



## Mediatisasi Pemilihan Politik: Studi Resepsi Mengenai Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pilihan Politik Gen Z

<https://doi.org/10.25008/caraka.v6i2.235>

RIKA YESSICA RAHMA

Universitas Mercu Buana Jakarta - Indonesia

### ABSTRACT

*Generation Z (born 1997-2012) tends to be more interested in entertainment than conventional politics, but they have significant potential to play a political role through social media platforms such as Instagram and TikTok. Research findings using Stuart Hall's reception analysis method show that the majority of Generation Z members occupy a negotiated reading position. This suggests that audiences do not passively receive media messages but actively construct meaning based on personal reflection, educational background, and social environment. In the context of social media, Generation Z informants demonstrated awareness of algorithms that create filter bubbles and echo chambers, leading them to be more wary of viral political content. The majority of informants stated the importance of verifying information and seeking alternative perspectives. Factors such as family background, education, and discussions with peers were also shown to influence how students interpret political messages. Those from families accustomed to political discussions and those with education in communications tended to have higher critical thinking skills. Gender differences in political participation also exist. Male informants are more active in debates, critical, and tend to reject non-factual political content. They use social media as an arena for political discussion. Female informants are more selective, reflective, and focused on issues relevant to their daily lives. For them, social media is not only a source of information but also a space for validation from their community or group*

**Keyword:** Mediatization of Political Elections, Social Media, Generation Z

### ABSTRAK

Generasi Z (lahir 1997-2012) cenderung lebih tertarik pada hiburan daripada politik konvensional, namun mereka memiliki potensi besar untuk berperan dalam politik melalui media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Berdasarkan temuan penelitian dengan menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall, mayoritas generasi Z menempati posisi *negotiated reading*. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak menerima pesan media secara pasif, melainkan aktif dalam membentuk makna berdasarkan refleksi pribadi, latar belakang pendidikan, dan lingkungan sosial. Dalam konteks media sosial, Generasi Z menunjukkan kesadaran pada algoritma yang membentuk *filter bubble* dan *echo chamber*, sehingga mereka cenderung lebih waspada terhadap konten politik yang viral. Mayoritas informan menyatakan pentingnya verifikasi informasi dan pencarian sudut pandang alternatif. Faktor-faktor seperti latar belakang keluarga, pendidikan, dan diskusi dengan teman sebaya juga terbukti memengaruhi cara mahasiswa menafsirkan pesan politik. Mereka yang berasal dari keluarga yang terbiasa berdiskusi politik, serta memiliki pendidikan di bidang komunikasi, cenderung memiliki kemampuan berpikir kritis yang lebih tinggi. Perbedaan gender dalam partisipasi politik juga terjadi, pada informan laki-laki lebih aktif dalam perdebatan, kritis, dan condong menolak konten politik yang tidak faktual. Mereka menggunakan media sosial sebagai "arena diskusi politik". Informan Perempuan lebih selektif, reflektif, dan fokus pada isu yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Mediatisasi Pemilihan Politik: Studi Resepsi Mengenai Peran Media Sosial dalam Pembentukan Pilihan Politik Gen Z

Media sosial bagi mereka bukan hanya sumber informasi, tetapi juga ruang validasi dari komunitas atau kelompok.

**Kata Kunci:** Mediatisasi Pemilihan Politik, Media Sosial, Generasi Z

Author's email correspondent: <a href="mailto:rika.jessica@mercubuana.ac.id">rika.jessica@mercubuana.ac.id</a>
The author declares that she/he has no conflict of interest in the research and publication of this manuscript
Copyright © 2025: Rika Yessica Rahma Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-SA 4.0) Available at <a href="http://caraka.web.id">http://caraka.web.id</a>
Submitted: July 31, 2025; Revised: September 8, 2025; Accepted: December 1, 2025

## PENDAHULUAN

Partisipasi politik merupakan bagian penting dari demokrasi, karena dalam sistem demokrasi terdapat sebuah kebebasan untuk menentukan pilihan politik bagi setiap individu. Penentuan pilihan politik tersebut yang paling mengetahui adalah orang itu sendiri siapa yang terbaik untuk memimpin sebuah daerah. Dari pilihan politik tersebut akan lahir pemerintahan yang di dalamnya terdapat keputusan politik yang dibuat dan dilaksanakan oleh pemerintah terpilih.

Pelaksanaan keputusan politik atau kebijakan tersebut menyangkut dan mempengaruhi kehidupan warga masyarakat dalam sebuah negara atau daerah. Oleh karena itu setiap warga masyarakat berhak menentukan isi keputusan politik atau kebijakan yang dibuat pemerintah. Keikutsertaan warga negara biasa dalam menentukan segala macam bentuk keputusan yang berkaitan dan mempengaruhi kehidupannya inilah yang disebut partisipasi politik.

Dalam sebuah negara demokrasi, partisipasi politik dapat diterapkan oleh setiap individu, tidak peduli agama, ras, bahkan usia dari seseorang. Partisipasi politik warga dengan usia muda tentunya akan berbeda dengan mereka yang telah berumur. Anak dengan usia muda tentunya cenderung tidak peduli dengan hal-hal yang menyangkut politik, karena anak yang lahir antara tahun 1997-2012 termasuk generasi Z lebih suka pada hal-hal yang menghibur ketimbang hal-hal yang serius seperti politik.

Generasi Z merupakan generasi yang kini menjadi perhatian diberbagai bidang, tidak terkecuali dalam bidang politik. Generasi Z atau Gen Z juga dikenal sebagai iGen atau *Centennials* umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Corey Seemiller dan Meghan Grace, penulis buku *Generation Z: A Century in the Making*, mereka adalah generasi yang sangat beragam dan global serta dibentuk oleh perubahan sosial dan teknologi.

Jean M. Twenge dalam buku *iGen: Why Today's SuperConnected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood*, Gen Z adalah generasi pertama yang tumbuh dengan *smartphone* dan media sosial. Hal itu memengaruhi cara mereka berinteraksi dan memahami dunia.

Generasi Z memiliki potensi yang besar bagi kekuatan politik karena jumlahnya yang banyak. Namun seperti yang dikemukakan sebelumnya generasi ini kurang tertarik terlibat berpartisipasi dalam politik secara konvensional karena berbagai alasan. Karena itu mereka lebih mencari dan memilih jalur yang lebih mudah diakses untuk berpartisipasi seperti menjadi relawan dan aktivis konsumen melalui media sosial (*Gilman dan Stokes, 2014*).

Disamping itu, generasi ini merupakan generasi penerus yang nantinya akan menjadi bagian dari pemimpin bangsa sehingga partisipasi politik mereka terhadap negara ini dari sekarang sangatlah dibutuhkan.

Partisipasi politik generasi Z merupakan fenomena politik yang fokus terhadap penggunaan media baru seperti Instagram, Tiktok, dan Situs Berita. Penggunaan media baru ini dapat menarik perhatian generasi Z untuk aktif berpartisipasi dalam politik, misalnya aktif dalam memberikan dukungan dalam Pemilihan Kepala Daerah, Walikota dan Gubernur.

Penelitian ini sangat penting karena Generasi Z merupakan pemilih dominan dalam pemilihan politik saat ini. Mereka sangat aktif di media sosial, yang telah menjadi sarana utama dalam mempengaruhi opini dan preferensi politik mereka.

Dengan kemampuan media sosial untuk menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif, Gen Z dapat terpapar berbagai pandangan politik yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih calon politik. Namun, media sosial juga rentan terhadap penyebaran informasi yang salah, yang dapat mempengaruhi pemahaman politik Gen Z secara negatif.

### KERANGKA TEORI

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak kepada pihak lainnya sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau nonverbal. Komunikasi juga merupakan proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua pihak atau lebih. Proses ini melibatkan pengirim pesan, penerima pesan, dan saluran komunikasi. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk verbal dan nonverbal.

Selain itu, komunikasi juga merupakan proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dipahami secara tepat. Shannon dan Weaver dalam Folkerts, Lacy & Larabee (2008) menjelaskan komunikasi adalah proses transfer informasi dari sumber ke penerima melalui saluran tertentu dengan kemungkinan adanya gangguan (*noise*).

Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997–2012. Seemiller dan Grace (2019) menjelaskan, generasi ini sangat global dan terbentuk oleh teknologi. Twenge (2017) menegaskan, Gen Z adalah generasi pertama yang tumbuh dengan *smartphone* dan media sosial yang memengaruhi cara mereka memahami dunia.

Menurut Dimock (2019), generasi Z lahir ketika kemajuan sosio ekonomi relatif lebih stabil dan perkembangan teknologi informasi begitu cepat. Generasi ini memiliki nama iGeneration, karena sangat akrab dengan dunia digital (Hardey, 2007). Saat ini, generasi tertua mereka berumur 26 tahun dan paling muda berumur 11 tahun. Hal ini berarti mereka berada pada rentang usia remaja awal dan dewasa awal.

### *Pengertian Analisis Persepsi*

Analisis resepsi menempatkan audiens sebagai pembentuk makna aktif. Menurut Hall (1973), terdapat tiga posisi dalam membaca pesan media: dominan, negosiasi, dan oposisi. Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami bagaimana Gen Z menafsirkan konten politik yang muncul di TikTok.

Analisis resepsi adalah studi tentang bagaimana khalayak memaknai dan merespons pesan media berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi mereka. Pendekatan ini menekankan bahwa pesan media dapat menghasilkan banyak makna potensial (polisemi), tergantung pada interpretasi khalayak (Pawaka & Choiriyati, 2020).

Model analisis resepsi menegaskan bahwa khalayak melakukan proses negosiasi makna pesan media dengan posisi yang beragam: hegemonik-dominan, *negotiated*, dan *opositional*, yang dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan individu (Adi, Tri Nugroho, 2012).

Stuart Hall menjelaskan, teori *encoding* dan *decoding* adalah proses khalayak dalam mengkonsumsi dan memproduksi makna pada proses penerimaan mengenai konten media massa yang dikonsumsi.

Fauzi, et.al, 2020 menyarankan tiga posisi hipotesis atau interpretasi yang dapat membangun *decoding* terhadap teks wacana. Tiga interpretasi tersebut yaitu posisi dominan – hegemoni, posisi negosiasi dan posisi oposisi.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi berfokus pada proses *encoding-decoding*, yaitu bagaimana pesan media disandikan oleh pengirim dan diartikan oleh penerima. Teori ini menekankan bahwa penerima pesan (khalayak) memiliki peran aktif dalam memaknai pesan media.

Metode penelitian menggunakan pendekatan analisis resepsi dari Stuart Hall. Analisis resepsi khalayak yaitu memahami proses dalam penciptaan makna (*making meaning process*) yang dilakukan oleh khalayak saat mengkonsumsi media. Analisis resepsi digunakan untuk mengetahui dan memahami respon, melihat penerimaan, sikap dan pemaknaan yang dibentuk atau diproduksi oleh pembaca atau penonton.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Focus Group Discussion (FGD): Digunakan untuk mengumpulkan data tentang bagaimana khalayak memaknai pesan media sosial dalam konteks politik. Informan dipilih menggunakan *purposive sampling* untuk memastikan mereka memiliki latar belakang yang relevan dengan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Focus grup discussion* (FGD) dengan informan generasi Z, terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan latar belakang profesi, keluarga dan budaya yang berbeda. Hasilnya mereka cenderung membentuk pandangan dan sikap di media sosial. Menurut informan Levina, platform yang paling berpengaruh dalam membentuk pandangan politik adalah platform media sosial Twitter (X). Menurutnya Twitter (X), informasi bergerak sangat cepat dan bisa langsung melihat berbagai sudut pandang dalam satu waktu.

Misalnya, saat ada isu politik tertentu. Hal itu membuatnya lebih mudah membandingkan informasi dan melihat mana yang rasional, mana yang provokatif, dan mana yang hanya sekadar propaganda. Twitter juga mendorong beberapa informan untuk berpikir kritis karena ruang diskusinya lebih terbuka dan sering diisi oleh orang-orang yang cukup vokal dan argumentatif.

Jadi, Twitter sangat membentuk cara informan memahami dan menyikapi isu politik secara lebih reflektif. Secara dominan para Generasi Z juga mengatakan preferensi dalam memilih pilihan politiknya dipengaruhi oleh rekan sebaya dalam membentuk interpretasi terhadap isu-isu politik di media sosial. Mereka mendapatkan perspektif baru dari diskusi santai dengan teman-teman, baik di kampus maupun lewat grup chat. Kadang, ada hal-hal yang luput dari perhatian mereka, tapi dibahas oleh teman lain, sehingga mereka jadi lebih terbuka untuk melihat isu dari berbagai sudut pandang.

Misalnya, saat ada kebijakan pemerintah yang ramai dibicarakan, pendapat teman menurut informan membuatnya berpikir ulang, apakah terlalu cepat menyimpulkan atau kurang memahami konteksnya. Selain itu, teman sebaya juga sering menjadi sumber referensi—misalnya membagikan *thread* Twitter, video YouTube, atau artikel yang relevan.

Jadi, interaksi dengan teman sebaya membuat mereka lebih reflektif dan tidak terjebak pandangan yang sempit atau satu arah saja. Hampir semua informan setuju media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk dan bahkan mengubah pilihan politik generasi Z. Generasi muda sekarang cenderung lebih sering mendapatkan informasi dari media sosial dibandingkan dari televisi atau media cetak. Lewat media sosial, informasi politik jadi lebih mudah diakses dan dikemas dengan cara yang menarik mulai dari infografis, video edukatif, hingga konten satir seperti meme. Selain itu, diskusi di kolom komentar, *thread* Twitter, atau video TikTok bisa membentuk opini publik secara cepat.

Informan Fayez mengatakan dia dan temannya yang awalnya tidak peduli terhadap politik, jadi lebih peduli karena konten-konten politik viral yang mudah dipahami. Namun di sisi lain, media sosial juga bisa jadi ruang yang membingungkan karena banyaknya informasi yang saling bertentangan. Karena itu, meskipun pengaruhnya besar, kemampuan literasi digital dan berpikir kritis juga sangat penting agar generasi Z tidak mudah termanipulasi.

Menurut salah satu informan perempuan, peran media sosial dalam membentuk atau mengubah pilihan politik generasinya (generasi muda dan *digital native*) sangatlah besar dan signifikan. Media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi utama, melainkan juga platform interaksi sosial yang membentuk pandangan dunia. Generasinya tumbuh dengan paparan informasi politik yang konstan dan instan, mulai dari berita utama, analisis mendalam, hingga meme satir.

Fitur-fitur seperti *trending topics*, algoritma personalisasi, dan kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan tokoh politik atau aktivis, secara tidak langsung memengaruhi isu apa yang dianggap penting, bagaimana isu tersebut dibingkai, dan siapa yang dianggap kredibel.

Berdasarkan temuan penelitian, mayoritas generasi Z menempati posisi *negotiated reading*. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak menerima pesan media secara pasif, melainkan aktif dalam membentuk makna berdasarkan refleksi pribadi, latar belakang pendidikan, dan lingkungan sosial. Temuan ini memperkuat asumsi dasar teori Stuart Hall bahwa proses komunikasi bersifat tidak linear dan selalu terbuka terhadap interpretasi berbeda.

Dalam konteks media sosial, informan Generasi Z menunjukkan kesadaran atas algoritma yang membentuk *filter bubble* dan *echo chamber*, sehingga mereka cenderung lebih waspada terhadap konten politik yang viral. Mayoritas informan menyatakan pentingnya verifikasi informasi dan pencarian sudut pandang alternatif.

Faktor-faktor seperti latar belakang keluarga, pendidikan, dan diskusi dengan teman sebaya juga terbukti memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan politik. Mereka yang berasal dari keluarga yang terbiasa berdiskusi politik, serta memiliki pendidikan di bidang komunikasi, cenderung memiliki

Dari sisi gender pada informan laki-laki lebih banyak menyebut Twitter/X dan YouTube sebagai rujukan politik. Mereka menilai kedua platform tersebut memberi ruang diskusi yang lebih terbuka, data yang lebih lengkap, dan sudut pandang yang beragam.

Pada gaya konsumsi informasi, para informan cenderung menikmati diskusi panjang di forum daring (*thread*, komentar, atau podcast politik). Hal ini membuat mereka lebih kritis dalam membandingkan mana isu yang berbasis fakta dan mana yang sekadar propaganda.

Terkait sikap politik, laki-laki lebih mudah terlibat dalam debat atau diskusi politik, baik secara daring maupun *offline*. Beberapa bahkan mengaku menggunakan media sosial untuk menguji argumen politik mereka sebelum membawanya ke diskusi di kampus atau komunitas.

Sementara itu pada posisi resepsi, mayoritas laki-laki menempati posisi *negotiated reading* dengan kecenderungan mendekati *oppositional reading*, terutama ketika konten dianggap manipulatif atau berbau propaganda partisan.

Sedangkan pada Informan perempuan lebih banyak mengandalkan Instagram dan TikTok karena kontennya ringkas, visual, dan mudah dipahami. Infografis, video edukatif, dan konten satir (meme) menjadi sumber utama pembentukan pandangan politik.

Gaya konsumsi informasi mereka cenderung lebih selektif, menyukai konten yang “*relatable*” dengan kehidupan sehari-hari. Banyak yang mengaku mulai peduli politik setelah melihat isu-isu viral yang dekat dengan keseharian, seperti pendidikan, lingkungan, atau hak perempuan.

Sikap politik perempuan lebih menekankan aspek verifikasi informasi sebelum percaya pada sebuah isu. Diskusi dengan teman sebaya, terutama sesama perempuan, sangat memengaruhi cara mereka membangun sikap politik.

Posisi resepsi, mayoritas perempuan berada pada posisi *negotiated reading*, namun dengan kecenderungan *dominant-hegemonic reading* jika isu politik berhubungan dengan nilai moral atau isu yang menyentuh identitas sosial (misalnya kesetaraan gender atau lingkungan).

Dengan demikian, generasi Z sebagai pengguna aktif media sosial tidak bisa dipandang sebagai audiens pasif. Mereka memiliki kemampuan literasi digital yang cukup baik dalam menyaring informasi politik, sekaligus memperlihatkan keberagaman posisi resepsi yang menunjukkan dinamika komunikasi antara media dan audiens.

Media sosial, sebuah entitas yang telah menjelma menjadi kebutuhan primer di era kontemporer, menandai keberadaannya sebagai elemen tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari Gen Z. Dewasa ini, politik tak terbantahkan lagi dengan peran yang dimainkan oleh media sosial dalam membentuk serta memodulasi sikap dan tindakan politik generasi terkini.

Penelitian ini mengungkap tujuan dalam mengeksplorasi pengaruh yang diusung oleh media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z, serta implikasi yang menghampiri ranah sosial dan politik. Dengan membidik secara tepat pada pemahaman yang komprehensif perihal rentetan dampak yang ditimbulkan oleh media sosial, wawasan yang lebih komprehensif dapat dipaparkan mekanisme keterlibatan Gen Z dalam relevansinya dengan politik, terlebih dalam dua tonggak utama: proses pemilihan umum dan proses kampanye politik.

Penggunaan media sosial dalam kampanye politik telah mengubah lanskap politik modern dengan memberikan dampak yang signifikan, terutama terhadap partisipasi politik Gen Z. Kemampuan media sosial untuk mencapai audiens yang luas, khususnya Gen Z yang aktif menggunakan platform tersebut, telah membuka peluang baru bagi politisi untuk mempengaruhi opini dan perilaku politik mereka.

## KESIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam cara Gen Z terlibat dalam politik, terutama melalui media sosial. Generasi ini tidak lagi hanya menjadi

konsumen pasif informasi politik, melainkan aktif dalam berdiskusi politik dan bahkan mengambil bagian dalam aksi politik melalui platform digital.

Temuan ini juga memberikan implikasi penting bagi para pembuat konten dan pelaku kampanye politik digital, bahwa konten yang bersifat manipulatif tidak akan diterima secara utuh oleh audiens muda yang kritis. Sebaliknya, konten yang edukatif, faktual, dan disampaikan dengan cara yang menarik serta transparan akan lebih mudah diterima dan didiskusikan secara luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amrihani, H., & Ritonga, R. (2021). Social Media Literacy Counseling for Prospective Propagators to Thwart Hoax Information. *ICCD*, 3(1), 192-195. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol3.Iss1.336>
- Folkerts, J., Lacy, S., Larabee, A. (2008). *The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication*. Boston: Pearson Cavazza.
- Gilman, H.R., Stokes, E. (2014). *The Civic And Political Participation of Millennials and Millennials Rising*. @Newamerica.
- Katz, E., Blumer J. G. Bungin, B. (2019). *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Putri, S, Wibawa, D.P. (2023). Peran Media Sosial dalam Keterlibatan Politik Gen Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 14–27. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.461>.
- Pawaka, R., & Choiriyati, A. (2020). Analisis Resepsi Followers Dalam Media Twitter Terhadap Konten Feminisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Multimedia Nusantara.
- Anugrah Dwi. (2023, 7 Agustus). *Komunikasi: Pengertian, Jenis, dan Tujuannya*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Diakses dari <https://fisip.umsu.ac.id>
- Kamil, R., Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan dan Vita Activa Kepustakawanan. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, Special Issue Festschrift for Blasius Sudarsono, 25–34. DOI: 10.55919/j.baca.2023.1119.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. PEW Research Center. Diakses dari <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Hardey, M. (2007). Life in the Digital Fast Lane: Youth, Technology, and the Future. *Young Consumers*, 8(3), 174-179.