

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kajian komunikasi mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari komunikasi antarpribadi hingga komunikasi massa. Salah satu cabang kajian komunikasi yang terus berkembang dan menjadi penting dalam ranah demokrasi saat ini adalah komunikasi politik. Era digital saat ini, komunikasi politik tidak hanya terjadi dalam ruang konvensional media massa seperti koran atau televisi saja. Saat ini, komunikasi politik berkembang merambah ke ruang-ruang digital, khususnya media baru (internet) seperti media sosial. Transformasi berbagai kajian dan isu politik dari media massa ke media baru merupakan wujud dari implementasi perkembangan teknologi dan komunikasi dalam wacana politik (Dasli, 2019).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa politik nasional terus melaju pada kematangan politik dan penguatan demokrasi. Pemanfaatan media baru, membawa masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam praktik komunikasi politik (Riduan, 2021). Partisipasi politik warga negara merupakan wujud nyata dari kedaulatan rakyat yang mencerminkan sistem demokrasi. Kekuatan esensi demokrasi terbentuk dari sikap warga negara yang terlibat secara aktif dalam kegiatan politik, seperti pemilihan umum (pemilu), diskusi dan perdebatan mengenai perkembangan politik dan kebijakan terkini (Alathur dkk., 2011).

	Overall score	Rank	Change in rank from previous year	I Electoral process and pluralism	II Functioning of government	III Political participation	IV Political culture	V Civil liberties
Jamaica	6.74	49	-4	8.75	6.43	5.00	5.00	8.53
Montenegro	6.73	50	2	8.75	7.14	6.67	3.75	7.35
Philippines	6.63	51	2	8.75	4.64	8.33	4.38	7.06
Dominican Republic	6.62	52	9	9.17	5.00	7.22	4.38	7.35
Mongolia	6.53	53	6	8.75	5.71	6.67	5.63	5.88
Argentina	6.51	54=	0	9.17	5.00	6.11	3.75	8.53
Hungary	6.51	54=	-4	8.75	5.71	4.44	6.88	6.76
Croatia	6.50	56	2	9.17	6.07	6.11	4.38	6.76
Brazil	6.49	57	-6	9.58	5.00	6.11	5.00	6.76
Namibia	6.48	58	-1	7.42	5.36	6.67	5.00	7.94
Indonesia	6.44	59	-3	7.92	6.79	7.22	5.00	5.29
Colombia	6.35	60	-5	9.17	5.71	6.11	3.13	7.65

Gambar 1. 1 Indeks Demokrasi

Sumber: The Economist Intelligence Unit (EIU) tahun 2024

Abijar As'adillah Sudrajat, 2025

PENGARUH KONTEN POLITIK DI MEDIA SOSIAL MELALUI PENGETAHUAN POLITIK TERHADAP PARTISIPASI POLITIK GEN-Z

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

The Economist Intelligence Unit (EIU), lembaga riset dan analisis yang berasal dari London, Inggris, merilis data bahwa skor demokrasi di Indonesia pada tahun 2024 sebesar 6,44. Pada tahun sebelumnya, yaitu tahun 2023 indeks demokrasi Indonesia berada pada skor 6.5. Data tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan indeks demokrasi Indonesia dari tahun ke tahun, sehingga berdasarkan skor tersebut Indonesia berada pada kategori *flawed democracy* atau demokrasi yang cacat. Dari 167 negara yang diteliti, Indonesia berada di posisi 59 yang turun tiga peringkat dari tahun sebelumnya di posisi 56. Data tersebut menunjukkan, bahwa sebagai salah satu negara demokrasi terbesar di dunia (Purba, 2021), Indonesia belum menunjukkan indeks demokrasi yang maksimal.

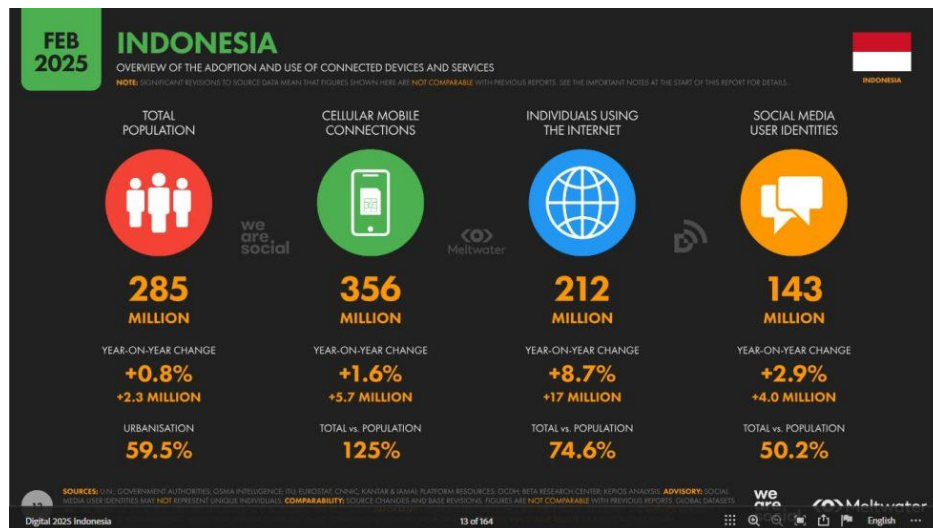
Negara demokrasi tidak cukup diukur berdasarkan kehendak dan persetujuan rakyat, melainkan juga dilihat sejauh mana warga negaranya mampu dan bersedia terlibat dalam proses-proses politik (Fuchs dan Roller, 2018). Negara yang berlandaskan asas demokrasi membutuhkan partisipasi politik rakyatnya sebagai fondasi yang fundamental dalam mewujudkan keseimbangan dan keberlangsungan sistem demokrasi. Krusial bagi suatu negara yang menganut sistem demokrasi untuk memberdayakan dan mendorong rakyatnya secara merata untuk aktif berpartisipasi dan terlibat dalam segala aktivitas politik. Partisipasi dan keterlibatan politik yang aktif, dapat mencerminkan suatu kesuksesan demokrasi sesuai kehendak dan kemauan rakyat (Triono, 2017). Partisipasi politik yang merata terlihat dari keterlibatan aktif berbagai generasi, salah satunya yaitu Gen-Z yang menjadi kekuatan baru dalam ranah politik

Gen-Z berperan penting dalam memperkuat partisipasi politik di Indonesia. Dari data yang dirilis oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU), Gen-Z muncul sebagai kekuatan politik yang penting. Generasi ini menjadi generasi ketiga dengan jumlah pemilih terbanyak sebanyak 46,8 juta dalam pemilu tahun 2024. Fenomena tersebut menunjukkan transformasi dalam lanskap politik, di mana Gen-Z membawa urgensi dalam mengisi layar demokrasi.

Partisipasi politik Gen-Z merefleksikan betapa pentingnya suara individu dalam menentukan arah masa depan negara. Pemilu dan Pemilihan Kepala Daerah

(Pilkada) di tahun 2024 menjadi sarana di mana generasi ini dapat berkontribusi langsung dalam merumuskan kepemimpinan dan kebijakan yang akan membentuk masyarakat di masa yang akan datang. Gen-Z membawa suasana baru dalam wacana politik, di mana mereka menyuarakan aspirasi dan pandangannya dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital. Generasi tersebut dikenal sebagai *digital natives* yaitu generasi yang tumbuh di era teknologi digital dan globalisasi, mempunyai akses yang lebih besar terhadap informasi dan komunikasi serta memiliki kemampuan untuk mengekspresikan pendapatnya secara luas (Maqbool dkk., 2020).

Sebagai bagian dari *digital natives*, kehidupan Gen-Z tak bisa dipisahkan dari teknologi dan internet. Fenomena tersebut menyebabkan munculnya paradigma baru mengenai cara mengakses dan mencari informasi, salah satunya informasi politik. Era digital sangat memanjakan para individu dalam memenuhi dan mengakses kebutuhan informasi, salah satunya melalui media sosial (Puspianto, 2022).



Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia
Sumber: Laporan Hootsuite (We Are Social) Tahun 2025

Media sosial kini menjadi suatu hal yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Tercatat per Februari 2025 bahwa terdapat 143 juta pengguna media sosial di Indonesia. Data tersebut yang dilansir dari laporan

Hootsuite (We Are Social) menunjukkan bahwa 50.2% dari total populasi di Indonesia adalah pengguna aktif media sosial. Angka tersebut mengungkapkan bahwa media sosial berperan sebagai platform utama untuk komunikasi, informasi, dan hiburan.



Gambar 1.3 Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia
 Sumber: Katadata berdasarkan laporan We Are Social tahun 2025

Berdasarkan laporan We Are Social edisi Februari 2025, salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram dengan proporsi pengguna sebanyak 85,3% yang menempati posisi kedua. Tingginya angka tersebut, Instagram menjadi platform strategis untuk berbagai industri. Salah satunya yaitu industri media dan *entertainment*, di mana media sosial digunakan untuk membangun komunikasi dengan masyarakat. Dengan berbagai fitur yang dimiliki Instagram, pengemasan konten politik yang menarik, informatif, dan mudah diakses berpotensi mempengaruhi pola pikir, pengetahuan, dan perilaku penggunaannya (Larsson, 2021).

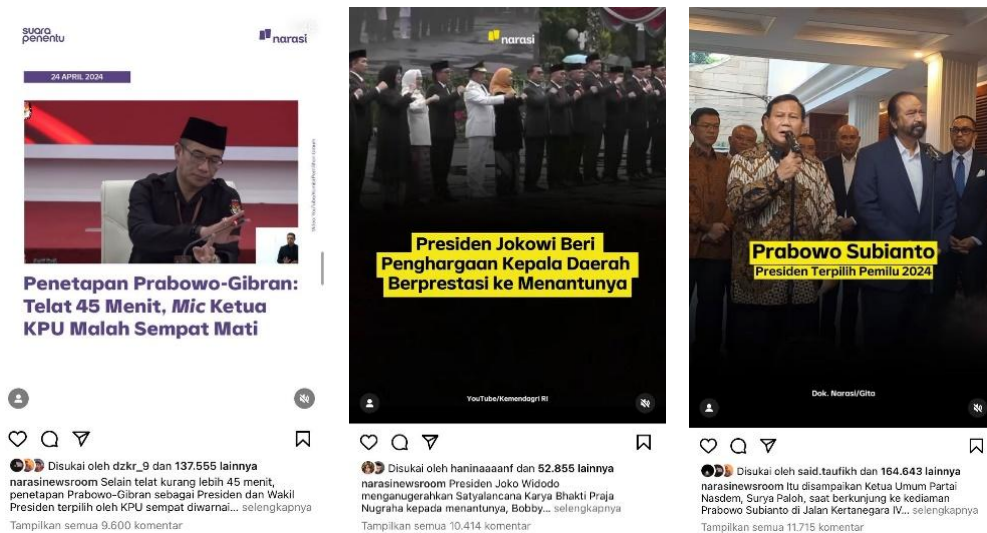
Semakin sering sebuah media memproduksi konten di Instagram maka besar kemungkinan juga untuk memiliki pengikut yang banyak. Seperti halnya akun Instagram @narasinewsroom yang sudah memiliki banyak sekali pengikut hingga mencapai 1,7 juta per tanggal 3 Mei 2025. Dengan jumlah pengikut hingga mencapai lebih dari satu juta, membuktikan bahwa masyarakat banyak yang tertarik dengan konten politik di akun instagram @narasinewsroom.



Gambar 1.4 Profil Akun Instagram @narasinewsroom

Sumber: Akun Instagram @narasinewsroom

Akun @narasinewsroom merupakan bagian dari Narasi TV, yang aktif di platform Instagram dan Twitter. @narasinewsroom merupakan program berita yang secara rutin membagikan *hard news* dalam bentuk gambar dan video yang aktual dan faktual. Konten yang disajikan meliputi investigasi, penjelasan, dan kisah-kisah. Salah satu fokus pemberitaan utama pada akun @narasinewsroom adalah politik dan berbagai berita yang relevan dengan Indonesia (Kustiawan dkk., 2022).



Gambar 1. 5 Konten dan Interaksi Politik akun @narasinewsroom

Sumber: Akun Instagram @narasinewsroom

Per tanggal 3 Mei 2025, akun Instagram @narasinewsroom telah mengunggah sebanyak 21.400 konten. Setiap unggahannya mengundang interaksi politik seperti mendapatkan ribuan hingga ratusan ribu penonton, dan banyak pengguna yang aktif memberikan komentar dan menyampaikan opininya di kolom komentar.

Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori Model Komunikasi Mediasi (*Communication Mediation Model*) dengan perspektif O-S-O-R (*Orientation-Stimulus-Oriented-Response*). Teori ini mengasumsikan bahwa efek komunikasi tidak secara langsung mempengaruhi partisipasi politik seseorang, tetapi dimediasi oleh faktor lain seperti diskusi politik, pemrosesan informasi, dan pengetahuan politik (Shah dkk., 2007). Model O-S-O-R dalam *Communication Mediation Model* menunjukkan bahwa individu mempunyai orientasi awal sebelum menerima stimulus dari media, kemudian terjadi perubahan orientasi setelah menerima informasi, yang pada akhirnya mempengaruhi respons atau tindakan. Individu tidak langsung terpengaruh oleh stimulus media, tetapi melalui proses internalisasi dan interaksi sebelum menentukan respons mereka. Model O-S-O-R terdiri dari empat elemen utama: orientasi awal (O1), yang mencerminkan Gen-Z pengikut akun Instagram @narasinewsroom mengikuti akun tersebut untuk memperoleh informasi politik; stimulus (S), yaitu terpaan informasi politik dari

media sosial seperti akun Instagram @narasinewsroom; orientasi baru (O2), yang menggambarkan perubahan pengetahuan setelah menerima stimulus; dan respons akhir (R), yang menimbulkan partisipasi politik Gen-Z. Dengan demikian, penggunaan teori *Communication Mediation Model* dengan perspektif O-S-O-R dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana terpaan informasi politik di akun Instagram @narasinewsroom dapat mempengaruhi partisipasi politik Gen-Z dengan peran pengetahuan politik sebagai mediator.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Polii dkk (2020) menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap partisipasi generasi millennial. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwidara (2022) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan rendah antara media sosial akun Instagram dan partisipasi politik generasi millennial.

Research gap tersebut menunjukkan kebutuhan untuk lebih mendalam dalam memahami peran media sosial khususnya Instagram, dalam membentuk partisipasi politik. Faktor-faktor yang memungkinkan perbedaan temuan antara penelitian Dwidara (2022) dan Polii dkk (2020) perlu dieksplorasi lebih lanjut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memberikan kebaruan berupa penambahan variabel mediator yaitu pengetahuan politik guna menggali lebih dalam tentang kompleksitas hubungan antara media sosial dan partisipasi politik. Penambahan variabel pengetahuan politik didasarkan pada penelitian (Agus dkk., 2020) di mana temuannya menyatakan bahwa pengetahuan politik berpengaruh positif terhadap partisipasi politik. Selain itu subjek penelitian Gen-Z juga menjadi *novelty* untuk memperluas pemahaman mengenai dampak media sosial pada partisipasi politik di kalangan generasi yang lebih muda dan mendominasi saat Pemilu dan Pilkada tahun 2024.

Pengetahuan politik menjadi fondasi yang memberdayakan individu untuk terlibat secara aktif dalam proses politik, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat partisipasi politik (Purba dkk, 2023). Pengetahuan politik memberikan landasan untuk membaca, menganalisis, dan mengevaluasi informasi politik dengan kritis. Individu yang memiliki pengetahuan politik, yang baik lebih

mungkin menyadari pentingnya hak dan tanggung jawab mereka dalam sistem demokrasi, sehingga mendorong mereka untuk aktif berpartisipasi dalam pemilu, diskusi politik, atau kegiatan politik lainnya.

Pengetahuan politik dalam penelitian ini berperan sebagai variabel mediator yang dapat mempengaruhi secara positif atau negatif pada pengaruh terpaan konten politik di media sosial terhadap partisipasi politik Gen-Z. Jika hubungan yang dihasilkan tersebut positif artinya makin tinggi pengetahuan politik seseorang maka makin kuat pula pengaruh terpaan konten politik di media sosial terhadap partisipasi politik, namun jika hubungan yang dihasilkan negatif artinya makin tinggi pengetahuan politik seseorang maka makin lemah pengaruh terpaan konten politik di media sosial terhadap partisipasi politik.

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, penelitian pengaruh terpaan konten politik di media sosial terhadap partisipasi politik Gen-Z dimediasi oleh pengetahuan politik dianggap penting. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih dalam terkait pengaruh konten politik di media sosial terhadap partisipasi politik Gen-Z, tetapi juga memberikan pandangan baru terhadap peran pengetahuan politik sebagai variabel mediator.

1.2 Rumusan Masalah

Pada umumnya rumusan masalah dibuat untuk merumuskan permasalahan yang akan dibahas pada pembahasan dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Apakah terdapat pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap pengetahuan politik?
- 1.2.2 Apakah terdapat pengaruh dari pengetahuan politik terhadap partisipasi politik Gen-Z?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap partisipasi politik Gen-Z?

- 1.2.4 Apakah terdapat pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap partisipasi politik Gen-Z melalui pengetahuan politik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dibuat untuk dapat menjawab hal-hal yang menjadi pertanyaan pada rumusan masalah. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Menganalisis pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap pengetahuan politik
- 1.3.2 Menganalisis pengaruh dari pengetahuan politik terhadap partisipasi politik Gen-Z
- 1.3.3 Menganalisis pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap partisipasi politik Gen-Z
- 1.3.4 Menganalisis pengaruh dari konten politik pada akun Instagram @narasinewsroom terhadap partisipasi politik Gen-Z melalui pengetahuan politik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat memiliki manfaat baik secara teoritis, kebijakan, manfaat isu dan aksi sosial, maupun secara praktis bagi kehidupan manusia. Maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru dalam khazanah keilmuan komunikasi khususnya mengenai konten politik di media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik Gen-Z melalui pengetahuan politik.

1.4.2 Manfaat Kebijakan

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi gambaran bagi pihak manapun dalam melakukan pembuatan konten politik dalam platform Instagram maupun media sosial lainnya terhadap partisipasi politik Gen-Z yang dimediasi oleh pengetahuan politik di Indonesia.

1.4.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki topik yang sama untuk melihat permasalahan ini dari sudut pandang yang lebih luas.

1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi atensi masyarakat dalam lingkup sosial mengenai pengaruh yang akan terjadi atas terpaan konten politik di media sosial terkhusus Instagram terhadap partisipasi politik Gen-Z yang dimediasi pengetahuan politik.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengaruh terpaan konten politik di media sosial khususnya Instagram terhadap partisipasi politik Gen-Z dengan melibatkan pengetahuan politik sebagai variabel mediator. Subjek penelitian ini adalah Gen-Z, generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2007, yang menjadi kelompok pemilih signifikan dalam Pemilu dan Pilkada tahun 2024 di Indonesia. Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @narasinewsroom, yang dikenal sebagai salah satu kanal penyedia informasi politik populer. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk menganalisis hubungan antar variabel. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, dengan responden yang merupakan pengikut akun Instagram @narasinewsroom sekurang-kurangnya selama enam bulan.