



Peran Media Sosial dalam Membentuk Partisipasi Politik Pada Generasi Z dalam Pemilu Serentak 2024

Fitra Hadi Khaz*, Siti Aisyah, Amelia Fitriani, Ayu Ambarwati, Cici Triyana Sari

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lancang Kuning Dumai

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam membentuk partisipasi politik Generasi Z pada Pemilu Serentak 2024, khususnya dalam konteks penggunaan media digital sebagai sumber informasi dan ruang interaksi politik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam pengalaman, pandangan, serta bagaimana partisipasi politik Generasi Z yang berlangsung di ruang digital. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap sepuluh informan Generasi Z berusia 17–28 tahun yang berdomisili di Kota Dumai dan aktif menggunakan berbagai platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube. Analisis penelitian ini didasarkan pada teori peran yang memandang media sosial sebagai ruang sosial tempat terbentuknya kedudukan, harapan, dan pelaksanaan peran dalam aktivitas politik generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi saluran utama bagi Generasi Z dalam memperoleh dan memahami informasi politik selama tahapan Pemilu 2024. Informasi politik lebih banyak diakses melalui konten visual dan narasi singkat yang dianggap mudah dipahami dan relevan dengan keseharian mereka, sehingga platform seperti TikTok dan Instagram digunakan secara lebih intensif dibandingkan media lainnya. Partisipasi politik Generasi Z cenderung diwujudkan melalui aktivitas digital, seperti mengakses, membagikan, dan menanggapi konten politik, serta menggunakan tagar untuk merespons isu yang sedang berkembang. Pola partisipasi tersebut berlangsung terutama dalam bentuk komunikasi dan simbolisasi di ruang daring, sementara keterlibatan dalam aktivitas politik secara langsung relatif lebih terbatas. Temuan ini menggambarkan bahwa media sosial telah menjadi ruang partisipasi politik yang penting bagi Generasi Z khususnya dalam konteks demokrasi digital menjelang Pemilu Serentak 2024 dalam perkembangan politik digital Indonesia saat ini.

Kata kunci: Peran, Media Sosial, Partisipasi Politik, Generasi Z

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3589>

*Correspondence: Fitra Hadi Khaz

Email: fitrahadikhaz@gmail.com

Received: 23-04-2026

Accepted: 23-05-2026

Published: 23-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine how social media contributes to shaping the political participation of Generation Z in the 2024 Simultaneous General Election, particularly in the context of digital media use as a source of political information and a space for political interaction. A descriptive qualitative approach is employed to explore in depth the experiences, perspectives, and forms of political participation practiced by Generation Z in digital environments. Data were collected through interviews, observation, and documentation involving ten Generation Z informants aged 17–28 years who reside in Dumai City and actively use various social media platforms, including TikTok, Instagram, X, and YouTube. The analysis is grounded in role theory, which views social media as a social space where positions, expectations, and the enactment of roles are formed within the political activities of young people. The findings indicate that social media has become the primary channel through which Generation Z accesses and understands political information throughout the stages of the 2024 election. Political information is largely consumed through visual content and concise narratives that are perceived as accessible and closely aligned with everyday experiences, leading platforms such as TikTok and Instagram to be used more intensively than others. Political participation among Generation Z is predominantly expressed through digital activities, including accessing, sharing, and responding to political content, as well as using hashtags to engage with emerging political issues. These patterns of participation mainly take the form of communicative and symbolic engagement in online spaces, while direct involvement in offline political activities remains relatively limited. Overall, the findings illustrate that social media has become an important arena for political participation among Generation Z, particularly within the context of digital democracy surrounding the 2024 Simultaneous General Election and the ongoing development of Indonesia's digital political landscape.

Keywords: Role, Social Media, Political Participation, Generation Z

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara yang menganut sistem politik demokrasi sudah tidak asing dengan Pemilihan Umum. Pemilu adalah salah satu sarana utama dalam proses demokrasi di Indonesia, dan rakyat memiliki peluang untuk memilih pemimpin dan menentukan arah kebijakan negara. Seiring dengan perkembangan teknologi serta akses informasi yang semakin cepat. Peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari semakin meningkat, termasuk dalam keterkaitan politik (Nafisah & Bakhri, 2024).

Media sosial saat ini dapat mempengaruhi opini publik serta dapat mempengaruhi pandangan masyarakat dan pemerintah tentang permasalahan yang ada dan bagaimana cara mengatasi persoalan tersebut (Lukman et al, 2024). Di era digital ini, informasi mudah tersebar dengan luas dan cepat melalui sosial media seperti TikTok, Instagram, X (Twitter), Facebook, Youtube, dan lain-lain yang belum dapat dipastikan kebenarannya. Hal seperti ini memungkinkan persepsi masyarakat berubah dengan cepat.

Gen Z merupakan generasi pertama yang tumbuh besar dalam era digital. Mereka tumbuh dengan teknologi seperti internet, smartphone dan media sosial. Meskipun Gen Z sering dianggap sebagai "*Digital Natives*" (Akmal et al, 2024), indeks literasi digital di Indonesia berada dalam kisaran 44,53 meningkat 1,19 poin dari tahun sebelumnya (Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia, 2025). Dengan kata lain, kenaikan itu menjadi bukti nyata percepatan transformasi digital Indonesia dan semakin cakupannya masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital.

Perkembangan teknologi digital melahirkan fenomena buzzer politik dalam pembentuk opini publik, terutama pada pemilu 2024. Kehadiran buzzer politik pada masa pemilu sebenarnya merupakan reaksi masyarakat Indonesia di bidang politik terhadap pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Awalnya buzzer dipergunakan untuk melakukan promosi suatu produk dengan atau imbalan tertentu, perubahan ini terjadi ketika adanya peristiwa pemilu yang dilangsungkan di Indonesia. Keberadaan buzzer juga menimbulkan ancaman serius terhadap demokrasi seperti, polarisasi sosial, penyebaran hoaks, dan manipulasi opini (Hasna & Huwaida, 2024).

Peran Generasi Z dalam partisipasi politik sangat penting karena dapat menumbuhkan kesadaran politik, keterkaitan terhadap isu-isu politik, serta respon terhadap masalah sosial (Kurniawan et al, 2023). Topik keterlibatan generasi muda dalam kehidupan politik sering menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Generasi Z seringkali dianggap kurang tertarik pada politik, yang ditandai dengan rendahnya minat mereka dalam isu politik, kurangnya kepercayaan terhadap pemerintahan, dan sikap negatif terhadap para pejabat (Aulia & Fridiyanti, 2025).

Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunaannya mendapat dan memberikan informasi secara cepat. Perkembangan media komunikasi turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara atau pola individu dalam mengekspresikan komunikasi dan partisipasi politiknya. Komunikasi merupakan inti dari segala proses politik.

Perbedaan utama antara kedua penelitian di atas dengan penelitian ini adalah bahwa penelitian sebelumnya lebih banyak membahas peran media sosial, khususnya Instagram,

sebagai alat kampanye politik. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial berperan dalam membentuk partisipasi politik generasi Z pada Pemilu Serentak 2024. Penelitian ini mengandalkan teori peran yang dikemukakan oleh (Soekanto & Sulistyowati, 2015). Teori ini menyatakan bahwa teori peran dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu Status/ kedudukan sosial, Harapan, dan Pelaksanaan/ kenyataan. Ketiga indikator ini lah yang menjadi landasan dalam menganalisis Peran Media Sosial dalam Membentuk Partisipasi Politik Generasi Z pada Pemilu Serentak 2024.

Metodologi

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai bagaimana media sosial berperan dalam membentuk partisipasi politik generasi Z pada pemilu 2024. Jenis penelitian kualitatif ini digunakan untuk memperoleh informasi dan pernyataan berupa hasil pengamatan yang dialami subjek penelitian. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat menelusuri makna, pengalaman serta persepsi generasi Z terhadap dinamika politik yang terbentuk melalui media sosial.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Dumai, Provinsi Riau, sebagai lokasi utama pengumpulan data lapangan. Kota Dumai dipilih karena secara geografis mudah dijangkau oleh peneliti dan memungkinkan proses pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan informan yang sesuai dengan kriteria penelitian. Selain itu, Dumai memiliki kelompok masyarakat muda yang cukup aktif menggunakan media sosial dan terhubung dengan arus informasi nasional melalui berbagai platform digital. Kondisi ini dinilai relevan dengan tujuan penelitian yang berfokus pada generasi Z sebagai pengguna aktif media sosial dalam konteks politik. Penelitian ini juga secara luas mencakup generasi Z di Indonesia.

Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan kriteria: berusia 17–28 tahun, aktif menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, X (Twitter), atau YouTube, serta memiliki pengalaman atau pandangan mengenai partisipasi politik pada Pemilu Serentak 2024. Informan berjumlah 10 orang Gen Z di Kota Dumai.

Tabel 1. data informan yang digunakan dalam penelitian

No	Status	Usia	Jumlah
1	Siswa di SMP Kota Dumai	14	1
2	Siswa di SMA kota Dumai	17	3
3	Mahasiswa di Kampus Kota Dumai	20	1
4	Mahasiswa di Kampus Kota Dumai	21	1
5	Mahasiswa di Kampus Kota Dumai	22	2
6	Mahasiswa di Kampus Kota Dumai	23	1
7	Pekerja Gen Z di Kota Dumai	27	1

No	Status	Usia	Jumlah
	Jumlah Informan		10

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2019), pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian karena tujuan dari penelitian adalah memperoleh data yang sesuai dengan fokus kajian. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pandangan dan pengalaman informan mengenai penggunaan media sosial dalam aktivitas politik. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung perilaku serta keterlibatan generasi Z dalam ruang digital. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung seperti laporan, artikel, data Badan Pusat Statistik (BPS), serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Menurut (Creswell, 2019), data kualitatif dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumen, karena ketiganya memberikan gambaran yang menyeluruh terhadap fenomena yang diteliti. Melalui ketiga teknik tersebut, peneliti memperoleh data yang saling melengkapi dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data triangulasi data. Menurut (Sugiyono, 2019), triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai sumber, teknik, dan waktu untuk memperoleh data yang lebih konsisten, tuntas, dan pasti.

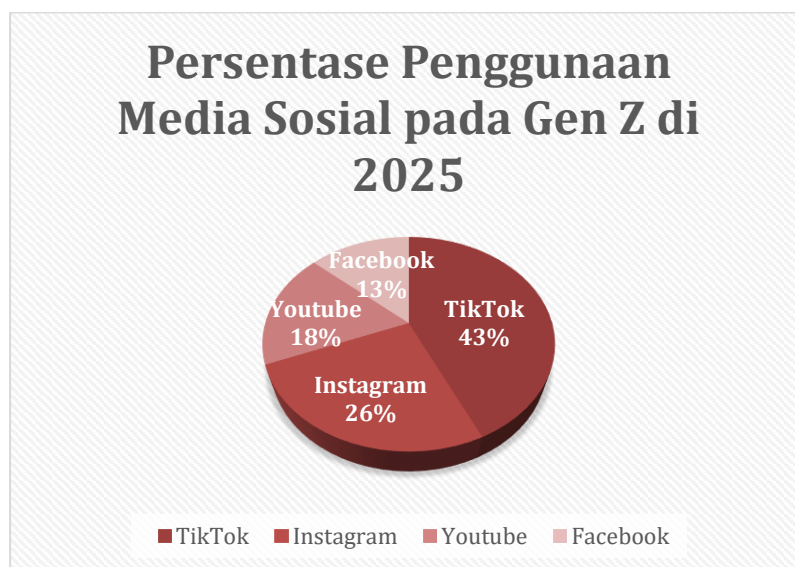
Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan melalui tiga cara, yaitu: (1) triangulasi sumber, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi; (2) triangulasi teknik, dengan memeriksa kesesuaian hasil dari metode pengumpulan data yang berbeda; dan (3) triangulasi waktu, dengan membandingkan data yang diperoleh pada waktu yang berbeda. Penggunaan triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan keabsahan data dalam penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap cara generasi muda mengenal, memahami, dan menanggapi isu-isu politik. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang politik baru yang memungkinkan Gen Z untuk berinteraksi, berdiskusi, dan mengekspresikan pandangan politiknya secara bebas. Untuk memahami bagaimana media sosial berperan dalam partisipasi politik digital Gen Z, analisis dilakukan dengan menggunakan teori peran dari (Soekanto, 2012), yang menilai peran melalui tiga indikator utama, yaitu status atau kedudukan peran, harapan peran, dan pelaksanaan peran. Ketiga indikator ini digunakan untuk melihat bagaimana media sosial tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang tempat Gen Z membangun kedudukan, ekspektasi, dan tindakan dalam partisipasi politik digital.

1. Status / Kedudukan Peran

Di era digital saat ini media sosial berfungsi sebagai ruang utama untuk mengakses informasi, membentuk opini, dan mengekspresikan keterlibatan politik. Sifat media sosial yang cepat, interaktif, terbuka, dan juga dapat menghibur ini menjadi pilihan utama khususnya bagi Gen Z. Dalam dunia politik, media sosial berperan sebagai alat kampanye dan alat penghubung antara masyarakat dan pemerintah. Pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun seiring berkembangnya zaman. Platform media sosial pun ikut menyesuaikan perkembangan dengan terus memperbaharui fitur dan sistem. Di Indonesia beberapa platform media sosial yang sering digunakan ikut berpengaruh dalam konteks partisipasi politik secara digital.



Gambar 1. Persentase Penggunaan Media Sosial pada Gen Z

Sumber: [APJII Survey: TikTok Leads Indonesian Social Media Usage with 35.17% Access Rate](#)

Diagram di atas menunjukkan bahwa TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan Gen Z pada tahun 2025 dengan persentase 43%. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z lebih menyukai konten video pendek yang cepat, visual, dan informatif. Sementara itu, Facebook memiliki persentase terendah (13%) karena dianggap kurang menarik bagi Gen Z dan lebih banyak digunakan generasi sebelumnya. Secara keseluruhan, Gen Z cenderung memilih platform yang menyajikan konten visual, interaktif, dan mudah diakses, sehingga TikTok menjadi pilihan utama. Kedudukan tiap platform tersebut menunjukkan bahwa Gen Z menempatkan setiap ruang digital sesuai fungsinya. TikTok digunakan sebagai sumber utama informasi cepat, Instagram sebagai ruang ringkasan yang lebih tertata, X sebagai ruang opini publik, dan YouTube sebagai sumber penjelasan yang lebih lengkap.

Salah satu informan menyatakan, "Media sosial sangat membantu saya dalam mencari tahu informasi mengenai politik dan menjadi alat penghubung untuk dapat berpartisipasi politik secara digital." 7 dari 10 informan lainnya berpendapat sama, mereka menganggap media sosial sebagai alat komunikasi yang memudahkan mereka untuk terhubung dengan

pemerintah dan masyarakat pengguna media sosial lainnya. Dengan demikian, media sosial dipandang bukan hanya sebagai tempat mencari informasi, tetapi juga sebagai ruang yang membuat warga lebih mudah terhubung dan ikut terlibat dalam proses politik. Mayoritas informan melihat bahwa platform ini membantu membuka jalur komunikasi yang lebih langsung antara masyarakat dan pemerintah, sehingga interaksi dan partisipasi dapat berlangsung dengan lebih sederhana dan terbuka.

2. Harapan Peran

Setiap platform media sosial memiliki harapan yang berbeda, yang mempengaruhi bagaimana Gen Z memanfaatkan platform tersebut. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk menarik perhatian Gen Z dalam bertukar informasi dan gagasan dalam jaringan virtuan dan dalam meningkatkan partisipasi mereka dalam pemilu. Dalam konteks pemilu 2024, media sosial diharapkan untuk dapat menjadi alat kampanye politik dalam mempromosikan gagasan dan kandidat. Para kandidat dapat memanfaatkan media sosial dengan membuat video pendek untuk menarik menawarkan visi, misi, dan program kerja untuk meyakinkan pemilih agar memilih mereka dalam pemilihan umum. Para pengguna media sosial dapat memanfaatkan kolom komentar untuk mengungkapkan informasi maupun gagasan yang ingin mereka sampaikan pada publik atau pengguna lainnya dan mereka juga dapat saling mengomentari satu sama lain melalui fitur balas komentar (Lestari et al, 2024). Media sosial menjadi tempat kampanye yang efektif untuk menarik atau memperoleh suara bagi seluruh kalangan. Sebagai hasil dari interaksi tersebut maka terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat (Yanti et al, 2024).

Dalam mewujudkan hal tersebut diperlukannya transparansi kampanye dengan membuka akses informasi pemilu secara luas dan mudah dipahami oleh masyarakat terutama Gen z. KPU (Komisi Pemilihan Umum) memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten edukatif yang informatif, kreatif, dan relevan dengan gaya komunikasi anak muda sehingga setiap tahapan pemilu dapat diketahui publik secara terbuka. Transparansi ini juga ditunjukkan melalui program "KPU Goes To School", yaitu kegiatan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah memberikan penjelasan mengenai proses pemilu, hak, dan kewajiban pemilih serta pentingnya partisipasi politik (Diazzaki & Mubarak, 2024).

Beberapa platform media sosial memiliki harapan tertentu, seperti halnya pada platform Tiktok, diharapkan untuk dapat memberikan edukasi politik dalam format video singkat tetapi menarik, lebih transparan dalam menyampaikan konten politik, serta memastikan rekomendasi video di beranda tidak dipenuhi dengan informasi yang menyesatkan. Hal yang serupa juga diharapkan pada platform lainnya. Setiap platform media sosial diharapkan untuk dapat menjalankan program dan keutamaannya dengan baik dan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin bagi para pengguna platform.

Media sosial juga diharapkan untuk dapat meningkatkan edukasi dan pendidikan politik. Pendidikan politik merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan politik Gen Z agar dapat berpartisipasi secara aktif dalam demokrasi.

Pendidikan ini dianggap penting karena mayoritas Gen Z masih memiliki persepsi negatif terhadap politik yang dianggap kotor, penuh korupsi, serta mudah terpengaruh hoaks dan narasi negatif dari media sosial sehingga cenderung apatis (Siti Kholiza Aulia et al, 2024). Untuk mengatasi hal tersebut maka pendidikan politik diharapkan untuk memperkuat pemahaman mereka mengenai nilai-nilai Pancasila, UUD 1945, sistem politik nasional, serta isu-isu sosial dan hukum sehingga mereka mampu berfikir kritis dan rasional.

3. Pelaksanaan Peran

Dalam pelaksanaannya, Gen Z lebih sering menggunakan media sosial dalam melakukan aktivitas politik. TikTok menjadi platform yang paling sering digunakan, baik itu dalam penggunaan sehari-hari maupun dalam konteks partisipasi politik. Bentuk partisipasinya berupa konten singkat mengenai informasi politik, kolom komentar untuk berdiskusi dan mengkritisi kebijakan tersebut, serta fitur lainnya seperti *stitch* video dan *direct message* untuk bertukar pesan dan menyebarkan konten ke ruang lingkup tertentu. TikTok menjadi platform yang paling sering digunakan untuk mencari tahu berita yang terkini, kontennya dibungkus dengan ringkas dan mudah dipahami, namun hal tersebut juga dapat menyebabkan tingginya tingkat disinformasi atau penyebaran hoaks.

Media sosial banyak dimanfaatkan untuk menyebarkan pandangan politik, mendukung kandidat, atau mengunggah ulang kampanye yang mereka anggap relevan. Melalui fitur seperti video pendek, *story*, kolom komentar, video *stitch* dan lainnya, informan dapat mengekspresikan pandangan politik secara terbuka, baik dalam bentuk dukungan simbolik maupun ajakan partisipasi. Seperti halnya jika ada suatu kebijakan yang menyimpang, Gen Z sebagai masyarakat yang menjalankan fungsi pengawasan kebijakan melakukan pergerakan melalui tagar seperti #KawalPutusanMK dan #TolakRUUTNI dan menyebarkan peringatan serta mengajak masyarakat pengguna media sosial untuk lebih memperhatikan kondisi politik Indonesia (Athallah et al, 2025).

Dalam pelaksanaannya, untuk menciptakan antara sesama pembuat konten maupun penikmat konten, dibentuklah sebuah komunitas konten creator di beberapa daerah. Komunitas kreator ini dibentuk sebagai wadah bagi para pembuat konten untuk belajar, berkembang, dan saling mendukung, terinspirasi dari konsep Indonesia Creator Hub dan JCC Community. Pelaksanaannya dimulai melalui rekrutmen dan orientasi anggota baru yang diperkenalkan pada visi, misi, serta aturan komunitas, kemudian dilanjutkan dengan program pembinaan berupa workshop fotografi, videografi, editing, dan strategi media sosial. Komunitas juga menerapkan sistem mentoring yang memasangkan kreator berpengalaman dengan pemula agar proses bimbingan berlangsung intensif dan berkelanjutan. Untuk menguatkan hubungan antar anggota, diadakan kegiatan kolaboratif seperti "konten bareng", hunting foto atau video, dan proyek kelompok kecil, yang hasilnya dipublikasikan melalui media sosial komunitas atau ditampilkan dalam pameran online maupun offline (Komunitas Kreator Konten Jakarta, 2026).

Selain itu, komunitas menyelenggarakan seminar, talkshow, atau mini-summit bersama praktisi industri kreatif serta kegiatan bertema sosial untuk memperluas manfaat bagi masyarakat. Evaluasi rutin dilakukan untuk menilai keaktifan dan kualitas karya

anggota sehingga dapat menjadi dasar penyusunan program berikutnya. Melalui pendekatan yang menekankan pembelajaran, kolaborasi, dan praktik langsung, komunitas ini berkembang menjadi ekosistem kreatif yang produktif dan mampu memberikan bimbingan serta kesempatan berkarya bagi seluruh anggotanya (Indonesia Creator Hub, n.d.).

Secara keseluruhan, hasil ini memperlihatkan bahwa bentuk partisipasi politik Generasi Z cenderung berlangsung di ruang digital melalui aktivitas mencari, membagikan, dan menanggapi informasi politik di media sosial. Media sosial mendorong terbentuknya kesadaran dan keterlibatan politik generasi muda menjelang Pemilu 2024. Peran platform ini tidak hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai ruang partisipasi politik baru yang mencerminkan cara generasi muda menjalankan peran sosial dan politiknya di era digital.

Tabel 2. Perbandingan hasil temuan partisipasi politik generasi Z di beberapa daerah Indonesia

Daerah	Daerah Penelitian	Tahun	Hasil Temuan	Sumber (Judul Jurnal)
Sulawesi Utara	Aertembaga Dua Kota Bitung	2024	Penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap peningkatan partisipasi politik generasi Z dalam pemilihan presiden.	Antameng, N. M., Londa, J. W., Jackelin, L., & Lotulung, H. (2024). <i>Pengaruh Komunikasi Politik Melalui Instagram Terhadap Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pemilihan Presiden 2024 Di Kelurahan Aertembaga Dua Kota Bitung</i> . 1324–1337.
Jawa Tengah	Kota Salatiga	2024	Instagram berperan sebagai ruang publik digital yang mempengaruhi persepsi dan sikap politik generasi Z terhadap kontestasi Pilpres 2024.	Anggraeni, S. R., Daru Purnomo, D., & Utomo, A. W. (2024). <i>Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z Dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z Di Kota Salatiga)</i> . 17(1), 20–29.
Sulawesi Selatan	Kota Makassar	2025	Generasi Z di Kota Makassar menunjukkan tingkat kesadaran politik yang tinggi melalui media sosial dan forum digital.	Mutmainna, D., Nurul, & Taibe, P. (2025). <i>Suara Gen Z : Persepsi Politik dan Partisipasi Politik di Kota Makassar</i> . 5(1), 296–302. https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5829
Jawa Timur	Kabupaten Jember	2024	Paparan informasi media sosial memengaruhi tingkat kepercayaan pemilih pemula terhadap penyelenggaraan Pilkada 2024.	Suyono, & Akbar, M. (2024). <i>Terpaan Informasi Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Pemilih Pemula Pilkada Kabupaten Jember 2024</i> . 08(02), 195–210. https://doi.org/10.32528/mediakom.v8i02.3783

Daerah	Daerah Penelitian	Tahun	Hasil Temuan	Sumber (Judul Jurnal)
Nusa Tenggara Barat	Kota Mataram	2024	Strategi komunikasi KPU yang berbasis digital efektif meningkatkan kesadaran dan partisipasi pemilih pemula di Kota Mataram.	Kusmala, M., Nur, M. J., & Riyayanatasya, Y. W. (2024). <i>Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Mataram Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 202</i>

Berdasarkan tabel di atas, dijelaskan bahwa pengaruh media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik sangat tinggi. Terutama platform seperti, Instagram dimana Gen Z banyak memperoleh informasi dan membuat keputusan berdasarkan informasi tersebut. Paparan informasi paslon yang dicantumkan pada media sosial sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan bagi pemilih pemula terhadap paslon. Dapat dikatakan bahwa Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh generasi z menjelang pemilu 2024.

Penelitian (Antameng et al, 2024) di Aertembaga Dua Kota Bitung, dan (Anggraeni et al, 2024) di Kota Salatiga menemukan bahwa Instagram menjadi ruang publik digital yang dapat meningkatkan literasi politik serta mempengaruhi persepsi dan sikap politik generasi z. Dimana generasi z tidak lagi pasif dalam mengonsumsi informasi melainkan, ikut serta dalam menyebarkan pesan politik dan mengkritisi kebijakan publik melalui konten digital. Penelitian (Mutmainna et al, 2025) di Kota Makassar dan (Suyono & Akbar, 2024) di Kabupaten Jember menemukan bahwa media sosial dan forum digital dapat menjadi wadah untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat secara aktif sehingga dapat mengekspresikan pandangan masyarakat. Dan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap paslon. Maka dari itu, perlunya pemaparan informasi yang jelas, tepat, dan berkualitas sehingga menunjukkan adanya kejujuran dalam proses demokrasi.

Dan, penelitian (Kusmala et al, 2024) di Kota Mataram menemukan bahwa KPU Kota Mataram memanfaatkan komunikasi digital bukan sekadar alat politik, tetapi strategi untuk memperluas partisipasi, meningkatkan transparansi, dan mendorong pemilih pemula memahami hak serta kewajibannya. Secara keseluruhan, penelitian menegaskan bahwa media sosial khususnya Instagram, memiliki pengaruh besar dalam membentuk kesadaran, literasi, dan partisipasi politik Gen Z di berbagai daerah Indonesia. Efektivitasnya tetap bergantung pada kualitas informasi, strategi komunikasi, serta kemampuan generasi muda dalam menafsirkan dan menyaring pesan politik yang mereka terima.

Di era digital saat ini, politik tidak hanya bersaing melalui ruang debat maupun kampanye, tetapi juga memanfaatkan media sosial sebagai platform terbaru untuk berinteraksi lebih luas. Di saat seperti inilah muncul buzzer politik yang mampu mengubah persepsi masyarakat dengan cepat. Profesi buzzer memiliki dua kategori yaitu buzzer yang dilakukan secara sukarela dan sesuai permintaan (Hasna & Huwaida, 2024). Dalam praktiknya buzzer sering dilirik oleh para tokoh-tokoh politik untuk memenangkan pilpres, pilkada dan lainnya. Mereka bekerja dengan memanfaatkan algoritma platform untuk

menjangkau lebih banyak orang hingga meningkatkan interaksi. Mereka menggunakan teknik penyebaran informasi secara persuasif. Dan mereka menjalankan tugas sesuai skenario yang telah dibuat sedemikian rupa untuk membentuk persepsi publik. Fenomena ini berkaitan dengan pola konsumsi dan penyebaran informasi politik di media sosial, terutama di kalangan Generasi Z, yang menjadi target utama dari berbagai strategi komunikasi digital, termasuk aktivitas buzzer. Paparan konten politik yang dipengaruhi oleh keberadaan buzzer ini turut membentuk dinamika interaksi politik anak muda di ruang digital.

Dalam konteks Pemilu 2024, kecenderungan ini semakin tampak ketika Gen Z lebih aktif merespons, mendiskusikan, dan membagikan informasi politik melalui media sosial dibandingkan berpartisipasi langsung dalam kegiatan politik. Arus informasi yang cepat selama masa kampanye membuat mereka semakin sadar terhadap isu politik, meskipun keterlibatannya tetap dominan di dunia online. Selain itu, banyaknya konten kreatif yang muncul selama Pemilu 2024, seperti video singkat, gambar penjelasan sederhana, dan opini dari para kreator, juga membuat Gen Z lebih mudah memahami isu yang sedang berkembang. Namun dalam perkembangan ini juga mendatangkan beberapa masalah, seperti fenomena buzzer pada pemilu serentak 2024 yang melonjak tinggi sehingga menimbulkan ancaman serius terhadap demokrasi, seperti polarisasi sosial, penyebaran hoax, dan manipulasi video (TATU, 2025).

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial oleh Generasi Z tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran dan refleksi politik. TikTok dan Instagram muncul sebagai dua platform yang paling berpengaruh dalam memperluas akses informasi politik serta membentuk kesadaran kolektif di kalangan anak muda (Paranita et al, 2024). Meski demikian, bentuk partisipasi yang muncul sebagian besar masih bersifat simbolik, seperti memberikan tanggapan, menyukai unggahan, atau menyebarkan konten politik, dan belum banyak yang berlanjut pada tindakan politik nyata di lapangan. Kondisi ini menggambarkan karakteristik generasi digital yang lebih nyaman mengekspresikan partisipasinya di ruang online daripada melalui aktivitas politik langsung.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori peran yang dikemukakan oleh (Soekanto, 2012), yang menyatakan bahwa peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan sosial di mana individu menjalankan hak dan kewajibannya sesuai posisi dalam masyarakat. Berdasarkan teori tersebut, penggunaan media sosial oleh Generasi Z dapat dipahami sebagai bentuk pelaksanaan peran sosial dan politik di ruang digital. Media sosial menjadi wadah bagi mereka untuk berperan sebagai penyebar informasi, pengkritik kebijakan, dan pendukung kandidat. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang partisipasi politik modern yang mencerminkan perubahan pola perilaku politik generasi muda di Indonesia.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat berpengaruh dalam membentuk partisipasi politik Generasi Z pada Pemilu Serentak 2024. Temuan ini menunjukkan adanya pergeseran bentuk partisipasi politik dari partisipasi konvensional menuju partisipasi berbasis digital. Media sosial terutama platform seperti TikTok dan Instagram Generasi Z memperoleh informasi politik dengan cara yang lebih cepat dan interaktif. Generasi Z lebih aktif menyampaikan pendapat, berdiskusi, dan mengikuti isu politik melalui ruang digital dibandingkan terlibat langsung dalam kegiatan politik seperti kampanye atau sosialisasi. Bentuk partisipasi mereka seperti menyebarkan konten politik, berkomentar, unggahan ulang konten, penggunaan tagar dan berdiskusi menjadi bentuk baru partisipasi politik. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan kebijakan literasi digital dan pendidikan politik pada Generasi Z agar dapat memilah dan mentelaah informasi dengan baik.

Meskipun media sosial berhasil meningkatkan kesadaran politik Generasi Z, partisipasi politik mereka masih dominan di dunia digital. Oleh karena itu, edukasi politik dan literasi digital tetap perlu diperkuat agar Generasi Z dapat berpartisipasi tidak hanya secara online tetapi juga dalam proses demokrasi yang nyata. Contohnya terbentuknya komunitas konten creator di beberapa daerah yang terinspirasi dari konsep Indonesia Creator Hub dan JCC Community.

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan subjek penelitian dengan melibatkan karakteristik Generasi Z yang lebih beragam. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat mengkaji kualitas partisipasi politik digital, khususnya sejauh mana aktivitas politik Generasi Z di media sosial.

Ucapan Terimakasih

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga artikel jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terimakasih kepada informan Gen z dan pekerja Gen z dalam pengerjaan artikel jurnal ini. Penulis berharap jurnal ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi pembaca.

Daftar Pustaka

- Akmal S, M., Rafni, A., Suryanef, S., & Hasrul, H. (2024). Kendala dan upaya KPU dalam meningkatkan literasi politik generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 4(3), 618–629. <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i3.556>
- Anggraeni, S. R., Daru Purnomo, D., & Utomo, A. W. (2024). Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z Dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z Di Kota Salatiga). *17*(1), 20–29.
- Antameng, N. M., Londa, J. W., Jackelin, L., & Lotulung, H. (2024). Pengaruh Komunikasi Politik Melalui Instagram Terhadap Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pemilihan Presiden 2024 Di Kelurahan Aertembaga Dua Kota Bitung. 1324–1337.

- Ardian, L. N., Siregar, H., & Nainggolan, C. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan Presiden 2024. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 753–761.
- Athallah, R. E., Khairunnisa, A., & Safitri, D. (2025). Tagar sebagai Praktik Perlawanan Digital Warga : Strategi Diskursif dalam # TolakRUUTNI di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 15, 31–56.
- Aulia, N. C., & Fridiyanti, Y. N. (2025). Peran Instagram Dalam Partisipasi Politik Generasi Muda Di Pemilu 2024. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 11(1), 269–276.
- Aulia, S. K., Saragih, S. Z., Adi, P. N. & Hubi, Z. B. (2024). Tinjauan Peran Pendidikan Politik dalam Kehidupan Demokrasi. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(2), 1461–1470.
- Creswell, J. W. (2019). Educational Research. In Paul A. Smith (Ed.), *Pearson Education*.
- Diazzaki, Y. F., & Mubarak, A. (2024). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi-Z Pada Pemilu Tahun 2024. 05(02), 1–12.
- Hasna, N. M., & Huwaida, Z. N. (2024). Dampak Buzzer Politik dalam Demokrasi Digital. *Researchgate*, 1. https://www.researchgate.net/profile/Nisrina-Hasna/publication/390873803_Dampak_Buzzer_Politik_dalam_Demokrasi_Digital/inks/6800fbf2df0e3f544f4281e2/Dampak-Buzzer-Politik-dalam-Demokrasi-Digital.pdf
- Indonesia Creator Hub. (n.d.). *Suara Para Pikiran Kreatif*. Indonesia Creator Hub. Retrieved January 4, 2026, from https://indonesiacreatorhub.com/?utm_source=
- Iryanti, I. (2023). Peran Pemilih Pemula yang Responsif dalam Mewujudkan Penyelenggaraan Pemilu 2024. 12–20.
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2025). *IMDI 2025 Naik ke 44,53, Indonesia makin Cakap Digital*. KOMDIGI: Kementerian Komunikasi Dan Digital.
- Komunitas Kreator Konten Jakarta. (2026). *Profil Komunitas JCC*. JAKARTA CONTENT CREATOR COMMUNITY.
- Kurniawan, M. R., Erawati, D., Setiawan, H., & Harmain, H. (2023). Digitalisasi: strategi komunikasi KPU dalam meningkatkan partisipasi gen z pada pemilu 2024. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 1375–1390. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6206>
- Kusmala, M., Nur, M. J., & Riyayanatasya, Y. W. (2024). Strategi Komunikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Mataram Untuk Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Dalam Menggunakan Hak Pilih Pada Pemilihan Umum 2024.
- Lestari, V. D., Kumalasari, A., & Kasiami, S. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Kampanye Pemilu 2024: Perspektif Pengguna Tiktok. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6, 30–37.
- Mutmainna, D., Nurul, & Taibe, P. (2025). *Suara Gen Z : Persepsi Politik dan Partisipasi Politik di Kota Makassar*. 5(1), 296–302. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5829>
- Nabila, V., Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2025). *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Literasi Politik Gen Z pada Pilkada 2024 di Kabupaten Garut The Influence of Instagram on the Political Literacy of Gen Z in the 2024 Regional Elections in Garut Regency*. 14(2), 269–285.

- Nafisah, D. A., & Bakhri, S. (2024). *Partisipasi Politik Generasi Z: Analisis Kritis terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Pemilu 2024*. 1(2), 36–50.
- Paranita, S., Rahmawati, D., & Nurdayani, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Generasi Z pada Pemilihan Presiden 2024. *Civic Education and Social Science Journal (CESSJ)*, 6, 168–180.
- Rahmawati, Y., Lestari, B. P., Saputra, D. K., Surya, R., Lingga, D., & Siti, L. (2025). *Kemandirian Generasi Z dalam Politik: Studi Tentang FoMO dan Media Sosial*. 1, 1–12.
- Ridwanto, A., Haryanti, N., Meifilina, A., Balitar, U. I., & Blitar, K. (2025). *Peran Sosialisasi Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pada Pilkada 2024 Di Kota Blitar*. 3(9).
- Safitri, I., Sitompul, K. P., & Sembiring, V. (2025). *Partisipasi Generasi Muda Dalam Komunikasi Politik Pada Pemilu 2024 Di Desa Medan Estate Kecamatan Percut Sei Tuan* JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]. 6(2), 960–964.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi: suatu pengantar*.
- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2015). *Sosiologi Suatu Pengantar* (47th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyono, & Akbar, M. (2024). *Terpaan Informasi Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Pemilih Pemula Pilkada Kabupaten Jember 2024*. 08(02), 195–210. <https://doi.org/10.32528/mediakom.v8i02.3783>
- Tatu, I. D. L. (2025). *Analisis Propaganda Buzzer Politik di Indonesia dengan Tinjauan Relasi Kuasa Michel Foucault*. IFTK LEDALERO.
- Yanti, S., Hudi, I., Asmawati, T., Putri, A., Astuti, W. P., Hayat, R. H., Aryandi, M. Z., & Zulparidi. (2024). Analisis Peran Dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 2.