BAB I
PENDAHULUAN

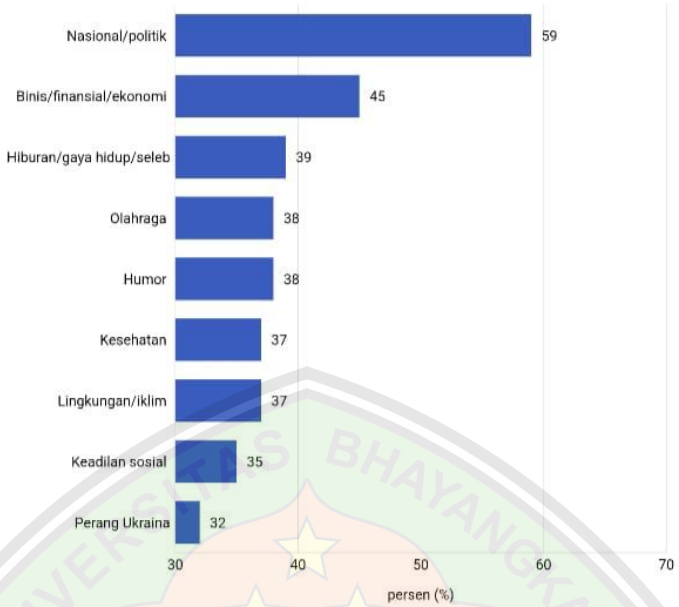
1.1 Latar Belakang

Partisipasi politik merupakan salah satu indikator penting dalam demokrasi, karena menunjukkan sejauh mana masyarakat terlibat dalam proses pengambilan keputusan politik. Aktivitas ini dapat berbentuk langsung, seperti memberikan suara dalam pemilu, atau tidak langsung, seperti mendukung kampanye politik melalui media sosial. Di era digital, media sosial menjadi ruang baru yang memfasilitasi partisipasi politik, terutama bagi generasi muda seperti Generasi Z. Generasi ini menggunakan *platform* digital untuk menyuarakan pendapat, mendukung kandidat, dan bahkan membangun diskusi politik secara aktif. Oleh karena itu, memahami pola partisipasi politik melalui media sosial menjadi penting untuk melihat bagaimana teknologi dapat berperan dalam keterlibatan masyarakat dalam demokrasi modern.

Media sosial X, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter, telah menjadi *platform* penting dalam informasi politik, terutama di tengah era digital yang semakin mendominasi. Dengan kemampuannya untuk menyebarkan pesan secara cepat dan luas, X memungkinkan politisi, partai, dan tokoh publik untuk berkomunikasi langsung dengan audiens global, berbagi pandangan, merespons isu-isu terkini, dan berpartisipasi dalam diskusi publik. Melalui data survei yang diunggah Databoks pada situs resminya menunjukkan bahwa isu yang paling banyak diminati oleh pengguna X adalah isu nasional dan politik sebanyak 59% pada tahun 2023 (Santika, 2023a). Hal ini menunjukkan bahwa *platform* X dapat dijadikan pilihan sebagai penyebaran informasi politik.

Partisipasi Politik.., Layli Yusriah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Gambar 1. 1 Isu yang Diminati Pengguna X



Sumber: (Santika, 2023a)

Generasi muda, khususnya Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995 – 2012 (Stillman & Stillman, 2018) . Generasi Z merupakan salah satu pengguna aktif di media sosial pada era digital saat ini. Generasi Z menjadi salah satu kelompok masyarakat terbesar dikarenakan populasinya yang mencapai sekitar 74,93 juta jiwa dengan persentase 27,7% dari total seluruh penduduk Indonesia yang tercatat pada Badan Pusat Statistik tahun 2020 (Rainer, 2023). Generasi Z dikenal sebagai generasi atau kelompok "*digital native*" yang paham dengan perkembangan teknologi, mampu untuk adaptasi dan terbiasa menggunakan berbagai macam media digital (Kadir, 2022). Media sosial sangat digemari oleh kaum Generasi Z atau Gen Z sebagai media dalam mengutarakan berbagai macam ekspresinya, percakapan, pengalaman maupun aktivitasnya. Akan tetapi, dibalik manfaatnya, masih terdapat masalah terkait daya saing dan partisipasinya dalam pembangunan demokrasi.

Dari media sosial yang memberikan banyak manfaat, terdapat juga beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh penggunanya. Disinformasi, manipulasi informasi, dan polarisasi politik adalah beberapa resiko yang muncul seiring dengan penggunaan media sosial dalam konteks politik. Generasi muda atau Gen Z yang sangat aktif di media sosial, perlu memiliki literasi digital yang kuat agar mampu

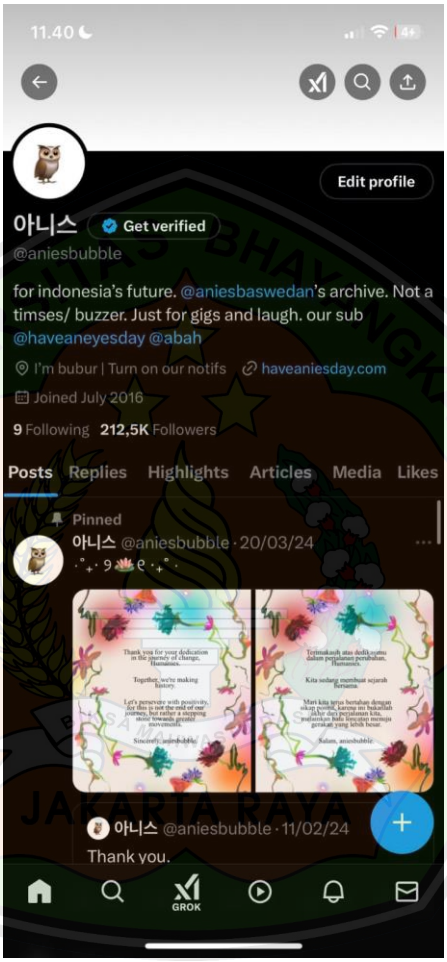
membedakan antara informasi yang valid dan hoaks. Melalui kemampuan untuk membuat konten, seperti video, infografis, atau meme, mereka dapat dengan mudah menyebarkan pesan politik yang dapat viral dan menarik perhatian publik luas, termasuk kalangan politisi dan pembuat kebijakan.

Menurut Heryanto (2018), ada tiga golongan dalam kelompok pemilih muda, Pertama, publik umum (*general public*) kelompok ini digolongkan kelompok yang masih awam, kurang memiliki perhatian dan sedikit dalam berinteraksi terhadap wacana dan tindakan politik. Sebagian besar dari mereka menjaga jarak dalam menempatkan politik terlebih pemilu yang dianggap sebagai hal di luar dirinya. Golongan kedua, adalah kaum muda berperhatian (*attentive public*) yang golongan ini termasuk golongan yang mulai kritis, mandiri, independen, anti *status quo*, tidak puas dengan kemapanan, setuju dengan perubahan tetapi tetap menjaga jarak dalam aktif di politik, terlebih dalam perebutan kekuasaan. Golongan ketiga, yakni golongan elite yang tidak hanya memiliki karakteristik seperti golongan berperhatian tetapi juga memiliki jiwa, semangat, dan motivasi tinggi untuk berpartisipasi penuh dalam beragam aktivitas politik. Para kaum muda akan memilih peran-peran mereka, yakni melakukan integrasi vertikal ke kekuasaan, memilih untuk menjadi pemimpin imparsial (*impartial leader*), atau mereka tetap menjadi pengikut (*follower*).

Pada tahun 2023 lalu, terdapat fenomena politik baru dengan kehadiran akun @aniesbubble di *platform* X merupakan bentuk partisipasi yang bergerak dari inisiatif generasi muda yang ditujukan untuk politikus Indonesia, Anies Baswedan. Melalui bio pada akunnya, @aniesbubble mengklaim bahwa akun tersebut tidak memiliki keterlibatan dengan partai politik manapun dan juga akun tersebut menyebutkan bahwa akunnya bukan tim sukses dari politikus tersebut. Akun tersebut hanya memberikan dukungan dengan mengadopsi perilaku penggemar K-Pop dalam mendukung karya dan idola mereka. Beberapa partisipasi ini dimulai dari saat Anies Baswedan *live* di TikTok kemudian mulai membagikan kalimat bijak, foto-foto, dan potongan video Anies, pembuatan website haveaniesday.com, merepresentasikan Anies Baswedan dengan emoji "🦉" *owl* atau burung hantu, menggunakan Bahasa Korea pada captionnya, hingga pembuatan *Videotron* yang

ditampilkan di beberapa kota-kota besar seperti Bekasi, Jakarta, Medan, dan Surabaya. Fenomena akun @aniesbubble ini dinilai dapat memberikan pandangan baru terutama dalam kekuatan sosial K-Pop dapat menarik minat politik dan masyarakat.

Gambar 1. 2 Profil X Akun @aniesbubble



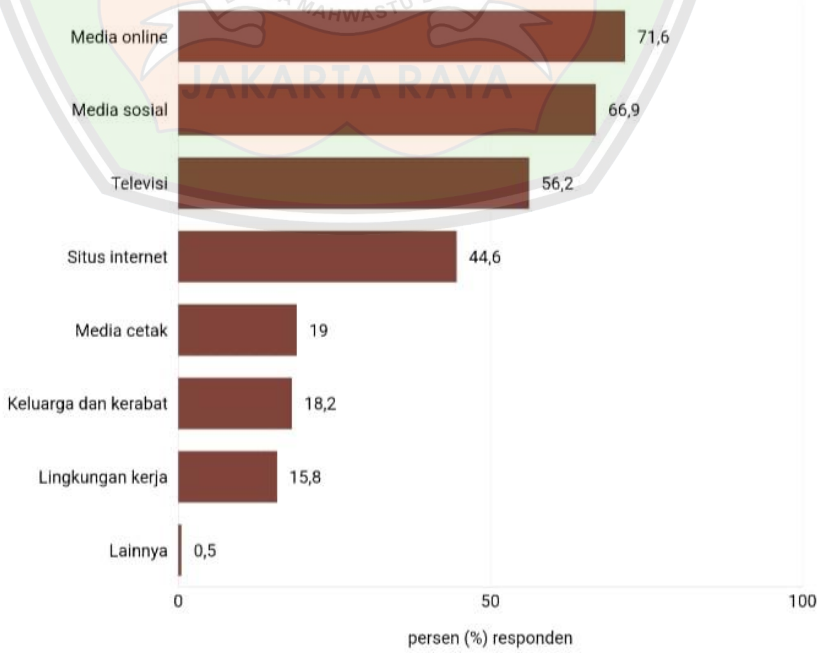
Sumber: Dokumentasi Informan Kunci (24 Januari 2025)

Anies Baswedan sendiri merupakan seorang politikus dan akademisi Indonesia yang dikenal karena visinya dalam bidang pendidikan dan pembangunan berkelanjutan. Sebelumnya, ia menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta periode 2017-2022, di mana ia fokus pada program-program yang mengutamakan inklusi sosial dan revitalisasi ruang publik. Kemudian, ia juga sempat mencalonkan diri sebagai Presiden bersama dengan Muhaimin Iskandar sebagai wakilnya pada Pemilu 2024. Sebelum terjun ke dunia politik, Anies adalah seorang rektor dan intelektual yang aktif di bidang pendidikan, salah satunya melalui inisiatif

"Indonesia Mengajar". Beliau merupakan salah satu tokoh politik yang banyak diperbincangkan, terutama karena pendekatan komunikasinya yang efektif melalui media sosial dan dukungan dari kelompok muda seperti Generasi Z. Sejak Pemilu 2024 tersebut akun @aniesbubble mulai aktif mendukung Anies Baswedan.

Partisipasi politik telah banyak berubah terutama dengan pemanfaatan media sosial di era digital yang menyebabkan transformasi besar dalam cara masyarakat salah satunya Gen Z berinteraksi dengan proses politik. Jauh sebelum media sosial hadir, partisipasi politik lebih banyak dilakukan melalui cara-cara tradisional seperti pertemuan langsung, kampanye *door-to-door*, dan iklan di media massa. Namun, setelah kehadiran *platform* digital, cara-cara ini mulai bergeser. Media sosial membuat calon politisi, partai, dan pendukung mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lebih efisien, memobilisasi dukungan secara *real time*, dan menciptakan narasi yang dapat dengan cepat memengaruhi opini publik. Hal ini didukung dengan data survei yang diunggah oleh Databoks bahwa Gen Z meraih sumber informasi terkait profil capres dan cawapres melalui Media *Online* sebanyak 71,6% kemudian disusul oleh Media Sosial dengan persentase 66,9% (Santika, 2023b).

Gambar 1. 3 Media yang Digemari Generasi Muda



Sumber: (Santika, 2023)

Partisipasi politik memiliki tujuan utama untuk memperkuat demokrasi melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan politik. Dengan berpartisipasi, masyarakat dapat menyampaikan aspirasi dan kepentingannya, sehingga kebijakan yang dihasilkan lebih inklusif dan sesuai kebutuhan publik. Selain itu, partisipasi politik meningkatkan akuntabilitas pemerintah karena masyarakat dapat memantau dan mengontrol jalannya pemerintahan. Di sisi lain, partisipasi politik juga berfungsi sebagai komunikasi politik, di mana komunikasi politik memiliki peran sebagai sarana menyampaikan pesan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat, sehingga partisipasi politik dapat tercapai dengan lebih efektif dan bermakna. Dengan begitu, partisipasi politik bukan hanya menjadi cara untuk menyuarakan pendapat, tetapi juga media untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat.

Komunikasi politik bermanfaat dalam proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan yang dilakukan oleh tokoh politik kepada publik dengan tujuan memengaruhi persepsi, opini, dan tindakan dalam konteks politik. Komunikasi politik sendiri merupakan ilmu terapan yang terdiri antara ilmu komunikasi dan ilmu politik. Ilmu komunikasi hadir sebagai ilmu tersendiri yang menjadi dasar atas tujuan politik para pendirinya. Meraih kekuasaan adalah tujuan utama mereka menggunakan komunikasi. Bahkan, studi komunikasi seperti propaganda berasal dari kebutuhan angkatan perang untuk menang dalam pertempuran politik dan militer. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa ilmu komunikasi selalu terkait dengan studi politik dan studi manusia, khususnya tentang kekuatan media massa (Soyomukti, 2013).

Penelitian terdahulu mempunyai peran penting sebagai landasan dalam mengembangkan kajian ilmiah yang lebih mendalam dan terarah. Dengan memahami hasil-hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti dapat melihat celah penelitian yang belum terjawab serta mengidentifikasi tren dan pola yang berulang dalam suatu topik. Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniasih dkk, mengidentifikasi penggunaan Kpopfication pada akun X @aniesbubble yang menunjukkan adanya relevansi budaya K-Pop populer dalam memberikan dukungan politik Indonesia terutama pada pemilu 2024 (Kurniasih et al., 2024).

Kemudian, dari hal tersebut dapat memberikan peluang untuk pencarian lebih lanjut terkait cara kerja dinamika budaya mampu membentuk dan memengaruhi proses kampanye politik di era digital.

Selanjutnya, terdapat penelitian terdahulu yang diteliti oleh Sukma Alam, terkait penggunaan media sosial DPW PSI Jakarta sebagai alat komunikasi politik (Alam, 2021). Hasil penelitian ini adalah membuktikan penggunaan media sosial mampu memberikan pengaruh ke publik dalam memberikan respon terkait konten yang diunggah. Hal-hal yang mempengaruhi hal tersebut diantaranya konten berupa video, foto dan infografis serta caption yang menarik. Dari hal-hal tersebut mampu menciptakan komunikasi dua arah antara admin media sosial dan pengikutnya.

Terakhir, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra, dkk terkait partisipasi politik Gen Z tentang eksplorasi peran media sosial dalam pembentukan kesadaran politik remaja (Putra et al., 2024). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang besar pada pastisipasi politik Gen Z. Media sosial dapat dijadikan wadah untuk aktif terlibat dalam kegiatan politik seperti memberikan pemahaman terkait struktur pemerintahan, lembaga politik, dan proses pengambilan keputusan politik. Akan tetapi, media sosial tetap harus diwaspadai karena memiliki risiko penyebaran informasi yang salah atau hoaks, sehingga Gen Z harus kritis untuk memverifikasi informasi.

Dari penjelasan di atas terbukti sudah ada beberapa penelitian tentang pemanfaatan media sosial dalam konteks politik, akan tetapi peneliti merasa partisipasi Gen Z sebagai pengirim dan penerima informasi dalam konteks politik tetap harus diteliti lebih dalam. Ditambah dengan fenomena akun @aniesbubble yang masih fresh dalam kancah politik menarik perhatian karena berhasil membangun dukungan yang kuat, terutama di kalangan generasi muda. Melalui pendekatan yang kreatif dan interaktif, akun tersebut menjadi *platform* digital yang berguna untuk memobilisasi simpati politik terhadap Anies Baswedan, sekaligus menciptakan interaksi yang aktif dengan para pendukung. Maka dari itu, kebaruan ilmiah dari penelitian ini terletak pada partisipasi politik Gen Z dalam interaksi politik yang dilakukan oleh @aniesbubble.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menyajikan komunikasi politik Gen Z melalui akun @aniesbubble yang sekaligus menjadi media partisipasi politik di *platform* X dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia. Penjabaran fenomena ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih terbaru mengenai peran dan manfaat partisipasi politik dalam konteks kemajuan teknologi saat ini, serta relevansi budaya populer dalam merespons konteks politik. Sehingga, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul "Partisipasi Politik Generasi Z pada Akun Media Sosial X @aniesbubble".

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menjelaskan bentuk partisipasi politik Generasi Z melalui akun media sosial X @aniesbubble. Penelitian ini menjelaskan bagaimana konten-konten yang disebarkan melalui akun X @aniesbubble dapat dijadikan sebagai contoh komunikasi politik yang dapat menciptakan partisipasi politik di media sosial, serta bagaimana interaksi dan keterlibatannya di *platform* ini dapat mencerminkan partisipasi politik tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dijelaskan di atas, pertanyaan penelitian ini adalah "Bagaimana partisipasi politik Generasi Z yang disampaikan melalui akun X @aniesbubble?"

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk partisipasi politik dari Generasi Z yang disampaikan melalui akun X @aniesbubble.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1) Penelitian ini dapat menambah kajian komunikasi politik, khususnya dalam memahami bagaimana generasi Z menggunakan media sosial sebagai alat untuk mendukung kandidat politik.
2) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian media sosial dengan menunjukkan bagaimana *platform* X berfungsi sebagai sarana untuk media partisipasi politik khususnya di kalangan generasi muda.

1.5.2 Manfaat Praktis

1) Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh tim kampanye politik untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam menarik dukungan dari generasi Z
2) Manfaat dari penelitian ini dapat membantu pengelola akun media sosial politik untuk meningkatkan *engagement* dan interaksi dengan pengguna, sehingga dapat membangun dukungan yang lebih kuat dan berkelanjutan.
3) Penelitian ini dapat digunakan oleh organisasi masyarakat sipil atau lembaga non-pemerintah untuk mengembangkan program edukasi politik yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi Z yang dapat membantu mereka menjadi pemilih yang lebih kritis.