mengubah cara individu mengakses dan memaknai informasi, terutama di kalangan mahasiswa yang aktif mengikuti isu sosial dan politik nasional melalui platform seperti YouTube. Salah satu figur yang menonjol dalam ranah ini adalah Ferry Irwandi, seorang komunikator independen yang dikenal melalui analisis dan komentar berbasis data terhadap isu-isu aktual. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh konten Ferry Irwandi terhadap persepsi anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Institut Pertanian Bogor (IPB) Bidang Sosial dan Politik mengenai isu nasional. Penelitian menggunakan metode kuantitatif eksplanatori. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 56 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin kesalahan 10 persen. Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori Uses and Gratifications dan Source Credibility dengan indikator relevansi topik, kredibilitas komunikator, dan teknik penyampaian pesan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial menggunakan SPSS. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi digital dengan menjelaskan peran konten politik independen dalam membentuk persepsi mahasiswa terhadap isu nasional.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menciptakan transformasi dalam cara masyarakat memperoleh, mengelola, dan merespons informasi. Platform seperti YouTube menjadi salah satu media utama yang digunakan untuk mencari informasi sekaligus ruang diskusi publik yang dinamis. Laporan *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 95 persen pengguna internet di Indonesia mengakses YouTube setiap hari, menempatkannya sebagai media yang dominan dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Fenomena ini menandai pergeseran signifikan dalam pola

konsumsi media, di mana audiens kini tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam proses komunikasi publik.

Kehadiran kreator independen seperti Ferry Irwandi memperkuat peran YouTube sebagai ruang wacana alternatif di luar media arus utama. Ferry Irwandi dikenal melalui kontennya yang membahas isu-isu nasional dengan pendekatan rasional, argumentatif, dan berbasis data. Kredibilitas personal dan gaya penyampaian yang lugas menjadikan kontennya menarik perhatian kelompok muda, terutama mahasiswa yang memiliki minat terhadap isu sosial dan politik. Dalam konteks komunikasi digital, peran komunikator seperti Ferry Irwandi dapat dipahami melalui *Source Credibility Theory* (Hovland & Weiss, 1951), yang menekankan bahwa tingkat kepercayaan dan keahlian komunikator memengaruhi efektivitas pesan yang diterima audiens.

Mahasiswa merupakan kelompok sosial yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam diskursus politik dan sosial. Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Institut Pertanian Bogor Bidang Sosial dan Politik merupakan bagian dari komunitas mahasiswa yang aktif dalam advokasi isu publik, serta memiliki sensitivitas terhadap dinamika kebijakan nasional. Dalam menjalankan fungsi sosialnya, mereka tidak hanya terpapar pada sumber informasi konvensional, tetapi juga pada berbagai bentuk komunikasi digital yang berkembang pesat. Eksposur terhadap konten politik independen dapat memengaruhi cara mereka menilai, menafsirkan, dan merespons isu nasional.

Fenomena ini relevan untuk dikaji melalui perspektif *Uses and Gratifications Theory* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974), yang menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, dan sosial. Melalui teori ini, dapat dipahami bahwa mahasiswa memilih untuk mengonsumsi konten Ferry Irwandi bukan hanya karena ketertarikan terhadap isu politik, tetapi juga sebagai upaya memperoleh pemahaman dan pembenaran terhadap pandangan mereka sendiri.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media digital memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk orientasi politik audiens. Studi Dwiphalu dan Astuti (2024) menunjukkan bahwa kredibilitas sumber memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan hubungan parasosial dan orientasi sikap audiens. Temuan lain oleh Sompotan & Alvin (2023) menegaskan bahwa konten digital politik dapat memengaruhi pola pembingkaihan isu politik melalui mekanisme agenda publik. Namun, penelitian dengan fokus pada pengaruh konten politik independen khususnya dari figur seperti Ferry Irwandi terhadap kelompok mahasiswa aktivis masih terbatas.

Kesenjangan ini membuka ruang penelitian mengenai bagaimana konten digital independen berperan dalam membentuk persepsi mahasiswa yang secara aktif terlibat dalam ruang organisasi strategis kampus. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh konten Ferry Irwandi terhadap persepsi anggota BEM IPB Bidang Sosial dan Politik mengenai isu nasional. Fokus utama penelitian adalah menganalisis sejauh mana relevansi topik, kredibilitas komunikator, dan teknik penyampaian pesan memengaruhi pembentukan persepsi audiens.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada perluasan kajian komunikasi digital politik di Indonesia dengan menghadirkan konteks aktor independen sebagai sumber informasi yang kompetitif dengan media arus utama. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi landasan bagi evaluasi konsumsi informasi politik digital di ranah akademik dan

organisasi mahasiswa, serta mendukung peningkatan literasi kritis dalam memahami dinamika informasi pada era media partisipatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen berdasarkan data empiris. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji pengaruh konten digital terhadap persepsi audiens menggunakan metode statistik.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada anggota BEM IPB Bidang Sosial dan Politik. Responden ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen dari total populasi 127 orang, sehingga diperoleh 56 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden aktif mengikuti konten Ferry Irwandi di YouTube dan terlibat dalam kegiatan sosial-politik kampus.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori *Uses and Gratifications* dan *Source Credibility*. Variabel independen meliputi relevansi topik, kredibilitas komunikator, dan teknik penyampaian pesan. Variabel dependen mencakup persepsi mahasiswa terhadap isu nasional, yang terdiri dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban terhadap setiap indikator. Analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji validitas instrumen dilakukan dengan korelasi *Pearson Product-Moment*, sedangkan reliabilitas diuji dengan *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi internal item.

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product-Moment* untuk memastikan setiap item pertanyaan merepresentasikan konstruk variabel. Hasil menunjukkan seluruh item valid dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan nilai sebesar 0,802 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan reliabel.

Analisis data dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $> 0,05$. Uji linearitas menunjukkan hubungan linier antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden penting untuk memahami konteks sosial dan organisasi dari subjek penelitian, yaitu anggota BEM IPB Bidang Sosial dan Politik. Faktor-faktor seperti fakultas asal, lama menjabat, jabatan di organisasi, dan latar belakang pendidikan pergerakan berpotensi memengaruhi cara responden memersepsi konten politik di media digital.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah	Persentase (%)
Fakultas Ekologi Manusia	4	7,0
Fakultas Ekonomi dan Manajemen	4	7,0
Fakultas Kedokteran	3	5,3
Fakultas Kehutanan dan Lingkungan	5	8,8
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	4	7,0
Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan	3	5,3
Fakultas Pertanian	4	7,0
Fakultas Peternakan	5	8,8
Fakultas Teknologi Pertanian / Sekolah Teknik	2	3,5
Sekolah Bisnis	5	8,8
Sekolah Kedokteran Hewan dan Biomedis	2	3,5
Sekolah Sains Data, Matematika, dan Informatika	6	10,5
Sekolah Vokasi	10	17,5
Total	57	100

Sumber: Kuesioner

Distribusi responden yang tersebar di 13 fakultas/sekolah menunjukkan bahwa BEM IPB Bidang Sosial dan Politik diisi oleh mahasiswa lintas disiplin. Komposisi terbesar berasal dari Sekolah Vokasi dan Sekolah Sains Data, Matematika, dan Informatika. Pola ini menggambarkan bahwa perhatian terhadap isu sosial dan politik tidak hanya dimiliki oleh mahasiswa dari rumpun sosial, tetapi juga oleh mahasiswa dari rumpun sains, teknik, dan vokasi yang aktif dalam organisasi kemahasiswaan.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjabat

Lama Menjabat	Jumlah	Persentase (%)
1 Periode	20	35,1
2 Periode	30	52,6
3 Periode	7	12,3
Total	57	100

Sumber: Kuesioner

Lebih dari separuh responden telah menjabat selama dua periode, dan sebagian lainnya bahkan tiga periode. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman organisasi yang cukup panjang. Pengalaman yang berulang dalam struktur BEM berpotensi membentuk pola pikir yang lebih matang terhadap isu nasional serta meningkatkan kemampuan mereka dalam menganalisis konten politik di media digital.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Jumlah	Persentase (%)
Staff BEM Wilayah	17	29,8
Staff BEM KM	8	14,0
BPH Departemen/Direktorat BEM Wilayah	20	35,1
BPH BEM KM	7	12,3
BPH BEM Wilayah	5	8,8
Total	57	100

Sumber: Kuesioner

Sebagian besar responden menjabat sebagai BPH, baik di tingkat BEM Wilayah maupun BEM KM. Posisi ini identik dengan peran perumusan kebijakan internal, koordinasi

program, dan representasi organisasi. Komposisi tersebut relevan dengan tujuan penelitian, karena responden dengan jabatan struktural cenderung memiliki intensitas lebih tinggi dalam mengikuti wacana nasional dan mengonsumsi konten politik sebagai bahan pertimbangan sikap organisasi.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan Pergerakan

Latar Belakang Pergerakan	Jumlah	Persentase (%)
Akademi Pergerakan IPB (API)	37	64,9
Asrama	8	14,0
Komunitas	2	3,5
Tidak memiliki latar pergerakan	10	17,6
Total	57	100

Sumber : Kuesioner

Sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan pergerakan melalui Akademi Pergerakan IPB (API). Latar pendidikan ini menunjukkan bahwa banyak responden telah mengikuti proses kaderisasi yang menekankan analisis kritis, kesadaran sosial, dan pemahaman isu kebangsaan. Kondisi ini memperkuat asumsi bahwa mereka bukan sekadar konsumen pasif konten, melainkan audiens aktif yang relevan jika dikaitkan dengan *Uses and Gratifications Theory*, di mana audiens secara sadar memilih sumber informasi yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan kognitif dan politis mereka.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konten Ferry Irwandi (X)	57	58,00	80,00	71,105	4,693
Persepsi Mahasiswa terhadap Isu (Y)	57	30,00	51,00	42,632	4,887

Sumber : IBM SPSS Statistics 27

Rata-rata skor variabel konten Ferry Irwandi (71,105) berada dekat dengan nilai maksimum (80), yang mengindikasikan bahwa responden cenderung menilai konten yang disajikan dalam kanal tersebut sebagai informatif, relevan, dan layak dijadikan rujukan. Standar deviasi yang rendah menggambarkan bahwa persepsi responden relatif homogen; sebagian besar responden memiliki penilaian yang searah terhadap kualitas konten.

Rata-rata skor persepsi mahasiswa terhadap isu nasional (42,632) juga menunjukkan kecenderungan yang tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya terpapar konten isu nasional, tetapi juga memprosesnya hingga membentuk persepsi yang cukup kuat. Temuan ini selaras dengan *Uses and Gratifications Theory*, di mana mahasiswa sebagai audiens aktif memanfaatkan konten Ferry Irwandi untuk memenuhi kebutuhan informasi, klarifikasi pandangan, dan pembentukan sikap terhadap isu kebangsaan.

Nilai signifikansi uji Shapiro-Wilk yang lebih besar dari 0,05 pada kedua variabel menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Kondisi ini berarti sebaran skor responden tidak terlalu condong ke salah satu sisi, sehingga model regresi linier dapat diaplikasikan secara memadai.

Hasil uji linearitas memperlihatkan nilai signifikansi 0,000 pada komponen Linearity dan 0,098 pada *Deviation from Linearity*. Pola ini mengindikasikan bahwa hubungan antara konten Ferry Irwandi dan persepsi mahasiswa bersifat linier dan tidak menyimpang dari

garis lurus. Dalam konteks ini, peningkatan kualitas persepsi terhadap konten cenderung diikuti oleh peningkatan persepsi terhadap isu nasional secara proporsional.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,671	0,450	0,440	3,65791

Sumber : IBM SPSS Statistics 27

Nilai R sebesar 0,671 menunjukkan hubungan yang kuat antara konten Ferry Irwandi dan persepsi mahasiswa terhadap isu nasional. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,450 menunjukkan bahwa 45 persen variasi dalam persepsi mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel konten Ferry Irwandi. Persentase ini cukup besar untuk ukuran penelitian sosial, mengingat persepsi individu biasanya dipengaruhi banyak faktor, seperti lingkungan organisasi, pengalaman pribadi, dan paparan media lainnya.

Tabel 7. Hasil Uji ANOVA

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	601,348	1	601,348	44,943	0,000
Residual	735,915	55	13,380		
Total	1337,263	56			

Sumber : IBM SPSS Statistics 27

Nilai F hitung sebesar 44,943 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik. Konten Ferry Irwandi sebagai variabel independen memberikan kontribusi nyata dalam menjelaskan variasi persepsi mahasiswa terhadap isu nasional.

Tabel 8. Koefisien Regresi

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-7,018	7,422	-	-0,946	0,348
Konten Ferry Irwandi (X)	0,698	0,104	0,671	6,704	0,000

Sumber : IBM SPSS Statistics 27

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$y = -7,018 + 0,698x$$

Koefisien regresi X sebesar 0,698 bermakna bahwa setiap kenaikan satu satuan skor penilaian terhadap konten Ferry Irwandi akan meningkatkan skor persepsi mahasiswa terhadap isu nasional sebesar 0,698 satuan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Temuan ini konsisten dengan hasil uji korelasi yang menunjukkan hubungan kuat dan positif antara kedua variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Ferry Irwandi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi anggota BEM IPB Bidang Sosial dan Politik mengenai isu nasional. Koefisien korelasi sebesar 0,671 menandakan hubungan kuat dan searah antara persepsi terhadap konten dan pemahaman isu. Koefisien determinasi sebesar 45 persen memperlihatkan bahwa hampir setengah variasi persepsi mahasiswa terhadap isu nasional dijelaskan oleh faktor kualitas dan kredibilitas konten yang dikonsumsi. Nilai signifikansi 0,000 menegaskan bahwa hubungan tersebut tidak terjadi secara kebetulan, melainkan bersifat sistematis dan konsisten di seluruh responden.

Analisis terhadap pola hubungan ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Source Credibility Theory*. Kredibilitas komunikator memengaruhi penerimaan pesan yang disampaikan. Karakteristik Ferry Irwandi sebagai figur publik dengan reputasi profesional di bidang komunikasi politik memperkuat dua dimensi utama kredibilitas, yakni keahlian (*expertise*) dan kejujuran (*trustworthiness*). Responden yang menilai konten Irwandi berbasis data dan argumentatif menunjukkan kecenderungan tinggi dalam memberikan skor positif pada variabel persepsi isu nasional. Temuan ini mengindikasikan bahwa kredibilitas sumber menjadi faktor kunci pembentukan opini mahasiswa terhadap isu politik di media digital.

Interpretasi selanjutnya dapat dikaitkan dengan *Uses and Gratifications Theory* yang menempatkan audiens sebagai pihak aktif. Mahasiswa BEM IPB Bidang Sosial dan Politik secara sadar memilih konten yang memenuhi kebutuhan kognitif, terutama dalam memahami dinamika kebijakan publik. Rata-rata skor variabel konten yang mencapai 71,1 mendukung asumsi bahwa mahasiswa menggunakan kanal Ferry Irwandi untuk memperoleh klarifikasi, pengetahuan, dan referensi argumentatif terhadap isu kebangsaan. Proses pemilihan ini menunjukkan adanya motivasi informasional yang kuat dan membuktikan bahwa audiens tidak sekadar pasif menerima informasi, tetapi memanfaatkan konten digital untuk memperkuat posisi intelektual dalam diskursus organisasi.

Pengaruh konten terhadap persepsi mahasiswa juga dapat dipahami melalui perspektif *Agenda-Setting Theory*. Paparan yang berulang terhadap isu-isu nasional yang disampaikan melalui kanal digital berpotensi mengarahkan fokus perhatian mahasiswa pada topik tertentu. Mahasiswa yang aktif dalam struktur BEM, terutama yang menduduki posisi BPH, cenderung mengonversi isu-isu yang dikemukakan oleh Irwandi menjadi bahan diskusi strategis organisasi. Pola tersebut memperlihatkan bahwa konten digital berperan dalam menentukan prioritas isu politik di lingkungan mahasiswa, selaras dengan fungsi agenda media dalam membingkai realitas sosial.

Karakteristik responden memperkuat relevansi teori tersebut. Sebagian besar responden merupakan kader dengan latar belakang Akademi Pergerakan IPB (64,9 persen) dan memiliki pengalaman menjabat lebih dari satu periode. Struktur ini mencerminkan tingkat literasi politik dan kemampuan reflektif yang tinggi. Paparan terhadap konten dengan tingkat kredibilitas tinggi menghasilkan internalisasi makna yang lebih mendalam dibandingkan audiens umum. Temuan ini memperlihatkan bahwa media digital yang dikelola secara profesional dapat berperan sebagai saluran edukatif bagi komunitas intelektual kampus.

Kecenderungan homogen pada standar deviasi yang rendah menandakan adanya konsistensi persepsi di antara responden. Fenomena tersebut memperlihatkan terbentuknya pola pandang kolektif terhadap isu nasional di kalangan mahasiswa aktif. Konsistensi ini dapat dimaknai sebagai hasil dari proses *information framing* yang stabil, di mana gaya penyajian Irwandi yang sistematis membantu mahasiswa menstrukturkan pemahaman mereka terhadap isu politik tanpa menimbulkan distorsi persepsi.

Hasil regresi menunjukkan arah hubungan positif sebesar 0,698, yang berarti peningkatan persepsi terhadap kualitas konten selalu diikuti peningkatan persepsi terhadap isu nasional. Angka tersebut menegaskan efektivitas konten digital sebagai media edukasi politik. Dalam konteks komunikasi strategis, konten semacam ini dapat berfungsi sebagai

instrumen pembentukan kesadaran kritis (*critical awareness*) di kalangan mahasiswa. Responden dengan pengalaman organisasi yang panjang menilai konten tersebut sebagai sumber informasi alternatif yang kredibel dibandingkan media arus utama.

Integrasi antara hasil statistik dan teori menunjukkan bahwa media digital berfungsi ganda: sebagai sumber informasi dan sebagai ruang dialog politik. Kanal Ferry Irwandi menyediakan konten yang tidak hanya memberikan data, tetapi juga menstimulasi kemampuan analitis mahasiswa. Struktur pesan yang rasional dan berbasis argumen menimbulkan efek kognitif yang lebih kuat dibandingkan konten yang bersifat persuasif emosional. Dengan demikian, konten digital politik yang kredibel terbukti memiliki daya pengaruh nyata terhadap pembentukan persepsi politik mahasiswa yang terdidik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten digital Ferry Irwandi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan persepsi anggota BEM IPB Bidang Sosial dan Politik mengenai isu nasional. Hubungan kuat antara kualitas konten dengan persepsi menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator, struktur argumentasi, dan relevansi materi berkontribusi dalam memengaruhi cara mahasiswa memaknai isu kebangsaan.

Kredibilitas sumber terbukti memiliki kontribusi lebih besar daripada intensitas paparan. Temuan ini menegaskan relevansi *Source Credibility Theory* dalam menjelaskan dinamika komunikasi politik digital, di mana dimensi keahlian dan kejujuran komunikator menentukan tingkat penerimaan audiens. Pola konsumsi konten Ferry Irwandi yang cenderung berbasis data dan argumentatif memperlihatkan kecenderungan mahasiswa untuk menilai pesan berdasarkan keandalan sumber, bukan sekadar popularitas media. Pola tersebut menandai pergeseran orientasi audiens muda dari konsumsi hiburan menuju konsumsi berbasis analisis dan rasionalitas.

Analisis berdasarkan *Uses and Gratifications Theory* memperlihatkan bahwa mahasiswa memanfaatkan konten digital sebagai sarana pemenuhan kebutuhan kognitif dan reflektif. Keterlibatan mahasiswa dalam organisasi dan latar belakang pendidikan pergerakan memperkuat proses pemaknaan terhadap isu nasional melalui media independen. Pola tersebut menunjukkan bahwa audiens digital berperan aktif dalam mengonstruksi pandangan politiknya, bukan sebagai penerima pasif informasi. Kecenderungan ini memberikan bukti empiris mengenai pergeseran perilaku komunikasi politik mahasiswa di era media partisipatif.

Hasil penelitian ini memperluas pemahaman terhadap *Agenda-Setting Theory* dengan menunjukkan bahwa figur komunikator independen dapat bertindak sebagai agen penentu agenda di ruang digital. Pengaruh yang terbentuk tidak hanya menentukan topik yang diperhatikan mahasiswa, tetapi juga memengaruhi prioritas pembahasan di lingkungan organisasi kampus. Fenomena ini memperlihatkan terjadinya transformasi dari agenda media institusional menuju agenda individu berbasis kredibilitas personal.

Temuan penelitian mengisi kesenjangan dalam kajian komunikasi digital di Indonesia yang sebelumnya lebih berfokus pada media arus utama dan perilaku elektoral. Hasil penelitian memberikan pemahaman bahwa konten politik independen dengan kredibilitas tinggi berfungsi sebagai instrumen edukasi politik yang mampu memperkuat literasi analitis dan pembentukan sikap pada kelompok mahasiswa yang aktif dalam ruang organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Armayudi Syam, A., & Malikul Afdal, A. (2024). Examining social media public sentiment: YouTube response to 2024 Indonesian presidential candidate debate. *Kybernology*, 4(1). <https://doi.org/10.26618/kjgs.v4i1.14642>
- [2] Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.
- [3] Dwiphala, F., & Astuti, R. D. (2024). The role of source credibility and fairness on the formation of parasocial relationships and product interest and their influence on purchase intention and e-WOM of beauty brands in Indonesia. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 4(8). <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i8.1770>
- [4] Fuadah, I. M., & Kurnia, S. S. (2025). Pengaruh media sosial YouTube terhadap partisipasi politik pada mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 5(1). <https://doi.org/10.29313/jrmk.v5i1.6330>
- [5] Irbah Muthiah Fuadah & Septiawan Santana Kurnia. (2025). Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Partisipasi Politik pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 5(1). <https://doi.org/10.29313/jrmk.v5i1.6330>
- [6] Nurrahmawati, T., Adhi, A. K., & Pranata, R. T. H. (2025). Strategi CDA dalam Meningkatkan Engagement Instagram pada Program Internship dan Publikasi Lowongan Kerja. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19335>
- [7] PJII. (2023). Laporan Survei Internet APJII 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- [8] Pranata, R. T. H., Rahayu, A., & Pebrianti, N. (2025). ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR DAN TEKNIK VOICE OVER PADA VIDEO PROFILE DEVELOPMENT AND ASSESSMENT (CDA) IPB UNIVERSITY. *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 6(1). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i1.1698>
- [9] Sompotan, C., & Alvin, S. (2023). Political communication strategies through video podcast campaign: A case study of Partai Perindo in Indonesia. *JSPI*, 3(3). <https://doi.org/10.58835/jspi.v3i3.207>
- [10] We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- [11] Zephaniah, G., Suparman, S., Saleh, A., & Pranata, R. T. H. (2025). Pemanfaatan Instagram@ whatisupindonesia dalam Membangun Kesadaran Politik Generasi Z. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2). <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i2.6653>
- [12] Zulkarnain, G. A., Khuntari, D., & Marwati, A. (2024). The Influence of Website Quality of the Yogyakarta City Population and Civil Registry Office on the Satisfaction of Yogyakarta City Residents as the Users. *Jurnal Ilmiah Multimedia dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.56873/jimk.v9i2.340>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN