

# **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PARTISIPASI POLITIK GENERASI Z DALAM PEMILU 2024 DI JAWA TENGAH**

**Faizal Achmad, Ida Hayu Dwimawanti**

Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro  
Jalan Prof. Soedarto, S. H., Tembalang, Kota Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407, Faksimile (024) 7455407

Laman : [www.fisip.undip.ac.id](http://www.fisip.undip.ac.id) Email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

---

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik generasi z dalam pemilu 2024 di Jawa Tengah dengan pendekatan survei kuantitatif terhadap 100 responden. Hasil analisis menunjukkan hubungan kuat antara pemanfaatan media sosial dan partisipasi politik ( $R = 0,911$ ;  $R^2 = 82,9\%$ ;  $0,001 < 0,05$ ), dengan kontribusi signifikan media sosial dalam meningkatkan keterlibatan politik aktif. Generasi Z menunjukkan kesadaran tinggi terhadap isu politik, dengan skor partisipasi 85,18%, menggunakan media sosial untuk berdiskusi, berbagi informasi, dan memengaruhi wacana publik. Namun, tantangan berupa misinformasi dan *echo chambers* menyoroti pentingnya literasi media dan pendidikan politik yang memadai. Penelitian ini merekomendasikan penguatan ekosistem digital yang mendukung partisipasi inklusif, agar Generasi Z dapat berperan sebagai agen perubahan dalam memperkuat demokrasi di Indonesia.

**Kata Kunci:** Generasi Z, Media Sosial, Partisipasi Politik, Pemilu 2024

## ABSTRACT

*This study examines the influence of social media on the political participation of Generation Z in the 2024 General Election in Central Java, using a quantitative survey method involving 100 respondents. The findings reveal a strong relationship between social media utilization and political participation ( $R = 0.911$ ;  $R^2 = 82.9\%$ ;  $0,001 < 0.05$ ), with social media significantly enhancing active political engagement. Generation Z demonstrates a high level of political awareness, with a participation score of 85.18%, leveraging social media platforms to discuss issues, share information, and influence public discourse. However, challenges such as misinformation and the formation of echo chambers underscore the importance of adequate media literacy and political education. This research recommends strengthening a digital ecosystem that fosters inclusive participation, enabling Generation Z to act as agents of change and contribute to advancing democracy in Indonesia.*

*Keywords: 2024 General Election, Generation Z, social media, political participation,*

## PENDAHULUAN

Partisipasi politik merupakan elemen penting dalam memperkuat sistem demokrasi, terutama melalui pemilu sebagai wujud nyata keterlibatan masyarakat dalam menentukan arah kebijakan negara. Dalam konteks Indonesia, Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, memiliki potensi besar sebagai kekuatan politik dengan jumlah signifikan dalam demografi pemilih. Data dari Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia (KPU) menunjukkan bahwa sekitar 22,85% dari Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pemilu 2024 berasal dari kelompok ini. Potensi besar ini menempatkan Generasi Z sebagai salah satu kelompok kunci dalam menentukan keberhasilan demokrasi di Indonesia.

Namun, terdapat tantangan yang signifikan dalam memastikan keterlibatan aktif Generasi Z dalam politik. Sebagai generasi yang tumbuh dengan akses mudah terhadap teknologi, khususnya media sosial, mereka lebih sering terpapar informasi politik secara insidental daripada secara proaktif mencarinya. Fenomena ini menciptakan dualitas: di satu sisi, media sosial dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan kesadaran politik, tetapi di sisi lain, intensitas informasi yang tinggi juga berisiko menyebabkan polarisasi, misinformasi, dan kelelahan mental. Kajian literatur sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam mengenai dampak media sosial terhadap partisipasi politik. Wolfsfeld et al. (2015) mengemukakan bahwa paparan informasi politik

yang kaya melalui media sosial meningkatkan partisipasi politik. Sebaliknya, Gustafsson (2012) menemukan bahwa media sosial saja tidak cukup untuk memotivasi individu yang tidak aktif secara politik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Jawa Tengah. Fokus penelitian terletak pada pemahaman bagaimana media sosial memengaruhi kesadaran, motivasi, dan perilaku politik kelompok ini. Dengan pendekatan survei kuantitatif terhadap 100 responden, penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan utama: sejauh mana media sosial memengaruhi partisipasi politik Generasi Z? Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara media sosial dan partisipasi politik, serta faktor-faktor yang memediasi atau menghambat hubungan tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini mengacu pada konsep partisipasi politik sebagaimana didefinisikan oleh Verba dan Nie, yang menekankan pada aktivitas warga negara untuk memengaruhi pengambilan keputusan politik. Selain itu, teori literasi digital juga menjadi landasan penting untuk memahami sejauh mana Generasi Z mampu memanfaatkan media sosial secara efektif dalam konteks politik. Penelitian ini juga mengadopsi perspektif administrasi publik untuk mengkaji bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai alat pemberdayaan politik dalam masyarakat modern.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi politik dan digital, khususnya di kalangan generasi muda. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan oleh pemerintah, penyelenggara pemilu, dan lembaga pendidikan untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi akademisi, tetapi juga bagi praktisi dan pembuat kebijakan yang berkomitmen untuk memperkuat demokrasi di Indonesia.

## **METODE**

Bagian ini menjelaskan langkah-langkah yang diambil dalam pelaksanaan penelitian, meliputi:

### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan rancangan survei kuantitatif untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik Generasi Z. Rancangan ini dipilih untuk mendapatkan data yang dapat diukur secara statistik sehingga memungkinkan analisis hubungan antara variabel bebas (penggunaan media sosial) dan variabel terikat (partisipasi politik).

### **B. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Jawa Tengah dan berpotensi menjadi pemilih pada Pemilu 2024. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden berusia antara

17 hingga 26 tahun. Sebanyak 100 responden dipilih untuk merepresentasikan populasi ini.

### **C. Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen**

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dirancang berdasarkan kerangka teoritik terkait penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Kuesioner ini terdiri dari tiga bagian utama: (1) karakteristik demografis responden; (2) intensitas penggunaan media sosial; dan (3) tingkat partisipasi politik. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji terlebih dahulu sebelum distribusi kuesioner untuk memastikan keandalan data yang dikumpulkan.

### **D. Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan pola penggunaan media sosial mereka. Selanjutnya, analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji hubungan antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan signifikansi statistik digunakan untuk menilai kekuatan dan arah hubungan antara kedua variabel tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Media sosial (X)

Media Sosial merupakan sebuah platform digital yang memfasilitasi interaksi sosial antar pengguna. Selain sebagai alat komunikasi, media sosial juga berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan publik, termasuk politik dan pemerintahan. Setelah proses pengumpulan data selesai, tahap selanjutnya adalah analisis data terhadap variabel media sosial. Untuk mengetahui skor dalam prosentase dapat dilakukan dengan cara Skor Maksimum diperoleh dengan mengalikan skor skala tertinggi dengan jumlah responden. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur media sosial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Partisipasi

Generasi Z cukup aktif dalam mendiskusikan politik di media sosial dengan 47% responden sering memposting konten politik, meskipun frekuensi tinggi ini belum tentu mencerminkan kualitas diskursus yang mendalam atau berkelanjutan.

Generasi Z aktif berkomentar tentang politik di media sosial (49%), menunjukkan minat terhadap isu publik, meski intensitas tinggi ini mungkin lebih bersifat reaktif dan dangkal daripada hasil pemahaman mendalam atau komitmen politik jangka panjang.

Mayoritas generasi Z (44%) sangat setuju bahwa media sosial memengaruhi partisipasi mereka dalam pemilu, meskipun skor tinggi (85,4%) ini perlu ditinjau lebih dalam untuk memahami apakah keterlibatan tersebut berupa interaksi dangkal atau partisipasi politik yang bermakna dan berkelanjutan.

#### 2) Keterbukaan

Sebanyak 44% generasi Z bersedia mengikuti akun politik dengan pandangan berbeda, menunjukkan keterbukaan yang dapat memperkaya wawasan politik, meskipun perlu diteliti apakah hal ini menghasilkan interaksi kritis atau hanya sekadar eksposur pasif tanpa dampak signifikan pada pemahaman politik.

Sebanyak 51% generasi Z sangat setuju untuk berdiskusi dengan pandangan berbeda, mencerminkan keterbukaan yang dapat mengurangi polarisasi, meskipun perlu kajian lebih lanjut untuk memastikan bahwa keterbukaan ini berujung pada diskusi konstruktif dan berkontribusi pada partisipasi politik yang lebih matang dalam pemilu 2024.

Sebanyak 43% generasi Z menunjukkan keterbukaan tinggi terhadap berbagai perspektif politik di media sosial, dengan skor rata-rata 83,6%, yang mencerminkan potensi positif dalam mengurangi polarisasi dan mendorong diskusi inklusif, meskipun perlu kajian

lebih lanjut untuk memastikan keterbukaan ini berkontribusi pada partisipasi politik yang lebih aktif dan kritis dalam pemilu 2024.

### 3) Percakapan

Sebanyak 52% generasi Z terlibat sangat sering dalam diskusi politik mendalam di media sosial, dengan skor 86,6, menunjukkan kesadaran politik yang tinggi, meskipun diperlukan analisis lebih lanjut untuk memastikan kualitas diskusi dan dampaknya terhadap sikap serta tindakan pemilih di pemilu 2024.

Sebanyak 36% generasi Z setuju bahwa diskusi politik di media sosial meningkatkan pemahaman isu, dengan skor 79,6, yang menunjukkan potensi positif, meskipun kualitas informasi yang dibagikan perlu dievaluasi lebih lanjut untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan akurat, serta dampaknya pada perilaku pemilih di pemilu 2024.

Sebanyak 42% generasi Z sangat setuju terlibat dalam percakapan politik di media sosial, dengan skor 83,1%, menunjukkan keterlibatan aktif yang berpotensi meningkatkan kesadaran politik, meskipun perlu analisis lebih lanjut mengenai kualitas percakapan dan dampaknya terhadap sikap serta perilaku pemilih di pemilu 2024.

### 4) Komunitas

Sebanyak 53% generasi Z sangat setuju bergabung dalam grup diskusi politik online, dengan skor 88,2%, menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap dialog politik di media sosial, meskipun perlu kajian lebih lanjut mengenai kualitas diskusi dan dampaknya terhadap sikap serta perilaku politik mereka dalam pemilu 2024.

Sebanyak 56% generasi Z setuju bahwa komunitas online memengaruhi pandangan politik mereka, dengan skor 81, menunjukkan kesadaran tinggi akan peran komunitas digital, meskipun perlu analisis lebih lanjut tentang kualitas diskusi dan dampaknya terhadap sikap serta partisipasi politik dalam pemilu 2024.

Sebanyak 47,5% generasi Z setuju bahwa komunitas online berperan penting dalam membentuk keterlibatan politik mereka, dengan skor 84,6%, menunjukkan potensi positif dalam memperkuat pemahaman politik dan partisipasi, meskipun perlu analisis lebih lanjut mengenai dinamika komunitas, kualitas informasi, dan dampaknya terhadap sikap serta pengambilan keputusan politik dalam pemilu 2024.

### 5) Saling Terhubung

Sebanyak 54% generasi Z memiliki banyak teman yang membahas isu politik di media sosial, dengan skor 87,8%, menunjukkan lingkungan sosial yang mendukung keterlibatan politik,

meskipun perlu kajian lebih lanjut mengenai potensi terjadinya echo chamber dan dampaknya terhadap pemahaman serta partisipasi politik dalam pemilu 2024

Hasil analisis menunjukkan bahwa 52% responden mengakui pengaruh signifikan teman di media sosial terhadap pilihan politik mereka, dengan skor total 80,6%, menandakan peran jejaring sosial yang penting dalam membentuk keputusan politik generasi Z. Meskipun demikian, fenomena ini mengundang pertanyaan tentang sifat pengaruh tersebut, apakah mendorong keterlibatan politik yang lebih inklusif atau justru menciptakan homogenitas. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana interaksi sosial di media sosial dapat mempengaruhi partisipasi politik secara positif, terutama dalam pemilu 2024.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai indikator saling terhubung, sebanyak 43,5% responden setuju dengan pernyataan ini, sementara hanya 1% yang sangat tidak setuju, menghasilkan skor rata-rata 84,2% yang masuk dalam kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan sosial di media sosial berperan penting dalam membangun komunikasi dan interaksi, serta memperkuat keterlibatan politik generasi Z. Meskipun demikian, penting

untuk mengeksplorasi lebih lanjut dampak hubungan tersebut terhadap pandangan politik individu, apakah mendukung diskusi yang inklusif atau justru memperkuat bubble informasi yang membatasi perspektif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan diperlukan untuk memahami bagaimana interaksi sosial ini dapat mendorong partisipasi politik yang lebih konstruktif dan membuka ruang bagi sikap politik yang lebih kritis pada pemilu 2024.

Generasi Z di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan partisipasi politik yang sangat baik dengan skor 84,18% dalam pemanfaatan media sosial, mencerminkan kesadaran dan keterlibatan yang tinggi dalam proses politik, meskipun tantangan seperti penyebaran informasi yang bias dan kebutuhan akan literasi media yang lebih baik tetap perlu dihadapi untuk memastikan dampak positif dalam demokrasi.

#### B. Partisipasi Politik (Y)

Partisipasi politik mencakup keterlibatan aktif dalam proses politik, seperti mengikuti kampanye, berbagi informasi politik, berdiskusi, dan memberikan suara dalam Pemilu melalui media sosial atau cara lainnya. Setelah proses pengumpulan data selesai, tahap selanjutnya adalah analisis data terhadap variabel partisipasi politik. Untuk

mengetahui skor dalam presentase dapat dilakukan dengan cara Skor Maksimum diperoleh dengan mengalikan skor skala tertinggi dengan jumlah responden.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur **partisipasi politik (Y)** dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Pemberian Suara

Berdasarkan data mengenai "Pentingnya menggunakan hak suara dalam pemilu," mayoritas responden, yang kemungkinan besar merupakan generasi Z, menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya partisipasi politik, dengan 86,6% memberikan respons positif, meskipun masih ada sekelompok kecil yang kurang antusias atau tidak setuju, yang mencerminkan perlunya edukasi dan kampanye lebih lanjut untuk memperkuat partisipasi dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan data mengenai perasaan tanggung jawab untuk memilih pemimpin yang baik, hampir separuh responden, yaitu 49%, menyatakan "Sangat Setuju," menunjukkan kesadaran tinggi di kalangan generasi Z tentang pentingnya memilih pemimpin berintegritas, meskipun ada sebagian kecil yang masih skeptis, yang mengindikasikan perlunya peningkatan literasi politik melalui media sosial untuk

memperkuat partisipasi dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan data mengenai komitmen untuk hadir di tempat pemungutan suara, mayoritas responden (45%) menunjukkan niat positif untuk berpartisipasi langsung dalam pemilu, mencerminkan kesadaran tinggi di kalangan generasi Z, meskipun masih ada sebagian kecil yang tidak setuju, yang menunjukkan perlunya strategi lebih lanjut, seperti edukasi dan sosialisasi di media sosial, untuk meningkatkan partisipasi politik mereka dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan analisis deskriptif mengenai pemberian suara, mayoritas responden (44%) menyatakan "Sangat Setuju" untuk berpartisipasi, mencerminkan antusiasme generasi Z dalam menggunakan hak pilih mereka, dengan rata-rata skor 86% yang menunjukkan kesiapan mereka untuk berpartisipasi dalam Pemilu 2024, meskipun kelompok kecil yang "Tidak Setuju" menunjukkan adanya potensi hambatan yang perlu diatasi melalui kampanye media sosial yang lebih inklusif dan persuasif.

#### 2) Kampanye

Berdasarkan data mengenai ketertarikan generasi Z terhadap kegiatan kampanye politik, 48% responden menyatakan "Sangat Setuju," menunjukkan minat yang signifikan terhadap kampanye



politik, yang dipengaruhi oleh peran media sosial dalam menyebarkan informasi dan menyediakan ruang diskusi interaktif, meskipun 3% responden yang "Tidak Setuju" menunjukkan adanya kelompok yang skeptis, yang mengindikasikan perlunya strategi kampanye lebih inklusif di media sosial untuk menjangkau semua segmen generasi Z dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan data mengenai kesediaan generasi Z untuk menyebarkan informasi politik, 42% responden menyatakan "Sangat Setuju," menunjukkan antusiasme dan kesiapan mereka untuk berperan aktif dalam menyebarkan informasi politik melalui media sosial, dengan skor keseluruhan 83 yang menunjukkan partisipasi politik yang baik, meskipun diperlukan edukasi digital untuk memastikan penyebaran informasi yang akurat dan bertanggung jawab dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan analisis deskriptif mengenai indikator kampanye, mayoritas responden (45%) menyatakan "Sangat Setuju" terhadap ketertarikan dan partisipasi mereka dalam kampanye politik, mencerminkan minat yang signifikan di kalangan generasi Z untuk terlibat dalam aktivitas kampanye, dengan skor keseluruhan 83,1%, yang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif untuk mengaktifkan

partisipasi politik generasi Z, meskipun diperlukan strategi komunikasi yang inklusif dan edukatif untuk menjangkau kelompok yang lebih skeptis atau apatis.

### 3) Diskusi Politik

Berdasarkan data mengenai kesenangan generasi Z dalam berdiskusi tentang isu-isu politik, 45% responden menyatakan "Setuju," mencerminkan minat yang tinggi untuk terlibat dalam diskusi politik, dengan skor keseluruhan 84,4% yang menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam memperluas ruang diskusi, meskipun penting untuk mengembangkan literasi politik dan digital guna menghindari bias informasi dan echo chamber, sehingga mendorong partisipasi politik yang lebih bermakna dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan hasil analisis mengenai kesediaan generasi Z untuk mengikuti perkembangan berita politik melalui media sosial, 45% responden menyatakan "Sangat Setuju," mencerminkan tingkat kesadaran politik yang tinggi dan kecenderungan mereka untuk memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi politik, dengan skor total 85,4% yang menunjukkan partisipasi aktif dalam mencari dan mengevaluasi konten berita, meskipun penting untuk mengembangkan literasi media agar mereka dapat menyaring

informasi secara efektif dan bertanggung jawab dalam Pemilu 2024.

Berdasarkan data mengenai pandangan generasi Z tentang pentingnya diskusi politik, 51% responden menyatakan "Sangat Setuju," menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z menganggap diskusi politik sebagai cara efektif untuk memahami isu-isu terkini, dengan skor total 88,2% yang menunjukkan keterlibatan aktif mereka dalam percakapan politik, meskipun penting untuk mengedukasi mereka tentang cara berpartisipasi dalam diskusi yang sehat dan mengevaluasi sumber informasi, agar dapat berkontribusi secara efektif dalam menciptakan lingkungan diskusi yang berbasis fakta pada Pemilu 2024.

Berdasarkan analisis deskriptif mengenai indikator diskusi politik, 45% responden menyatakan "Sangat Setuju" dengan pentingnya berdiskusi tentang isu-isu politik, mencerminkan bahwa mayoritas generasi Z aktif berpartisipasi dalam diskusi untuk memperkaya pemahaman mereka, dengan skor total 86% yang menunjukkan pengakuan terhadap nilai diskusi politik sebagai sarana memperluas wawasan, meskipun perlu diwaspadai risiko penyebaran informasi yang bias, yang menuntut pentingnya literasi media dan politik untuk mendukung diskusi yang sehat dan berbasis fakta pada Pemilu 2024.

#### 4) Kelompok Kepentingan

Berdasarkan analisis mengenai perasaan perlu terlibat dalam kegiatan sosial untuk mewujudkan perubahan, 49% responden menyatakan "Sangat Setuju," dengan skor total 87,4 yang menunjukkan kesadaran tinggi generasi Z terhadap pentingnya partisipasi dalam kegiatan sosial sebagai sarana menciptakan perubahan positif, yang didorong oleh media sosial, meskipun partisipasi yang efektif memerlukan pemahaman yang mendalam dan keterampilan dalam berorganisasi serta berkomunikasi.

Berdasarkan analisis mengenai keyakinan generasi Z bahwa bergabung dalam kelompok dapat membuat suara mereka lebih didengar, 49% responden menyatakan "Setuju," dengan total skor 83,2 yang menunjukkan pemahaman kuat tentang pentingnya kolektivitas dalam memperkuat suara individu. Hal ini mencerminkan keyakinan bahwa keterlibatan dalam kelompok atau komunitas dapat meningkatkan pengaruh dalam konteks sosial dan politik. Media sosial berperan penting dalam mendorong kolaborasi dan mobilisasi, namun penting untuk memilih kelompok yang sejalan dengan nilai dan aspirasi individu. Pemahaman kritis terhadap dinamika kelompok diperlukan agar generasi Z dapat mengarahkan suara

kolektif mereka dengan bijak, terutama pada Pemilu 2024.

Berdasarkan analisis deskriptif mengenai kelompok kepentingan, 44,5% responden menyatakan "Setuju," dengan rata-rata skor keseluruhan 85,3%, menunjukkan kesadaran tinggi generasi Z terhadap pentingnya keterlibatan dalam kelompok kepentingan untuk memperjuangkan aspirasi politik. Dominasi tanggapan positif ini mencerminkan pemahaman bahwa partisipasi kolektif dapat meningkatkan pengaruh dalam pengambilan keputusan. Media sosial memainkan peran penting dalam membangun jaringan dan menyebarkan informasi terkait kelompok kepentingan. Namun, meskipun ada semangat kolektivitas, penting bagi generasi Z untuk memiliki pemahaman kritis terhadap dinamika dan tujuan kelompok yang mereka pilih, guna memastikan bahwa partisipasi mereka mendukung proses demokrasi yang inklusif dan representatif pada Pemilu 2024.

Penelitian tentang partisipasi politik generasi Z di Provinsi Jawa Tengah menunjukkan hasil signifikan dengan skor 85,18%. Hal ini mencerminkan kesadaran dan partisipasi aktif generasi Z dalam proses demokrasi, terutama pemilu. Faktor utama yang mendukung partisipasi ini adalah penggunaan media

sosial untuk diskusi politik dan penyebaran informasi. Generasi Z juga menunjukkan tanggung jawab sosial dengan terlibat dalam kegiatan sosial untuk memperkuat suara individu dan mempengaruhi kebijakan.

Namun, meskipun partisipasi tinggi, kualitasnya perlu diperhatikan. Pendidikan politik dan literasi media penting agar generasi Z dapat menganalisis isu politik secara kritis. Penggunaan media sosial sebagai sarana diskusi juga dapat menimbulkan tantangan, seperti penyebaran informasi bias dan terbentuknya echo chambers, yang memerlukan keterampilan literasi media untuk menyaring informasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z di Jawa Tengah siap berkontribusi dalam pemilu 2024, tetapi perlu dukungan dalam meningkatkan literasi politik dan menciptakan ruang diskusi yang inklusif dan konstruktif.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian kuantitatif mengenai pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi Z di Jawa Tengah, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. **Signifikansi Statistik:** Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik generasi Z (nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ ).

2. **Keterlibatan Politik:** Generasi Z memiliki tingkat keterlibatan politik tinggi (85,18%) dan aktif dalam kegiatan politik, terutama Pemilu 2024.
3. **Pemanfaatan Media Sosial:** Generasi Z memanfaatkan media sosial secara intensif untuk berdiskusi dan berbagi informasi politik (84,18%).
4. **Hubungan Media Sosial dan Partisipasi:** Terdapat hubungan kuat antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik ( $R = 0,911$ ,  $R^2 = 82,9\%$ ).
5. **Peran Diskusi Politik:** 51% responden merasa diskusi politik di media sosial membantu memahami isu terkini.
6. **Pemahaman Kolektif:** 49% responden menganggap partisipasi kolektif penting untuk perubahan sosial-politik.
7. **Kualitas Partisipasi:** Kualitas partisipasi bergantung pada pemahaman isu politik, yang memerlukan peningkatan literasi politik.
8. **Keterlibatan Demokrasi:** Generasi Z di Jawa Tengah menunjukkan potensi besar dalam memperkuat demokrasi.
9. **Rekomendasi Literasi Media:** Penting untuk meningkatkan literasi politik dan media agar generasi Z dapat terlibat secara kritis dan konstruktif.
10. **Peran Agen Perubahan:** Generasi Z berpotensi menjadi agen perubahan yang signifikan melalui pemanfaatan media sosial.

## Saran

1. a **Penguatan Literasi Media dan Politik untuk Generasi Z:**
  - a) Program literasi media perlu dirancang untuk meningkatkan kemampuan generasi Z dalam memilah informasi yang valid dan membedakan berita yang kredibel dari hoaks.
  - b) Pendidikan literasi politik yang lebih mendalam perlu dilakukan melalui kurikulum pendidikan formal maupun informal, sehingga generasi muda lebih memahami isu politik dengan perspektif kritis.
2. **Peningkatan Kolaborasi antara Pemerintah dan Platform Media Sosial:**
  - a) Pemerintah dan penyedia platform media sosial dapat berkolaborasi untuk menciptakan fitur khusus yang mendukung edukasi politik, penyaringan informasi, dan meminimalisir penyebaran misinformasi.
  - b) Platform media sosial bisa menghadirkan fitur *fact-checking* yang mudah diakses dan dipahami, serta meningkatkan transparansi algoritma agar

mengurangi terbentuknya *echo chamber*.

### 3. Memfasilitasi Ruang Diskusi Politik yang Terbuka dan Moderat:

- a) Dibutuhkan lebih banyak forum atau komunitas daring yang netral, di mana generasi Z dapat berdiskusi tanpa adanya polarisasi atau bias yang berlebihan. Forum ini dapat difasilitasi oleh lembaga-lembaga independen atau akademis yang menjaga netralitas.
- b) Diskusi yang melibatkan tokoh politik, akademisi, dan organisasi non-profit juga dapat memberikan wawasan yang lebih obyektif dan membangun keterlibatan yang lebih produktif.

### 4. Peningkatan Akses pada Sumber Informasi Politik yang Akurat dan Independen:

- a) Pemerintah dan media perlu berperan aktif dalam menyediakan konten politik yang netral, khususnya menjelang pemilu, sehingga informasi politik yang tersebar di media sosial memiliki kualitas yang baik dan bersumber dari informasi yang diverifikasi.

- b) Platform edukasi berbasis jurnalistik yang menjelaskan proses politik dan pemilu dengan bahasa yang lebih sederhana dan visual yang menarik dapat ditingkatkan agar menarik minat generasi muda.

### 5. Peningkatan Kesadaran akan Risiko dari *Echo Chamber* dan *Filter Bubble*:

- a) Diperlukan kampanye yang lebih intensif mengenai risiko keterbatasan perspektif akibat *echo chamber* dan *filter bubble*. Ini bisa dilakukan melalui kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang dekat dengan generasi Z.
- b) Kampanye ini juga perlu menekankan pentingnya keterbukaan terhadap perbedaan pendapat dan keberagaman perspektif dalam memahami isu politik.

### 6. Dorongan Partisipasi Kolektif dengan Pendampingan:

- a) Melihat tingginya kesadaran generasi Z akan pentingnya partisipasi kolektif, program pendampingan politik yang difasilitasi oleh lembaga pemerintah maupun organisasi masyarakat perlu digiatkan.

Pendampingan ini membantu generasi Z dalam mengorganisir aspirasi mereka serta meningkatkan kapasitas mereka dalam advokasi dan dialog politik yang efektif.

## 7. Harapan untuk Penelitian Selanjutnya:

- a) Penelitian ini menunjukkan optimisme akan peran generasi Z dalam demokrasi melalui media sosial. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan adanya eksplorasi lebih lanjut mengenai pengaruh spesifik dari berbagai jenis konten media sosial terhadap keterlibatan politik. Studi mendalam juga diperlukan untuk memahami bagaimana faktor-faktor sosio-demografis dan budaya lokal memengaruhi cara generasi Z berpartisipasi dalam politik. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam tentang interaksi antara generasi muda, teknologi, dan politik serta memberikan rekomendasi yang lebih spesifik untuk meningkatkan partisipasi politik yang konstruktif dan berkelanjutan.

- Abu Huraerah. 2011. *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora
- Adi, Isbandi Rukminto. (2007). *Perencanaan partisipatoris berbasis aset komunitas: dari pemikiran menuju penerapan*. Depok: FISIP UI Press.
- Anggraeni, D. M., & Sunarso. (2022). Persepsi Tentang Kampanye Politik Melalui Media Sosial dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada Kabupaten Sleman tahun 2020. *Jurnal E-Civics\_Student UNY: Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Hukum*, 11(03), 272–283.
- Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. G. E. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.1-12>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34–44. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Budiardjo, Miriam (2012). *Partisipasi dan Partai Politik*. Jakarta: Gramedia, 1982
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik*, Universitas Tulungagung, 9(1), 140–157. Retrieved from <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>
- Dwitama, M. I., Hakiki, F. A., Sulastri, E., Usni, U., & Gunanto, D. (2022). Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 3(1), 53. <https://doi.org/10.24853/independen.3.1.53-66>
- Evita, N. (2023). GENERASI Z DALAM PEMILU: POLA BERMEDIA GENERASI Z DALAM PENCARIAN INFORMASI POLITIK. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola*

## DAFTAR PUSTAKA

- Pemilu Indonesia*, 5(1), 47–66.  
<https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.1051>
- Evita, N. (2023). GENERASI Z DALAM PEMILU: POLA BERMEDIA GENERASI Z DALAM PENCARIAN INFORMASI POLITIK. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 47–66.  
<https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.1051>
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of Media and Social Media Use in Generation Z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 195–214.
- Febriansyah, M. (2015). *Studi Tentang Partisipasi Masyarakat Dalam Program Keluarga Berencana Di Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara*. *Jurnal Administrasi Negara*, 3(3), 874–884
- Gustafsson, N. (2012). The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation. *New Media and Society*, 14(7), 1111–1127.  
<https://doi.org/10.1177/1461444812439551>
- Hamonongan, A. J., Fauzias, A. A., & Arlington, P. (2022). Tingkat Partisipasi Pemilih dan Pengambilan Kebijakan di Indonesia. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia .  
<https://setkab.go.id/tingkat-partisipasi-pemilih-dan-pengambilan-kebijakan-di-indonesia/>
- Hamzah, Radja Erland. (2015). Penggunaan Media Sosial di Kampus Dalam Mendukung Pembelajaran Pendidikan. *Wacana Jurnal Ilmiah*. 2015; 14(1): 45-70
- Intyaswati, D. (2021). Peran Media Massa Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilihan Umum 2019. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 25(2), 140–149.  
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.142>
- Keban, Yeremias T. 2008. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik: Konsep, Teori, Dan Isu*. Gava Media, Yogyakarta.
- Mardikanto, Poerwoko Soebiato. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat*, Bandung: Alfabeta.
- Mas'oed, Mohtar, dan Colin McAndrews. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1991.
- Mulyati, Ani. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nur Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57.  
<https://doi.org/10.24114/jupiiis.v10i1.8407>
- Oktama Andriyendi, D., & Fitria Dewi, S. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 101(1), 2798–6020.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jecc.o.v3i1.172>
- Pardana, D. (2023). Pengaruh Media Sosial Dalam Memprediksi Partisipasi Perilaku Pemilih Pemula Pada Pemilihan Umum 2024. *AT TARIIZ : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(01), 36–44.  
<https://doi.org/10.62668/attariiz.v2i01.533>
- Pasolong, Harbani. (2008). *Teori Administrasi Negara* Bandung: CV. Alfabeta.
- Putri, W., Nurwati, N., & s, M.B. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU REMAJA.
- Putricia, N. D., Febriyanti, A. I., Puteri, N. D., Syukriya, A. R., & Puspita, A. M. I. (2024). tуди Literatur: Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers). *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial Dan Ilmu Politik*, 1(2), 74–82.
- Razaqa, M. K., Prawira, F. R., & Santoso, G. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 01(02), 132–141.
- Rizki Putra, T., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222.  
<https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>
- Robin, P., Alvin, S., & Hasugian, T. (2022). Gen-Z Perspective on Politics: High Interest,

- Uninformed, and Urging Political Education. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 11(3), 183–189. <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i3.2550>
- Saputra, N. A., & Erowati, D. (2021). Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 845–852. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.413>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, F. (2020). Media Sosial Dan Partisipasi Politik Milenial Riau. *Jdp (Jurnal Dinamika Pemerintahan)*, 3(1), 65–84. <https://doi.org/10.36341/jdp.v3i1.1158>
- Wasesa, Silih. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wilcox, M., & Woods, J. (2011). Participation as a basis for developing early intervention outcomes. *Language, speech, and hearing services in schools*, 42 3, 365-78 .
- Wolfsfeld, G., Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2016). Political information repertoires and political participation. *New Media and Society*, 18(9), 2096–2115. <https://doi.org/10.1177/1461444815580413>
- Yanti, S., Hudi, I., Asmawati, T., Putri, A., & Pira, W. (2024). Analisis Peran Dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Administrasi Publik*, 2(1).
- Yulianti, Yoni. 2012. *Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perkotaan*. Padang : Universitas Andalas
- Zempi, C. N., Kuswanti, A., & Maryam, S. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Pengetahuan Politik Masyarakat. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 116–123. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.5286>