

The Role of Social Media in Building Women's Political Identity: Its Impact on Self-Efficacy and Political Participation

Peran Media Sosial Dalam Membangun Identitas Politik Perempuan: Dampaknya Terhadap Self-Efficacy Dan Partisipasi Politik

Helina Suciati¹, Fathul Lubabin Nuqul²

¹helinasuciati@gmail.com, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

²lubabin-nuqul@uin-malang.ac.id, Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang

Abstract

Digital technology and social media have changed how women interact in the political sphere, allowing them to build an identity and personal brand. However, challenges like gender bias and cyberattacks can affect their self-confidence (self-efficacy). This study aims to analyze the role of social media in shaping women's political identity, assess its impact on self-efficacy, and identify existing challenges. The method used is a systematic review based on the PRISMA framework, analyzing seven selected articles from the Scopus database. The results show that social media has a dual function: as an empowering tool that increases self-efficacy and as a source of pressure that can decrease it. Although social media is important, its effectiveness in political campaigns is still lower than conventional strategies. This research concludes that digital literacy is crucial for women to use social media wisely and effectively.

Keywords: Social Media, Political Identity, Self-Efficacy, Political Participation

Abstrak

Teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara perempuan berinteraksi dalam dunia politik, memungkinkan mereka membangun identitas dan personal branding. Namun, ada tantangan seperti bias gender dan serangan siber yang dapat memengaruhi kepercayaan diri (self-efficacy) mereka. Studi ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam membentuk identitas politik perempuan, menilai dampaknya terhadap self-efficacy, serta mengidentifikasi tantangan yang ada. Metode yang digunakan adalah systematic review berdasarkan kerangka PRISMA, dengan menganalisis tujuh artikel terpilih dari database Scopus. Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial berfungsi ganda: sebagai alat pemberdayaan yang meningkatkan self-efficacy dan sebagai sumber tekanan yang dapat menurunkan self-efficacy. Meskipun media sosial penting, efektivitasnya dalam kampanye politik masih lebih rendah dibandingkan strategi konvensional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi digital sangat penting bagi perempuan untuk memanfaatkan media sosial secara bijak dan efektif.

Kata kunci : Media Sosial, Identitas Politik, Self-Efficacy, Partisipasi Politik

Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara individu membangun identitas dan mengekspresikan dirinya, termasuk dalam dunia politik (Abraham and Viatric 2013). Media sosial telah menjadi sarana utama bagi perempuan untuk menampilkan ideologi, membangun personal branding, serta meningkatkan keterlibatan mereka dalam ruang publik (Azizah & Zahid, 2023). Dengan berbagai platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan Facebook, perempuan memiliki akses yang lebih luas untuk mengkomunikasikan pandangan politik mereka serta membentuk citra diri sebagai pemimpin yang kredibel. Namun, dinamika media sosial dalam membentuk identitas politik perempuan tidak terlepas dari berbagai tantangan. Standar sosial dan bias gender masih menjadi hambatan utama bagi perempuan yang ingin terjun ke dunia politik (Dewi, Kurniati, and Asmoro 2024). Penelitian menunjukkan bahwa perempuan lebih sering menjadi sasaran serangan siber, ujaran kebencian, dan stereotip negatif yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri mereka dalam bersaing di ranah politik (Regita, Luthfiyyah, & Marsuki, 2024).

Kepercayaan diri atau *self-efficacy* merupakan faktor penting dalam membangun karier politik perempuan. Bandura (1997) menjelaskan bahwa *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mencapai suatu tujuan. Dalam konteks politik, perempuan yang memiliki *self-efficacy* tinggi lebih cenderung terlibat dalam aktivitas kampanye, pengambilan keputusan politik, dan kepemimpinan publik. Milana & Muksin (2021) menyoroti bahwa penggunaan media sosial dapat membantu perempuan meningkatkan *self-efficacy* mereka dengan memberikan akses kepada komunitas pendukung, platform komunikasi yang inklusif, serta kesempatan untuk membangun pengaruh secara luas. Namun, efektivitas media sosial dalam mendukung partisipasi politik perempuan masih menjadi perdebatan. Hidayati (2021) menemukan bahwa meskipun media sosial memberikan peluang besar bagi perempuan untuk membangun citra politik mereka, keterlibatan langsung dengan masyarakat masih menjadi faktor utama dalam kesuksesan kampanye politik. Ahmad & Nurhidaya (2020) juga menyoroti bahwa penggunaan media sosial yang tidak terkontrol dapat

berujung pada tekanan psikologis, perbandingan sosial yang berlebihan, serta serangan digital yang dapat menurunkan kepercayaan diri perempuan dalam berpolitik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial berperan dalam membangun identitas politik perempuan. Melalui studi ini, kami akan menilai dampak penggunaan media sosial terhadap tingkat *self-efficacy* perempuan dalam berpolitik, dengan mengidentifikasi apakah interaksi daring dapat meningkatkan atau justru menurunkan kepercayaan diri mereka. Selanjutnya, penelitian ini juga akan mengidentifikasi berbagai tantangan, seperti serangan siber dan stereotip gender, yang dihadapi perempuan saat memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye politik. Dengan demikian, diharapkan dapat dirumuskan strategi yang praktis dan efektif untuk membantu perempuan memanfaatkan platform digital secara optimal guna meningkatkan partisipasi mereka dalam ranah politik.

Dengan memahami secara mendalam peran media sosial dalam membentuk identitas politik perempuan dan dampaknya terhadap *self-efficacy*,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam upaya pemberdayaan politik perempuan di era digital. Temuan dari studi ini tidak hanya akan memperkaya literatur akademis mengenai partisipasi politik perempuan, tetapi juga akan menawarkan panduan strategis bagi para aktivis, politisi, dan organisasi untuk menciptakan lingkungan digital yang lebih inklusif dan suportif. Pada akhirnya, penelitian ini berupaya menjawab tantangan yang ada dan membuka jalan bagi perempuan untuk berpartisipasi lebih aktif, berani, dan efektif dalam kancah politik, memanfaatkan media sosial sebagai jembatan menuju kesetaraan gender dan representasi yang lebih baik.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *systematic review* yang terstruktur berdasarkan kerangka PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) untuk memastikan transparansi dan kredibilitas (Febrianti 2024). Proses penelitian dibagi menjadi empat tahap utama: identifikasi, penyaringan (*screening*), kelayakan (*eligibility*), dan penyertaan (*inclusion*). Pada tahap identifikasi, pencarian artikel dilakukan menggunakan aplikasi Publish or Perish

7 pada database Scopus. Kata kunci yang digunakan adalah “media sosial,” “identitas diri,” dan “*self-efficacy*,” dengan rentang publikasi dari tahun 2019 hingga 2024. Dari pencarian awal, 100 artikel diidentifikasi. Setelah itu, artikel yang berupa *book chapter* atau *book review* dikecualikan. Tahap penyaringan melibatkan penghapusan artikel duplikat, diikuti dengan pemeriksaan cepat terhadap judul dan abstrak untuk relevansi, yang menyisakan 36 artikel.

Proses dilanjutkan ke tahap kelayakan, di mana 36 artikel yang lolos penyaringan dinilai lebih lanjut dengan membaca teks penuh. Komponen penting seperti tujuan, metode, hasil, dan kesimpulan dari setiap artikel dievaluasi dan dicatat dalam sebuah tabel penilaian. Proses ini menghasilkan 18 artikel yang memenuhi kriteria kelayakan. Terakhir, pada tahap penyertaan, 18 artikel tersebut dianalisis secara mendalam untuk menemukan pola temuan yang relevan. Dari hasil analisis ini, 7 artikel yang paling relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian disertakan dalam analisis akhir. Pendekatan *systematic review* ini, didukung oleh diagram alir PRISMA, memastikan bahwa temuan penelitian ini diperoleh dari proses yang sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil

Berdasarkan analisis sistematis terhadap tujuh jurnal yang telah direview, dapat diidentifikasi bahwa media sosial memiliki peran multifaset dan signifikan dalam kehidupan individu, terutama terkait pembentukan identitas diri, tingkat kepercayaan diri (*self-efficacy*), dan keterlibatan politik. Penelitian-penelitian ini secara kolektif menyoroti bagaimana media sosial berfungsi sebagai ruang bagi individu untuk menampilkan dan membangun citra diri, namun pada saat yang sama, platform ini juga menimbulkan tantangan, terutama dalam konteks kesehatan mental dan dinamika kampanye. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, berikut adalah rincian temuan dari masing-masing penelitian yang dianalisis.

1. Pengembangan Materi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Self-Efficacy Siswa

Penelitian yang dilakukan oleh Anisa, Saam, dan Arlizon (2016) menggunakan metode *Research and Development (R&D)* dengan sampel 27 siswa kelas X di MAN 2 Model Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan materi tentang pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan *self-efficacy* siswa

memberikan hasil yang sangat baik, dengan skor rata-rata 3,53. Materi yang dikembangkan mencakup pengertian dan sumber *self-efficacy*, serta manfaat positif dari media sosial. Para siswa yang mengikuti pembelajaran ini menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang cara menggunakan media sosial secara positif. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena materi yang dikembangkan masih bersifat umum dan hanya diuji coba di satu sekolah, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas.

2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja

Penelitian dari Regita, Luthfiyyah, dan Marsuki (2024) menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan, menganalisis sumber sekunder seperti jurnal dan laporan penelitian tanpa data lapangan. Studi ini menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan, baik positif maupun negatif, terhadap persepsi diri dan pembentukan identitas remaja. Dampak positifnya termasuk memfasilitasi interaksi sosial dan dukungan komunitas, sementara dampak negatifnya bisa berupa tekanan sosial, perbandingan yang tidak sehat, dan masalah kesehatan mental seperti

kecemasan dan depresi. Selain itu, media sosial berpotensi menciptakan identitas digital yang berbeda dari identitas asli, yang dapat berisiko. Keterbatasan penelitian ini adalah tidak adanya data lapangan, yang menyebabkan kurangnya gambaran langsung mengenai dampak media sosial pada remaja di Indonesia.

3. Identitas Diri Perempuan Muslim Generasi Z Pengguna TikTok

Azizah dan Zahid (2023) melakukan penelitian kualitatif dengan studi kasus pada mahasiswa perempuan muslim Generasi Z di UIN SATU Tulungagung yang aktif di TikTok. Melalui wawancara mendalam dengan delapan mahasiswa dan observasi akun TikTok, penelitian ini menemukan bahwa para mahasiswa cenderung mengelola citra diri mereka secara hati-hati untuk menghindari risiko seperti perundungan. TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun identitas diri melalui fashion dan gaya berkomunikasi. Hasilnya, mereka menciptakan identitas yang berbeda antara dunia nyata dan dunia maya. Keterbatasan utama dari studi ini adalah sampelnya yang hanya terbatas pada satu kelompok mahasiswa di satu universitas, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara lebih luas.

4. Komunikasi Politik dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial

Hidayati (2021) melakukan kajian konseptual dengan pendekatan *literature review* untuk menganalisis peran media sosial dalam membangun *branding* pemimpin politik. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi strategi utama dalam demokrasi digital, memungkinkan pemimpin politik meningkatkan popularitas dan elektabilitas mereka. *Branding* politik di media sosial juga memengaruhi persepsi publik, membantu pemimpin membangun citra yang profesional, humanis, dan bertanggung jawab. Namun, penelitian ini tidak menggunakan data empiris, sehingga kurang memberikan gambaran langsung tentang efektivitas *branding* politik di media sosial, dan tidak membahas perbedaan dampaknya pada berbagai tingkat pemerintahan.

5. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Identitas Diri sebagai Personal Branding

Anwar, Harits, dan Handijono (2025) melakukan penelitian kualitatif melalui pendekatan pendidikan dan pelatihan dengan sampel siswa SMKS IPTEK Tangerang Selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial adalah alat yang efektif

untuk membangun *personal branding* bagi siswa, yang dapat meningkatkan peluang karier mereka di masa depan. Mereka menemukan bahwa konten yang autentik dan sesuai kepribadian lebih efektif dalam membentuk identitas diri yang kuat. Keterbatasan utama dari studi ini adalah bahwa penelitiannya hanya dilakukan di satu sekolah, sehingga hasilnya tidak bisa digeneralisasi ke sekolah lain, dan tidak mengevaluasi efektivitas pelatihan dalam jangka panjang.

6. Kampanye Politik Calon Legislatif Perempuan

Milana dan Muksin (2021) melakukan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi pada dua calon legislatif perempuan di Pemilihan Umum 2019. Mereka menemukan bahwa kampanye caleg perempuan menghadapi tantangan budaya patriarki dan keterbatasan modal politik. Hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka dan *door-to-door* lebih efektif dalam menjangkau pemilih dibandingkan media sosial. Studi ini juga menemukan bahwa caleg perempuan sering kali sulit bersaing dengan kandidat pria yang memiliki sumber daya lebih besar. Keterbatasan penelitian ini adalah sampel yang sangat kecil (hanya dua caleg), sehingga hasilnya tidak cukup mewakili

pengalaman caleg perempuan secara luas dan tidak mengevaluasi efektivitas kampanye berbasis media sosial secara kuantitatif.

7. Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial

Ahmad dan Nurhidaya (2020) melakukan studi kepustakaan (*library research*) yang menganalisis berbagai literatur tentang generasi milenial dan media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sangat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku generasi milenial. Media sosial memberikan dampak positif seperti kemudahan akses informasi dan peluang ekonomi, tetapi juga membawa dampak negatif seperti risiko stres, kecemasan, dan depresi akibat paparan berlebihan. Selain itu, media sosial dapat memicu penyebaran hoaks, propaganda politik, dan mengurangi interaksi sosial di dunia nyata. Keterbatasan utama dari penelitian ini adalah tidak adanya data empiris atau analisis lapangan, sehingga hasilnya hanya bersifat teoretis dan tidak memberikan analisis mendalam mengenai faktor psikologis spesifik yang memengaruhi penggunaan media sosial.

Pembahasan

Berdasarkan analisis sistematis terhadap tujuh jurnal yang telah direview, dapat diidentifikasi bahwa media sosial memiliki peran multifaset

dan signifikan dalam kehidupan individu, terutama terkait pembentukan identitas diri, tingkat kepercayaan diri (*self-efficacy*), dan keterlibatan politik. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam, berikut adalah rincian temuan dari masing-masing penelitian yang dianalisis.

1. Media Sosial Sebagai Ruang Pembentukan Identitas Diri

Media sosial telah menjadi platform utama bagi individu dalam membentuk dan menampilkan identitas diri. Berdasarkan penelitian Azizah & Zahid (2023), mahasiswa perempuan muslim Generasi Z menggunakan TikTok sebagai alat untuk menampilkan dan membangun identitas diri, tetapi dengan kesadaran penuh akan batasan-batasan yang ada. Mereka cenderung lebih selektif dalam menampilkan diri agar sesuai dengan nilai-nilai sosial yang dianut. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Ahmad & Nurhidaya (2020) yang menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan individu untuk mengeksplorasi identitasnya, tetapi juga memberikan tekanan sosial yang cukup besar. Media sosial memungkinkan individu untuk membentuk identitas digital yang mungkin berbeda dari identitas aslinya, yang dalam jangka panjang dapat menyebabkan

permasalahan psikologis seperti kecemasan dan ketidakpastian diri.

Sejalan dengan itu, penelitian Regita et al. (2024) menemukan bahwa media sosial berpengaruh terhadap persepsi diri remaja. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan rasa percaya diri melalui interaksi sosial dan validasi dari orang lain, tetapi juga dapat menyebabkan perasaan rendah diri akibat perbandingan sosial yang berlebihan.

Korelasi antara media sosial, identitas diri, dan *self-efficacy* menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai alat yang kuat dalam membentuk identitas, meskipun juga dapat menciptakan ketidakseimbangan antara identitas digital dan identitas asli seseorang. Identitas yang terbentuk di media sosial sering kali dikonstruksi berdasarkan ekspektasi sosial, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepercayaan diri individu. Secara spesifik, bagi perempuan, media sosial dapat berfungsi ganda sebagai alat pemberdayaan untuk membangun citra diri yang kredibel di ranah politik, namun di sisi lain, platform ini juga dapat menjadi sumber tekanan sosial yang membentuk citra diri mereka berdasarkan standar yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa dinamika media sosial tidak hanya memengaruhi cara

perempuan memandang diri mereka sendiri, tetapi juga tingkat *self-efficacy* mereka dalam berpartisipasi di ruang publik dan politik.

2. Pengaruh Media Sosial terhadap Kepercayaan Diri (Self-Efficacy)

Kepercayaan diri (*self-efficacy*) merupakan faktor penting dalam kehidupan individu, termasuk dalam pengambilan keputusan dan interaksi sosial. Penelitian Helina Suciati (2024) menemukan bahwa media sosial dapat berkontribusi terhadap peningkatan *self-efficacy* individu dengan memberikan akses terhadap informasi, motivasi, dan inspirasi dari orang lain. Namun, efek negatifnya juga nyata, terutama dalam hal perbandingan sosial yang dapat menyebabkan kecemasan dan depresi.

Penelitian Anisa et al. (2016) mengembangkan materi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan *self-efficacy* siswa dan menemukan bahwa pembelajaran yang terarah dapat membantu individu lebih percaya diri dalam memanfaatkan media sosial secara positif. Namun, Ahmad & Nurhidaya (2020) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tidak terkontrol dapat menyebabkan gangguan psikologis seperti kecemasan dan stres akibat tekanan sosial.

Korelasi antara media sosial, *self-efficacy*, dan partisipasi politik

perempuan sangat kompleks. Media sosial dapat meningkatkan *self-efficacy* individu jika digunakan secara positif, namun di sisi lain, platform ini juga berpotensi menurunkannya ketika individu terlalu sering membandingkan diri dengan standar sosial yang tidak realistis. Kondisi ini sangat relevan bagi perempuan yang sering kali menghadapi tekanan ganda dalam dunia digital; mereka dituntut untuk menampilkan citra diri yang sempurna di media sosial sambil menghadapi kritik dan standar sosial yang lebih ketat dibandingkan laki-laki. Oleh karena itu, pendidikan dan literasi digital menjadi sangat penting untuk membantu perempuan memanfaatkan media sosial dengan lebih bijak, sehingga dampak negatif dari perbandingan sosial dan tekanan yang berlebihan dapat diminimalkan.

3. Media Sosial dalam Branding Politik Perempuan

Media sosial telah menjadi alat yang semakin penting dalam strategi komunikasi politik, termasuk bagi perempuan yang ingin membangun citra mereka di dunia politik. Berdasarkan penelitian Hidayati (2021), media sosial dapat digunakan sebagai alat branding politik yang kuat, tetapi efektivitasnya bergantung pada bagaimana konten dikemas dan bagaimana interaksi dengan pemilih dibangun. Sementara itu,

penelitian Milana & Muksin (2021) menunjukkan bahwa kampanye politik caleg perempuan pada Pemilu 2019 masih lebih mengandalkan metode konvensional seperti door-to-door dan tatap muka dibandingkan media sosial. Kendati demikian, media sosial tetap digunakan sebagai pelengkap dalam membangun citra politik mereka.

Korelasi antara media sosial, identitas politik perempuan, dan *self-efficacy* menunjukkan dinamika yang kompleks. Media sosial memang menyediakan ruang bagi perempuan untuk membangun identitas politik mereka dan menampilkan diri sebagai pemimpin yang kredibel. Namun, efektivitasnya dalam kampanye politik masih dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Meskipun media sosial dapat membantu meningkatkan citra dan *personal branding*, strategi komunikasi langsung dan tatap muka masih dianggap lebih efektif dalam menjangkau pemilih dan mendapatkan dukungan. Selain itu, kampanye politik perempuan menghadapi tantangan ganda: di satu sisi mereka harus membangun kredibilitas politik melalui platform digital, di sisi lain mereka harus mengatasi hambatan sosial seperti budaya patriarki dan stereotip gender yang masih kuat, yang dapat memengaruhi tingkat *self-efficacy* mereka.

4. Dampak Jangka Panjang Media Sosial terhadap Perempuan dan Generasi Milenial

Generasi milenial dan perempuan yang aktif di media sosial menghadapi tantangan besar dalam menjaga keseimbangan antara identitas digital dan identitas nyata mereka. Berdasarkan penelitian Ahmad & Nurhidaya (2020), penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecemasan, kecanduan digital, dan masalah kesehatan mental lainnya. Selain itu, penelitian Suciati (2024) menunjukkan bahwa media sosial dapat membentuk identitas diri secara signifikan, tetapi jika tidak digunakan dengan bijak, dapat menyebabkan rasa tidak puas terhadap diri sendiri dan tekanan sosial yang tinggi.

Korelasi dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital menjadi sangat penting untuk membantu individu, khususnya perempuan, memahami cara membangun identitas diri yang sehat di media sosial. Dengan pemahaman ini, perempuan yang ingin terlibat dalam politik dapat mengembangkan strategi yang lebih adaptif, mengkombinasikan kekuatan media sosial untuk membangun *self-efficacy* dan *personal branding* dengan strategi komunikasi konvensional seperti tatap muka, yang masih dianggap lebih

efektif dalam menjangkau pemilih. Selain itu, temuan ini menekankan perlunya penguatan kebijakan publik terkait literasi digital dan regulasi media sosial untuk melindungi pengguna dari dampak negatif seperti serangan siber, stereotip negatif, dan tekanan psikologis yang dapat menurunkan kepercayaan diri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil tinjauan sistematis, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran ganda dalam membentuk identitas dan partisipasi politik perempuan. Di satu sisi, media sosial menjadi alat vital untuk membangun *personal branding* dan meningkatkan *self-efficacy*. Perempuan dapat menggunakannya untuk menampilkan ideologi, membangun citra kredibel, dan menemukan komunitas pendukung, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan mereka di ruang publik. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial juga membawa risiko signifikan, seperti tekanan sosial, serangan digital, dan stereotip negatif yang dapat menurunkan kepercayaan diri. Penelitian menunjukkan bahwa efektivitas media sosial dalam kampanye politik masih lebih rendah dibandingkan strategi konvensional seperti komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, literasi digital

yang kuat menjadi kunci bagi perempuan optimal sambil menghindari dampak untuk memanfaatkan media sosial secara negatifnya.

Daftar Pustaka

- Abraham, Juneman, and Diantini Ida Viatrie. 2013. "Apakah Kreativitas Dan Sikap Terhadap Ilmu Ekonomi Meramalkan Partisipasi Politik Mahasiswa? Peran Mediasi Efikasi Politik Pada Mahasiswa Di Malang, Jawa Timur." *Makara Human Behavior Studies in Asia* 17(2):109. doi: 10.7454/mssh.v17i2.2960.
- Ahmad, A., & Nurhidaya. (2020). Media sosial dan tantangan masa depan generasi milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134-148.
- Anisa, R. P., Saam, Z., & Arlizon, R. (2016). Pengembangan materi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan *self-efficacy* siswa kelas X MIA 1 MAN 2 Model Pekanbaru tahun ajaran 2015/2016. *Universitas Riau*.
- Azizah, O. V. N., & Zahid, A. (2023). Identitas diri perempuan muslim generasi Z (studi kasus pengguna TikTok mahasiswa FEBI 2019 UIN SATU Tulungagung). *Pute Waya: Sociology of Religion Journal*, 4(1), 42-62.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Dewi, Sri Nurkhalishah Rachmi, Noviani Kurniati, and Damar Safitri Asmoro. 2024. "Dampak Dukungan Emosional Teman Sebaya Terhadap Remaja: Kajian Sistematis." *Jurnal Psikologi*.
- Febrianti, Sukma. 2024. "Sustainability Finance Dan Green Investment: Literature Review Dengan Metode Prisma." *Manajemen: Jurnal Ekonomi* 6(1):95–106. doi: 10.36985/pmyj1709.
- Hidayati, F. R. (2021). Komunikasi politik dan branding pemimpin politik melalui media sosial: A conceptual paper. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 145-161. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2385>
- Milana, R., & Muksin, N. N. (2021). Kampanye politik calon legislatif perempuan (studi fenomenologi pada pemilihan umum 2019). *KAIS: Kajian Ilmu Sosial*, 2(1), 158-166.