

Peran Media Sosial Instagram dalam Mendorong Partisipasi & Literasi Politik Gen-Z di Kota Lhokseumawe

Yuliana Restiviani¹; Oknita²; Syailendra Reza Irwansyah Rezeki³; Rita Zahara⁴

¹yrestiviani@uinsuna.ac.id, Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe

²oknita@uinsuna.ac.id, Universitas Islam Negeri Sultanah Nahrasiyah Lhokseumawe

Politeknik Pariwisata Batam, Universitas Tjut Nyak Dien Medan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial Instagram dalam mendorong partisipasi dan literasi politik Generasi Z (Gen-Z) di Kota Lhokseumawe dengan menggunakan Teori Kultivasi (Cultivation Theory) sebagai landasan teoretis. Teori ini menjelaskan bahwa paparan media secara berulang dan berkelanjutan dapat membentuk persepsi dan sikap individu terhadap realitas sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Lhokseumawe yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki kesadaran politik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang digital penting bagi Gen-Z dalam mengekspresikan pandangan politik melalui fitur *follow*, *like*, *comment*, *share*, dan *mention* yang mendorong keterlibatan politik tidak langsung namun berkelanjutan. Meskipun demikian, terdapat kesenjangan literasi politik digital, khususnya dalam membedakan informasi faktual dan konten kampanye yang bias. Temuan ini menegaskan relevansi Teori Kultivasi dalam menjelaskan bagaimana paparan konten politik di Instagram dapat membentuk persepsi dan preferensi politik Gen-Z.

Kata kunci: Instagram, Generasi Z, Teori Kultivasi, Komunikasi Digital, Literasi Politik

Abstract: *This study aims to analyze the role of Instagram in promoting political participation and literacy among Generation Z (Gen-Z) in Lhokseumawe City, Indonesia, using Cultivation Theory as its theoretical foundation. The theory assumes that repeated and continuous exposure to media content can shape individuals' perceptions and attitudes toward social realities. This research employs a qualitative descriptive approach, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving students from the Islamic Communication and Broadcasting Department (KPI) at IAIN Lhokseumawe who actively use Instagram and possess political awareness. The findings reveal that Instagram serves as a vital digital space for Gen-Z to express political views through features such as follow, like, comment, share, and mention, enabling indirect yet sustained political engagement. However, the study identifies a gap in digital political literacy, particularly in distinguishing factual information from biased or manipulative campaign content. These results reaffirm the*

relevance of Cultivation Theory in explaining how continuous exposure to political content on Instagram can shape Gen-Z's political perceptions and preferences at the local level.

Keywords: *Instagram, Generation Z, Cultivation Theory, Digital Communication, Political Literacy*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi digital dan penetrasi media sosial telah mengubah cara pandang masyarakat dalam mengakses informasi, berinteraksi dan berpartisipasi dalam ruang publik. Di Indonesia, platform digital bukan hanya medium visual untuk berbagi gaya hidup, melainkan juga ruang untuk mengkonsumsi berita, kampanye politik, dan aktivitas advokasi. Dalam aktifitas sehari-hari, saat ini ketersediaan unggahan cerita (*Stories*) atau *reels* yang memuat potongan berita, *infographic* tentang kebijakan lokal, atau ajakan untuk mendaftar sebagai pemilih muda dapat kita lihat secara masif dan mudah.

Sebagai segmen pemilih terbesar di Indonesia, Generasi Z, mereka yang lahir antara 1997–2012 berkontribusi terhadap lebih dari 55 % total daftar pemilih tetap pada Pemilu 2024 (KPU, 2023), sedangkan Kota Lhokseumawe, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di Aceh, memiliki komposisi demografis yang menunjukkan dominasi usia produktif dan kelompok muda. Data yang di release oleh BPS dalam *Kota Lhokseumawe Dalam Angka 2024* menunjukkan bahwa penduduk berusia 15–29 tahun mencapai sekitar 27,4% dari total populasi (BPS Kota Lhokseumawe, 2024). Dari data demografis menunjukkan bahwa Gen Z memiliki proporsi signifikan penduduk usia produktif BPS Kota Lhokseumawe, 2024). sehingga Kondisi ini menjadikan Gen-Z sebagai segmen pemilih yang sangat menentukan (*swing voters*) dalam penyelenggaraan pemilu kontemporer di tingkat kota (KPU, 2023) provinsi dan nasional.

Generasi ini dikenal sebagai *digital natives* yang tumbuh dalam lingkungan digital dan mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi, termasuk isu politik dan kebijakan publik. Menurut Reuters dalam publikasinya menyampaikan bahwa, Instagram menempati posisi utama sebagai platform visual yang dominan di kalangan Gen-Z Indonesia (Reuters Institute, 2024). Interaksi ringan, dari sekadar menekan tombol *like* hingga membagikan ulang kiriman kandidat, adalah bukti bahwa perangkat visual yang ringkas telah menjadi antarmuka utama politik bagi Generasi Z. Platform- digital, seperti Instagram, telah bertransformasi dari sekadar medium berbagi gaya hidup menjadi kanal utama konsumsi berita dan mobilisasi aktivitas politik, yang secara fundamental mengubah format literasi dan diskursus politik karena sifatnya yang *visual-centric*.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer di kalangan anak muda Indonesia, memainkan peran signifikan dalam penyebaran informasi politik berbasis visual. Laporan *Digital News Report 2024* oleh Reuters Institute for the Study of

Journalism juga menunjukkan bahwa 42% Gen-Z di Indonesia memperoleh informasi politik melalui platform visual seperti Instagram dan TikTok (Reuters Institute, 2024), Demikian juga dengan Gen Z kota Lhokseumawe. Pola konsumsi ini mengindikasikan pergeseran dari media konvensional ke media digital berbasis citra, yang lebih cepat, emosional, dan interaktif.

Penetrasi internet yang meningkat dan aktivitas daring yang tinggi di kalangan remaja dan mahasiswa menjadikan Lhokseumawe sebagai representasi menarik dari tren digitalisasi politik di daerah, Generasi muda di Lhokseumawe semakin aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk mengikuti isu politik, figur publik, dan kampanye elektoral. Namun, data dari Komisi Independen Pemilihan (KIP) Lhokseumawe menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih muda masih di bawah rata-rata nasional pada Pemilu 2019 dan 2024, menandakan adanya kesenjangan antara keterlibatan digital dan partisipasi politik nyata.

Fenomena ini menunjukkan paradoks: meningkatnya keterpaparan terhadap informasi politik di Instagram tidak selalu diikuti peningkatan literasi politik dan partisipasi politik. Banyak pengguna Gen-Z aktif berinteraksi dengan konten politik di Instagram melalui *stories*, *reels*, atau akun influencer politik namun sering kali tanpa pemahaman kritis terhadap isu yang dibahas. Format visual yang dominan di Instagram dapat memperkuat *emotional framing*, menurunkan perhatian pada substansi, dan memperlemah kemampuan analitis (Venus, Intyaswati, Ayuningtyas, & Lestari, 2025). Dominasi *visual framing* memperkuat reaksi emosional dan mengurangi kemampuan analitis pengguna dalam memahami konteks politik yang lebih kompleks (Venus et al., 2025). Hal ini diperkuat oleh data Komisi Independen Pemilihan (KIP) Lhokseumawe, yang menunjukkan bahwa partisipasi pemilih muda pada Pemilu 2019 dan 2024 masih di bawah rata-rata nasional, menandakan adanya kesenjangan antara keterlibatan digital dan partisipasi politik nyata.

Untuk memahami fenomena keterlibatan politik generasi muda di media sosial, penelitian ini berangkat dari landasan Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) yang dikemukakan oleh George Gerbner dan Larry Gross (1976). Teori ini berasumsi bahwa paparan media secara terus-menerus dapat memengaruhi persepsi, keyakinan, dan sikap individu terhadap realitas sosial, bukan melalui pesan tunggal, tetapi melalui pola representasi yang berulang dalam jangka panjang. Dalam konteks era digital, teori ini tetap relevan untuk menjelaskan bagaimana paparan konten politik di media sosial seperti Instagram dapat menumbuhkan persepsi tertentu tentang politik, kandidat, dan proses demokrasi di kalangan generasi muda.

Melalui algoritma yang menampilkan konten serupa secara berulang, Instagram menciptakan efek “penyuburan” persepsi, di mana pengguna terutama Gen-Z secara tidak sadar mulai membentuk pandangan politik berdasarkan intensitas dan frekuensi konten yang mereka lihat (Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2018). Dalam konteks Indonesia,

fenomena ini tercermin dari temuan APJII (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi sumber utama informasi politik bagi pemilih muda. Penelitian Kholil (2021) juga menegaskan bahwa media digital memiliki potensi besar dalam membentuk kesadaran politik masyarakat, terutama melalui simbol, narasi, dan citra yang terus direproduksi di ruang digital. Dengan demikian, Teori Kultivasi memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana eksposur berkelanjutan terhadap konten politik di Instagram dapat membentuk literasi, persepsi, dan partisipasi politik Gen-Z, baik secara sadar maupun tidak sadar.

Berbagai penelitian menunjukkan hubungan yang kompleks antara penggunaan media sosial dan partisipasi politik di kalangan generasi muda. Temuan Lestari (2024) di Kota Lhokseumawe memperlihatkan adanya korelasi positif antara intensitas penggunaan Instagram dan tingkat partisipasi politik pemilih muda, terutama dalam konteks *awareness* terhadap isu kampanye dan figur politik lokal. Hasil serupa dikemukakan oleh Monica (2024) di Kabupaten Langkat yang menemukan bahwa meskipun Gen-Z cenderung aktif mengikuti akun politik, mereka kerap kesulitan membedakan konten informasi politik yang bersifat edukatif dari konten propaganda dan kampanye. Kondisi ini memperkuat temuan *Digital News Report 2024* dari Reuters Institute yang menyebutkan rendahnya tingkat kepercayaan publik terhadap informasi politik di platform digital, terutama di kalangan usia muda yang lebih rentan terhadap disinformasi dan *echo chambers* (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024).

Studi internasional juga menunjukkan bahwa meskipun media sosial meningkatkan *political exposure* dan peluang untuk berpartisipasi, pengaruhnya terhadap kualitas partisipasi sangat tergantung pada tingkat literasi digital dan politik pengguna. De Zúñiga, Barnidge, dan Diehl (2024) menegaskan bahwa partisipasi politik yang dimediasi media sosial hanya akan berdampak positif ketika disertai kemampuan kritis dalam mengevaluasi kredibilitas informasi dan sumber. De Zúñiga, Barnidge, & Diehl (2024) menegaskan bahwa efek positif media sosial terhadap partisipasi politik baru muncul jika pengguna memiliki kemampuan kritis dalam menilai kredibilitas sumber dan konten. Dalam konteks Indonesia, Nugroho (2023) menemukan bahwa kampanye politik di Instagram lebih menonjolkan aspek estetika dan figur daripada substansi kebijakan, sehingga partisipasi yang muncul cenderung bersifat simbolik (*symbolic participation*), bukan reflektif.

Dari kajian tersebut, tampak jelas adanya *research gap* yang signifikan dalam studi hubungan antara penggunaan media sosial khususnya Instagram dengan komunikasi dan partisipasi politik di tingkat kota atau kabupaten seperti Lhokseumawe. Sebagian besar penelitian sebelumnya di Indonesia masih berfokus pada konteks perkotaan besar seperti Jakarta, Bandung, atau Surabaya, dengan asumsi bahwa pola komunikasi digital bersifat homogen di seluruh wilayah (Lim, 2022; Nugroho, 2023), padahal karakter politik dan budaya di wilayah menengah berbeda signifikan. Di Lhokseumawe, faktor sosial, agama, dan komunitas yang kuat turut memengaruhi dinamika komunikasi politik digital

(Suharyanto & Fitriyah, 2023). Dengan demikian, diperlukan penelitian yang mengintegrasikan konteks lokal dan teori komunikasi digital untuk memahami bagaimana Instagram menjadi arena pembelajaran dan partisipasi politik generasi muda di tingkat kota menengah. Penelitian sebelumnya juga cenderung bersifat deskriptif, menggambarkan frekuensi penggunaan media sosial tanpa menganalisis mekanisme komunikasi politik yang terjadi di dalam platform, seperti bagaimana pesan politik dikonstruksi, dimaknai, dan disebarakan melalui jejaring digital (Rahmawati, 2023). Hal ini mengindikasikan perlunya penelitian yang lebih analitis dan teoritis, yang mampu mengungkap hubungan sebab-akibat antara aktivitas komunikasi digital di Instagram dengan partisipasi politik yang lebih bermakna, bukan sekadar aktivitas simbolik atau *clicktivism*.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami peran ruang digital lokal dalam memperkuat demokrasi partisipatif Indonesia. Media sosial tidak lagi hanya sarana informasi, tetapi juga arena deliberasi politik dan pembentukan opini publik (Chadwick, 2023; Mihailidis, 2023). Tanpa literasi politik yang kuat, partisipasi digital Gen-Z berisiko menjadi dangkal dan reaktif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana teori kultivasi dan persepsi politik Gen-Z melalui paparan konten politik di Instagram, dengan harapan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi komunikasi politik digital serta rekomendasi praktis untuk memperkuat literasi politik di daerah.

Tinjauan Pustaka

Teori Kultivasi

Teori yang dianggap relevan dengan penelitian ini adalah **Teori Kultivasi (Cultivation Theory)** yang diperkenalkan oleh George Gerbner dan Larry Gross pada tahun 1976. Teori ini menjelaskan bahwa media tidak secara langsung mengubah perilaku khalayak, tetapi **menyuburkan dan memperkuat pola pandang serta keyakinan sosial melalui paparan berulang**. Gerbner menegaskan bahwa khalayak yang terus-menerus terpapar oleh representasi tertentu dalam media cenderung memandang dunia sesuai dengan gambaran yang dibentuk oleh media, bukan berdasarkan realitas sosial yang sesungguhnya (Gerbner et al., 2002). Dalam era digital, konsep ini semakin relevan karena media sosial seperti Instagram berfungsi sebagai “televisi baru” yang menyajikan realitas dalam format visual dan interaktif. Melalui algoritma, pengguna disuguhkan konten yang terus berulang sesuai preferensi dan interaksi mereka, sehingga menciptakan efek kultivatif digital, di mana persepsi politik, gaya hidup, bahkan identitas sosial terbentuk secara bertahap (Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2021).

Dalam konteks komunikasi politik dan keagamaan di Indonesia, Prof. Dr. Syukur Kholil, M.A. menegaskan bahwa media massa, termasuk media sosial, memiliki kekuatan simbolik dalam membentuk opini publik, perilaku sosial, dan bahkan moralitas umat (Kholil, 2017; 2020). Ia menjelaskan bahwa efek media tidak sekadar informatif, tetapi

juga bersifat normatif dengan menanamkan nilai, pola pikir, dan sikap tertentu dalam kesadaran masyarakat. Pandangan ini sejalan dengan esensi teori kultivasi bahwa media berperan dalam “menyuburkan” pandangan dunia (worldview cultivation), terutama ketika khalayak mengonsumsi pesan yang seragam dan berulang. Dalam konteks penelitian ini, paparan terhadap konten politik di Instagram — baik berupa unggahan tokoh publik, kampanye visual, maupun diskusi isu sosial — secara perlahan membentuk orientasi politik generasi Z di Lhokseumawe. Seperti yang dijelaskan oleh Oeldorf-Hirsch dan Sundar (2022), *visual credibility cues* seperti desain profesional dan simbol keagamaan memperkuat kepercayaan terhadap pesan politik.

Terkait dengan penelitian ini, dapat dipahami bahwa media sosial Instagram pada dasarnya tidak serta-merta memberikan pengaruh langsung terhadap sikap politik generasi Z (Gen-Z) dalam proses pengambilan keputusan saat pemilihan umum. Sebagian besar pengguna cenderung hanya melewati konten politik yang muncul di beranda mereka tanpa memberikan perhatian mendalam. Video atau unggahan politik sering kali dianggap sebagai bagian dari arus informasi yang berlalu begitu saja di tengah banjir konten hiburan dan gaya hidup. Namun, ketika pesan-pesan politik tersebut muncul secara berulang dengan tampilan yang menarik dan dikemas secara persuasif, maka secara perlahan dapat membentuk pola pikir dan sikap tertentu.

Paparan informasi yang terjadi secara terus-menerus, meski tampak sepele, berpotensi menanamkan pengaruh di tingkat bawah sadar. Melalui mekanisme pengulangan, citra, simbol, dan pesan yang disampaikan dalam konten politik di Instagram dapat memperkuat persepsi serta keyakinan pengguna terhadap isu atau figur tertentu. Dengan demikian, pengaruh media sosial tidak terletak pada satu kali tayangan atau pesan tunggal, melainkan pada akumulasi makna yang terbentuk dari interaksi berkelanjutan antara pengguna dan konten yang dikonsumsi.

Media Sosial Instagram

Dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi modern, Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling representatif dalam menggambarkan realitas “*global village*” yang dikemukakan oleh McLuhan (1964). Platform ini menghadirkan ruang komunikasi visual yang memungkinkan pengguna untuk berbagi gambar, video, dan narasi personal yang segera dapat diakses oleh audiens global. Melalui fitur interaktif seperti *stories*, *reels*, dan *live streaming*, pengguna dapat berpartisipasi secara langsung dalam percakapan sosial, politik, dan budaya lintas wilayah tanpa batas geografis (Van Dijk, 2020). Instagram tidak hanya menjadi sarana berbagi pengalaman, tetapi juga menjadi ruang sosial yang membentuk identitas dan makna kolektif.

Aplikasi Instagram (IG) diluncurkan pada tahun 2010, sejak itu aplikasi Instagram (IG) memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Sebagaimana data pengguna media sosial dibawah ini menurut lembaga penelitian *we are social*.

Gambar 1.



Berdasarkan paparan data diatas, diketahui bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia telah mencapai sekitar 5,04 miliar orang, atau sekitar 62,3 persen dari total populasi global. Angka ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang cukup signifikan, dengan penambahan sekitar 266 juta pengguna baru dalam satu tahun terakhir. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat adopsi media sosial terus meningkat secara konsisten, mencerminkan tren global yang menunjukkan ketergantungan masyarakat terhadap platform digital sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan interaksi sosial, dengan kenaikan tahunan sekitar 5,6 persen.

Sementara untuk aktivitas yang kerap dilakukan melalui instagram (IG) yaitu *follow* (ikuti), dengan menekan tombol *follow* maka sesama pengguna Instagram dapat berteman dan saling mengikuti. *Like*, salah satu bentuk ekspresi dengan ikon love atau hati dan merupakan representasi dari ketertarikan pada postingan atau *reels*. Komentar, merupakan kolom untuk menulis komentar atau melihat komentar pengguna lainnya, *share* yang digambarkan dengan ikon pesawat kertas bermanfaat untuk mengirim postingan atau *reels* ke pengguna lain melalui pesan atau membagikannya langsung pada cerita (*story*). Selanjutnya fitur *mention*, yaitu untuk memberi tanda bagi pengguna lain dengan menambah tanda arroba (@) di depan nama akun instagram (IG)nya (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Generasi Z

Klasifikasi antar generasi manusia terus mengalami perkembangan seiring dengan perubahan sosial dan kemajuan teknologi global. Salah satu kelompok yang menjadi perhatian utama dalam kajian sosial kontemporer adalah Generasi Z, atau sering disebut Zoomers, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019; BPS Indonesia, 2023). Generasi ini dikenal sebagai generasi pertama yang sepenuhnya hidup di era digital, di mana internet, media sosial, dan perangkat teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sejak masa kanak-kanak (Turner, 2022). Karena itu, mereka disebut sebagai digital natives, yakni kelompok yang secara alami terbiasa menggunakan teknologi digital untuk berkomunikasi, belajar, bekerja, dan

mengekspresikan diri (Prensky, 2001). Dalam konteks Indonesia, Gen-Z merupakan kelompok demografis terbesar dengan tingkat literasi teknologi paling tinggi, yang menjadikan mereka aktor penting dalam dinamika komunikasi digital dan partisipasi publik (Badan Pusat Statistik, 2023). Dengan karakteristik tersebut, Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pembentuk budaya digital baru yang mengubah cara masyarakat berinteraksi, berpikir, dan memahami dunia di era informasi (Seemiller & Grace, 2019).

Karakteristik utama dari Generasi Z (Gen Z) diantaranya adalah: Ketergantungan Digital dan Kemahiran Teknologi (*Tech-Savvy*), Kemampuan mereka dalam mengoperasikan berbagai platform digital menjadikan mereka generasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi baru (Putra, 2016); Gaya Komunikasi Visual, Cepat, dan Instan, Gen-Z cenderung menyukai komunikasi berbasis visual dengan format yang ringkas dan menarik. Gaya ini menunjukkan bahwa mereka lebih responsif terhadap pesan visual dibandingkan teks panjang (Seemiller & Grace, 2019); Partisipasi Online dan Aktivisme Digital, Media sosial bagi Gen-Z bukan hanya ruang hiburan, tetapi juga arena partisipasi publik dan politik (Yolanda & Halim, 2020); Kerentanan terhadap Filter Bubble, Echo Chamber, dan FOMO, Meskipun Gen-Z dikenal melek teknologi, mereka juga menghadapi tantangan berupa keterjebakan dalam *filter bubble* dan *echo chamber*, di mana algoritma media sosial menyajikan konten yang seragam sehingga mempersempit wawasan politik mereka (Nurhadi, 2017).

Edukasi Pemilih Terhadap Partisipasi & Literasi Politik Gen-Z

Manusia didunia terus mengalami perkembangan dari generasi ke generasi sebagai penerus kehidupan. Manusia yang memiliki akal dan pikiran juga terus mengalami perkembangan kearah yang dianggap lebih baik. Dalam upaya memenuhi kebutuhan dalam mengatur hidup sesama yang lebih teratur, terarah, efektif dan efisien dan mengatur kehidupan yang harmomis dalam kehidupan sesama adalah adanya pemimpin-pemimpin dalam masyarakat. Dipilih oleh masyarakat yang telah memenuhi syarat sebagai pemilih. Diberi kepercayaan untuk memimpin masyarakat dari dari tingkat terkecil seperti tingkat kecamatan sampai dengan presiden sebagai pemimpin tertinggi dalam suatu negara yang dipilih melalui jalur pemilihan umum. Jika merujuk pada Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 bahwa pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih anggota dewan perwakilan rakyat, anggota dewan perwakilan daerah, presiden dan wakil presiden. Dimana dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil dalam negara kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Menurut data dari komisi pemilihan umum (KPU) bahwa pemilih terbanyak di Indonesia pada tahun 2024 adalah Gen-Z dan generasi Millennial. Komisi Pemilihan Umum (KPU) menyatakan bahwa daftar pemilih tetap (DPT) Pemilu tahun 2024 sebanyak 204.807.222 pemilih, Dimana pemilih dari generasi millennial berjumlah 66, 8 juta dan generasi Z berjumlah 46, 8 juta pemilih (Nurrahim, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa secara demografis, termasuk di Kota Lhokseumawe, Gen-Z mencakup hampir separuh dari total populasi pemilih, menjadikannya kelompok yang sangat perlu untuk dijangkau. Oleh karena itu, penyediaan informasi yang akurat mengenai pemilihan umum sangatlah penting. Tujuannya adalah memastikan mereka dapat menggunakan hak pilihnya secara cerdas dan memilih pemimpin yang cakap. Konsekuensinya, Generasi Z adalah sasaran utama kampanye politik, dimana suara mereka memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan negara. Maka yang menjadi bagian penting dari agenda penyelenggara pemilu yaitu memberikan edukasi kepada gen-z sebagai Pemilih untuk menggunakan hak pilihnya. Dan ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan pemilihan tersebut.

Menurut lembaga riset dan penyedia data Populix (2024) sebanyak 28 % generasi Z (Gen-Z) mendapatkan informasi terkait data pemilihan Presiden (Pilpres) melalui media sosial (medsos). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial saat ini merupakan rujukan utama sumber informasi bagi Gen Z, melampaui peran media konvensional seperti televisi dan surat kabar. Platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang diskusi publik tempat pengguna dapat berinteraksi, bertukar pandangan politik, serta mengakses berbagai bentuk konten yang berhubungan dengan kandidat (Populix, 2024). Sebanyak 24 % gen-z menyatakan bahwa kampanye politik dalam pilpres 2024 dapat mengubah pilihan mereka terhadap kandidat tertentu (Prameswari, 2024) Hal ini memperkuat pandangan bahwa interaksi digital melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi, tetapi juga sebagai arena baru dalam pembentukan opini publik dan perilaku politik.

Gambar 2.



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena secara mendalam melalui proses interpretatif terhadap data yang diperoleh di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana penggunaan Instagram membentuk komunikasi dan partisipasi politik generasi Z dalam konteks lokal Kota Lhokseumawe. Metode kualitatif memungkinkan peneliti menangkap makna subjektif, pengalaman sosial, serta dinamika komunikasi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif (Creswell & Poth, 2018). Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi terhadap mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Lhokseumawe yang termasuk dalam kategori generasi Z (kelahiran 1996–2010), sesuai definisi generasi digital menurut Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) dan Pew Research Center (Dimock, 2019). Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui kajian literatur dari jurnal ilmiah, buku-buku teori komunikasi, laporan lembaga nasional seperti Komisi Pemilihan Umum (KPU), serta sumber daring yang kredibel untuk memperkuat analisis empiris dan teoretis penelitian ini.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan informan dengan teknik purposive didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pemahaman dan pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022). Untuk memperoleh data yang kaya dan valid, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data utama: observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan dokumentasi. Kombinasi ketiga teknik ini memungkinkan proses triangulasi data sehingga hasil penelitian memiliki validitas tinggi dan mampu menggambarkan fenomena secara holistik (Miles, Huberman, & Saldaña, 2020).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran Media Sosial Instagram dalam Menedukasi Pemilih Terhadap Partisipasi dan Literasi Gen-Z di Kota Lhokseumawe?

Jika merujuk pada Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (*social control*) pengawas perilaku publik dan penguasa. Media sosial merupakan bagian dari media massa jika merujuk pada ciri-ciri media massa yaitu: bersifat melembaga, bersifat satu arah artinya proses komunikasi atau interaksi yang terjadi antara pengirim dan khalayak diperlukan jeda waktu (tertunda) sehingga umpan baliknya bersifat tertunda, meluas dan serempak, memakai peralatan teknis, dan bersifat terbuka (Changara, 2014). Untuk Indonesia dengan jumlah penduduk 276, 4 juta berdasarkan hasil penelitian dari *we are social* bahwa pengguna aktif media sosial berjumlah 167 juta atau 60,4 % dari jumlah penduduk Indonesia. Hingga rata-rata penggunaan internet mencapai 7 sd 12 jam/harinya dengan berbagai alasan sesuai kebutuhan atau keinginan pengguna.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan informasi bahwa Instagram telah menjadi ekosistem edukasi dan aktivasi politik yang tak terhindarkan bagi Gen-Z di Kota Lhokseumawe. Keberhasilannya terletak pada perannya sebagai mesin kultivasi pesan politik yang, melalui konten edukatif, berhasil menaikkan tingkat partisipasi sekaligus memperkaya literasi politik pemilih muda, meski tantangan literasi kritis terhadap *hoax* tetap perlu diwaspadai.

Berdasarkan analisis data kualitatif yang didukung oleh fungsi media massa (menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial), faktanya jelas bahwa media sosial Instagram memiliki peran yang sangat signifikan dan transformatif dalam membentuk perilaku politik Gen-Z di Kota Lhokseumawe, yang ditunjukkan melalui temuan-temuan berikut:

1. Instagram sebagai Sumber Utama Informasi dan Pendorong Partisipasi Politik

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa seluruh informan yang merupakan gen-z di kota Lhokseumawe mendapatkan informasi terkait pemilihan umum dari media sosial sebanyak 90 % dari total informan. Hanya Sebagian kecil atau sekitar 10 % yang tidak mendapatkan informasi pemilihan umum dari media sosial. Selain instagram, informan juga menggunakan media sosial lainnya seperti *whatsapp*, *tik-tok*, *twitter*, *facebook* dan media sosial lainnya. Informasi yang didapatkan melalui media sosial terkait isu pemilihan umum seperti para calon dewan dengan visi misinya, teknis pemilihan, angka kemenangan dan sebagainya.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa 90 % dari total informan ikut berpartisipasi dalam pemilihan umum tahun 2024. Partisipasi tersebut dilakukan karena ingin ikut memberikan suara dalam pemilihan pemimpin yang akan memimpin negeri dimasa akan depan (Bayu Alvian, wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025). Sementara menurut informan lain bahwa dengan ikut dalam pemilihan umum berarti ikut berpartisipasi sebagai remaja yang mewakili gen-z. Sehingga ikut terlibat dalam perubahan politik bagi bangsa dan negara (Maisarah, wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025).

Terkait dengan peran media sosial instagram dalam mengedukasi pemilih dalam pemilihan umum baik pemilihan presiden, DPR dan DPRD terhadap partisipasi dan literasi pada gen-z di kota Lhokseumawe media instagram telah memberikan informasi terkait dengan pemilihan tersebut dengan berbagai info yang dapat menambah pengetahuan dan wawasan khalayak.

Dalam hal ini, *Instagram* berhasil berfungsi sebagai sumber informasi politik primer bagi Gen-Z di Kota Lhokseumawe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% dari total informan Gen-Z mendapatkan informasi terkait Pemilihan Umum dari media sosial. Paparan informasi yang tinggi ini berkorelasi langsung dengan tingkat partisipasi: 90% informan ikut berpartisipasi dalam Pemilu 2024. Hal ini menegaskan bahwa Instagram, bersama dengan platform lain, telah menggantikan peran media konvensional dalam mendorong keterlibatan elektoral pemilih muda, dengan partisipasi yang didorong oleh kesadaran untuk mewakili generasi dan terlibat dalam perubahan politik.

2. Efektivitas Instagram dalam Edukasi dan Literasi Politik

Berdasarkan hasil wawancara bahwa seluruh informan akan membaca informasi terkait pemilihan umum atau akan menonton jika berupa video. Tidak ada informan yang mengabaikan info tersebut untuk kemudian di bagikan kembali (*share*) kepada pengguna lainnya. Menurut informan meski tidak mengikuti (*follow*) akun politisi atau partai politik tertentu tapi informasi terkait pemilihan umum tetap diterima melalui pengguna lain sesama pengguna instagram (Maisarah, wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025).

Peran media sosial instagram sebagai media edukasi juga tampak dari pernyataan salah satu informan yang mengatakan bahwa dengan mengikuti salah satu akun politisi atau partai politik tertentu maka sebagai pemilih bisa lebih bijak dalam menentukan sikap terhadap pilihannya. Karena informasi yang didapatkan melalui Instagram sangat mengedukasi pemilih dengan mendapatkan informasi yang cukup (Fadhil Aulia Farisky, Wawancara di Lhokseumawe 23 Juli 2025). Secara keseluruhan informan menyatakan bahwa untuk konten Instagram yang menarik yang dapat memberi pengaruh terhadap pemilihan umum baik pada wakil rakyat ataupun partai politik adalah konten edukasi (Bayu Alvian, Wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025), Konten yang merujuk pada kecerdasan dalam memilih pemimpin yang baik bagi Masyarakat (Humaira, Wawancara di Lhokseumawe, 27 Juli 2025).

Instagram terbukti efektif menjalankan fungsi edukasi media massa di kalangan Gen-Z. Informan secara keseluruhan menyatakan akan membaca atau menonton konten informasi terkait Pemilu di beranda mereka dan tidak ada yang mengabaikan info tersebut, bahkan cenderung membagikannya (*share*) kepada pengguna lain. Tingkat literasi politik dipengaruhi secara positif karena informan merasa mendapatkan informasi yang cukup yang membantu mereka lebih bijak dalam menentukan sikap terhadap pilihan politik. Konten yang paling diminati dan dianggap paling berpengaruh adalah konten edukasi yang merujuk pada kecerdasan dalam memilih pemimpin yang baik.

3. Peran *Social Control* (Pengawasan)

The power of media social memang sudah tidak bisa diragukan lagi, media sosial saat ini memiliki peran besar dalam masyarakat yang berfungsi sebagai kontrol sosial (pengawasan) dalam proses pemilihan umum. Dimulai dari awal pemilihan umum masa berkampanye sampai dengan proses final yaitu proses hitung suara.

Fungsi pengawasan media sosial instagram dalam mengontrol hasil hitung suara. Memantau, memberi informasi cepat dan akurat agar tidak terjadi kecurangan dalam perhitungan suara yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab. Menurut informan bahwa dengan adanya Instagram akan mendapatkan informasi yang lebih cepat, dan akurat (Bayu Alvian, Wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025). Bisa membantu khalayak mengetahui setiap perkembangan dari wakil rakyat yang dipilih atau partai politiknya (Maisarah, wawancara di Lhokseumawe, 23 Juli 2025).

Instagram berfungsi sebagai alat pengawasan sosial (*social control*) yang efektif dalam konteks Pemilu. Gen-Z memanfaatkan *power of media social* untuk memantau, memberi informasi cepat, dan memverifikasi perkembangan, termasuk pengawasan hasil hitung suara dan memantau kinerja wakil rakyat terpilih. Hal ini menunjukkan bahwa peran Instagram melampaui sebatas penyampaian informasi, tetapi juga memberdayakan pemilih muda untuk menjadi pengawas aktif terhadap proses dan akuntabilitas politik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram memiliki peran sentral dalam mengkultivasi (menyuburkan) kesadaran politik, meningkatkan literasi kognitif terhadap isu Pemilu, dan secara nyata memicu partisipasi politik Gen-Z di Kota Lhokseumawe.

Penelitian ini menginvestigasi secara mendalam peran media sosial Instagram sebagai agen edukasi politik terhadap pemilih Generasi Z (Gen-Z) di Kota Lhokseumawe, dengan fokus pada dampak terhadap partisipasi dan literasi politik mereka dalam Pemilihan Umum 2024. Hasil temuan secara meyakinkan menunjukkan bahwa Instagram bukan lagi sekadar platform hiburan, melainkan telah bertransformasi menjadi kanal politik digital yang dominan bagi pemilih muda.

4. Peran Instagram sebagai Mesin Kultivasi Kesadaran Politik

Berdasarkan data, 90% informan Gen-Z menjadikan media sosial dengan Instagram sebagai *platform* utama sebagai sumber primer informasi Pemilu. Fenomena ini sejalan dengan Teori Kultivasi, di mana paparan pesan politik yang konsisten dan berulang di beranda media sosial telah menyuburkan (mengkultivasi) kesadaran politik pada Gen-Z. Keterpaparan ini diterjemahkan langsung menjadi aksi: 90% Gen-Z berpartisipasi dalam Pemilu. Partisipasi ini didorong oleh motivasi baru, yaitu keinginan untuk mewakili generasi dan menjadi bagian dari perubahan politik. Dengan kata lain, Instagram telah berhasil menanamkan rasa *political efficacy* digital pada kelompok pemilih ini.

5. Peningkatan Literasi melalui Konten Edukasi yang Menarik

Instagram secara efektif memenuhi fungsi media massa untuk mendidik. Seluruh informan menyatakan bahwa mereka tidak mengabaikan konten Pemilu, melainkan berinteraksi aktif dengan konten narasi atau video. Temuan kunci adalah bahwa konten yang paling berpengaruh adalah konten edukasi yang berorientasi pada "kecerdasan dalam memilih pemimpin." Hal ini menunjukkan bahwa format visual dan ringkas Instagram, ketika dikemas sebagai edukasi yang menarik, mampu meningkatkan literasi politik Gen-Z. Gen-Z menyatakan bahwa paparan informasi yang cukup ini membuat mereka lebih bijak dalam menentukan sikap, membuktikan bahwa edukasi politik digital dapat menghasilkan pemilih yang terinformasi, bukan sekadar terhibur.

6. Kontrol Sosial Digital (*The Power of Media Social*)

Instagram juga tampil sebagai kekuatan pengawasan sosial (*social control*) yang tidak terduga dalam proses demokrasi lokal. Gen-Z memanfaatkan Instagram untuk memantau

proses Pemilu, mulai dari masa kampanye hingga perhitungan suara (*quick count*), menuntut informasi yang cepat dan akurat untuk mencegah kecurangan. Fungsi pengawasan ini memberdayakan Gen-Z menjadi warga negara digital yang aktif dan kritis. Mereka menggunakan Instagram sebagai alat untuk memegang akuntabilitas wakil rakyat, menunjukkan pergeseran dari pemilih pasif menjadi pengawas partisipatif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram telah menjadi ekosistem edukasi dan aktivasi politik yang tak terhindarkan bagi Gen-Z di Kota Lhokseumawe. Keberhasilannya terletak pada perannya sebagai mesin kultivasi pesan politik yang, melalui konten edukatif, berhasil menaikkan tingkat partisipasi sekaligus memperkaya literasi politik pemilih muda, meski tantangan literasi kritis terhadap *hoax* tetap perlu diwaspadai.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran media sosial Instagram terhadap partisipasi dan literasi politik Generasi Z (Gen-Z) di Kota Lhokseumawe, dapat disimpulkan bahwa Instagram telah bertransformasi dari sekadar platform hiburan menjadi ruang kultivasi politik digital yang efektif. Dalam perspektif Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) yang dikemukakan oleh *George Gerbner* dan *Larry Gross* (1976), paparan berulang terhadap konten politik di media sosial memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi, sikap, dan orientasi politik pengguna, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif secara digital.

Instagram berperan sebagai sumber utama informasi politik bagi Gen-Z. Sebanyak 90% informan memperoleh informasi terkait Pemilu melalui media sosial, terutama Instagram. Paparan yang berkelanjutan terhadap konten politik di platform ini menumbuhkan kesadaran politik, memperluas pengetahuan elektoral, serta mendorong partisipasi aktif dalam Pemilu 2024; Instagram efektif menjalankan fungsi edukatif media massa, Gen-Z tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktor aktif yang membaca, menonton, dan membagikan konten politik yang dianggap relevan sehingga keputusan politik yang diambil lebih rasional dan terinformasi; Instagram juga berfungsi sebagai alat kontrol sosial digital (*social control*). Gen-Z menggunakan platform ini untuk memantau proses kampanye, menghimpun informasi cepat terkait hasil pemungutan suara, serta memastikan transparansi proses demokrasi.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi Teori Kultivasi dalam konteks media sosial modern, di mana proses kultivasi tidak lagi terbatas pada televisi sebagaimana konteks awal teori ini, tetapi juga terjadi pada media sosial berbasis algoritma seperti Instagram. Paparan yang berulang terhadap konten politik telah membentuk persepsi bahwa keterlibatan dalam proses demokrasi merupakan bagian dari identitas sosial Gen-Z sebagai warga negara digital (*digital citizens*).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram berperan sebagai mesin kultivasi kesadaran politik digital bagi Gen-Z di Kota Lhokseumawe. Melalui fungsi informatif,

edukatif, dan pengawasan sosialnya, Instagram telah menumbuhkan kesadaran politik, meningkatkan literasi politik digital, serta mendorong partisipasi politik aktif di kalangan generasi muda. Namun, tantangan tetap ada, terutama dalam hal peningkatan kemampuan literasi kritis untuk menyaring informasi politik yang bias, manipulatif, atau bersifat *hoaks*.

Daftar Pustaka

- APJII. (2024). *Laporan Survei Internet Indonesia 2024*. APJII.
- BPS. (2023). *Statistik Generasi Z Indonesia 2023*. Jakarta: BPS RI.
- Cahyo, S. E., Kushartono, T., & Aprilia, B. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Pemilih Dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024 Di Kota Cimahi. *Praxis Idealis: Jurnal Mahasiswa Ilmu Pemerintahan*, 1-14.
- Chadwick, A. (2023). *the hybrid media system: Politics and power in the digital age (2nd ed.* Oxford University Press.
- Changara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Dimock, M. (2019, Januari 17). *pewresearch*. Diambil kembali dari [www.pewresearch.org: https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/](https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/)
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, 172–199.
- Journalism, R. I. (2024). *Digital News Report 2024*. University of Oxford.
- Kholil, S. (2017). *Komunikasi Massa dan Dakwah: Pengaruh Media terhadap Perilaku Sosial Umat*. Medan: Perdana Publishing.
- Kholil, S. (2020). *Komunikasi dan Perubahan Sosial di Era Digital*. Medan: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UIN Sumatera Utara.
- Kholil, S. (2021). *Komunikasi Politik di Era Digital: Tantangan dan Peluang*. Medan: UIN Sumatera Utara Press.
- Kota Lhokseumawe dalam Angka 2024*. (2024). Lhokseumawe: Badan Pusat Statistik Kota Lhokseumawe.
- Kottler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.
- KPU. (2023, Juni 23). <https://www.kpu.go.id/>. Diambil kembali dari KPU: <https://www.kpu.go.id/berita/baca/11684/55-pemilih-didominasi-generasi-muda-bantu-kpu-dalam-penyelenggaraan-pemilu-2024>.
- Lestari, T. F. (2024). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Milenial Dalam Pemilihan Umum 2024 (Studi Penelitian Gampong Blang pulo, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe)*. Lhokseumawe: Universitas Malikussaleh.
- Lim, M. (2022). *Freedom and Control in the Digital Age: Indonesia's Political Internet*.
-

- Routledge.
- Mihailidis, P. (2023). Digital literacy in the age of disinformation: Cultivating critical engagement for democracy. *Digital Journalism*, 11(2), 265–283.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (4th ed.)*. SAGE Publications. London: SAGE Publications .
- Monica, S. N. (2024). *Dampak Media Sosial Instagram Pada Generasi Z Dalam Menyikapi Kontestasi Pemilu 2024 (Studi Di Kabupaten Langkat)*. Lhokseumawe: Universitas Malikussaleh.
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018). Yesterday’s new cultivation, tomorrow’s: Cultivation theory in the digital age. Mass Communication and Society. Dalam *Advances in Foundational Mass Communication Theories* (hal. 26). Routledge.
- Nugroho, Y. (2023). Digital political campaigns and the visual turn: Understanding Instagram’s role in youth political engagement in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(2), 145–162.
- Nurhadi, Z. (2017). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di Kalangan Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 135–148.
- Nurrahim, T. (2023, Januari 1). *indonesiabaik*. Diambil kembali dari <https://indonesiabaik.id/>: <https://indonesiabaik.id/videografis/gen-z-dan-milenial-mendominasi-pemilih-pemilu-2024>
- Oeldorf-Hirsch, A., & S. S. Sundar, S. S. (2022). Effects of visual credibility cues and source expertise on social media engagement with political content. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(2), 68–86.
- Prameswari, L. B. (2024, Januari 24). *Antara - Kantor Berita Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.antaranews.com>: <https://www.antaranews.com/berita/3930972/populix-28-persen-gen-z-cari-informasi-kandidat-pilpres-di-medsos>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, Vol. 3. No. 1, 74-75.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*.
- Rahmawati, D. (2023). Komunikasi politik di era media sosia Analisis pesan kampanye Pemilu 2024 di platform Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 33–48.
- Sania Mashabi, K. E. (2020, 1 22). <https://nasional.kompas.com/>. Diambil kembali dari <https://nasional.kompas.com/read/2020/01/22/15460191/refleksi-pemilu-2019-sebanyak-894-petugas-kpps-meninggal-dunia>: <https://nasional.kompas.com/read/2020/01/22/15460191/refleksi-pemilu-2019-sebanyak-894-petugas-kpps-meninggal-dunia>
- Seemiller, C., & Grace, M. (2019). *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, A., & Fitriyah, A. (2023). Media sosial dan partisipasi politik generasi muda di daerah nonmetropolitan. *Jurnal Komunikasi dan Demokrasi*, 13(2), 201–215.
-

- Tinambunan, C. P., Syailendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024, 16 (3)). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik. *Sosio e-Kons*, 325-337.
- Turner, A. (2022). Generation Z and the digital society: Understanding young people's online engagement. *Journal of Youth Studies*, 25(4) , 501–517.
- Venus, A., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., & Lestari, P. (2025). Political participation in the digital age: Impact of influencers and advertising on Generation Z. *Cogent Arts & Humanities*, 1-16.
- Yolanda, R., & Halim, S. (2020). Yolanda, R., & Halim, S. Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 91–105.
- Zuniga, H. G., Barnidge, M., & Diehl, T. (2024). Political expression and participation on social media: Revisiting the virtuous circle hypothesis. *New Media & Society*, 329–348.