

Partisipasi Politik Generasi Z: Peran Media Sosial

Devitri Natalia¹, Fila Sasmita², M. Ridwan Said Ahmad³

^{1,2,3} Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Makassar

e-mail: devitrinatalia17@gmail.com¹, filasasmita2706@gmail.com²,
m.ridwan.said.ahmad@unm.ac.id³

Abstrak

Partisipasi politik generasi muda, khususnya generasi Z, menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas demokrasi di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam mempengaruhi partisipasi politik generasi Z serta mengidentifikasi strategi kampanye politik yang efektif untuk menjangkau kelompok ini. Menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui studi literatur, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai saluran informasi, komunikasi politik, serta ruang diskusi bagi generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter menjadi media utama untuk menyampaikan informasi politik, membentuk opini, dan meningkatkan kesadaran politik. Strategi kampanye yang efektif melibatkan konten visual menarik, penggunaan tagar populer, kolaborasi dengan *influencer* lokal, dan penyediaan portal daring edukatif. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan digital yang kreatif dan interaktif dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z.

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

Abstract

Political participation of the younger generation, especially generation Z, is an important factor in maintaining the quality of democracy in the digital era. This study aims to analyze the role of social media in influencing generation Z's political participation and identify effective political campaign strategies to reach this group. Using a descriptive qualitative method through literature study, the results of the study show that social media acts as a channel for information, political communication, and a discussion space for generation Z. Platforms such as Instagram, TikTok, and Twitter are the main media for conveying political information, forming opinions, and increasing political awareness. Effective campaign strategies involve engaging visual content, using popular hashtags, collaborating with local influencers, and providing educational online portals. These findings emphasize the importance of a creative and interactive digital approach in increasing generation Z's political participation.

Keywords : *Political Participation, Generation Z, Social Media*

PENDAHULUAN

Rendahnya partisipasi politik memiliki dampak negatif. Salah satu dampaknya adalah siklus apatisme politik akan terus berlanjut dan mengancam kualitas demokrasi. Rendahnya partisipasi politik tidak hanya terjadi di Indonesia tetapi di negara-negara demokrasi maju seperti Amerika Serikat, Inggris, dan Jerman. Masyarakat di negara-negara maju tersebut cenderung tidak akan memilih jika voting yang dilakukan tidak membawa manfaat menurut pandangan mereka. Golongan putih (golput) umumnya sering terjadi akibat ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja partai politik ataupun figur pemimpin. Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemimpin terkait seringkali dinilai tidak mewakili kepentingan rakyat kecil namun lebih kepada kepentingan para elit yang berkuasa atau elit yang berada di lingkaran penguasa (Iswardhana et al., 2023).

Partisipasi politik adalah wujud kepedulian masyarakat terhadap penyelenggaraan pemerintah dan tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara (Averus & Alfina, 2020; Yolanda & Halim, 2020; Aulia & Milka, 2024). Ada beberapa wujud partisipasi warga negara dalam sistem politik Indonesia yakni ikut serta dalam pemilu dan pilkada, partisipasi dalam

organisasi masyarakat sipil, menyampaikan aspirasi melalui demonstrasi atau aksi massa, media sosial dan *campaign online*, partisipasi dalam musyawarah desa atau kelurahan, dan pendidikan politik (Lestari et al., 2024). Partisipasi politik yang tinggi mengindikasikan masyarakat mengikuti, memahami, serta melibatkan diri dalam kegiatan kenegaraan dan sebaliknya partisipasi politik yang rendah mengindikasikan kurangnya minat dan apresiasi masyarakat terhadap kegiatan maupun masalah kenegaraan (Sitorus & Sitorus, 2023).

Partisipasi politik masyarakat di era modern saat ini jelas dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital khususnya media sosial (Yolanda & Halim, 2020). Jika dulunya partisipasi politik dilakukan secara tradisional atau tidak menggunakan media seperti *face to face* membahas isu politik, berdemo dan berkampanye, kemudian di era modern seperti sekarang ini berubah menjadi partisipasi politik secara online yakni saling beradu argumen di kolom komentar media sosial bahkan mengkampanyekan calon pemimpin pilihannya melalui postingan di media sosial. Hal ini menunjukkan telah terjadi kegiatan politik online yang dilakukan di akun media sosial masing-masing (Yolanda & Halim, 2020).

Generasi Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012, dan dikategorikan sebagai kelompok pemilih yang paling dominan yakni sebesar 60% bersama generasi milenial. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU) generasi Z menyumbang sekitar 22,85 atau 46.800.161 dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z berpotensi mempengaruhi hasil pemilu (Iswardhana et al., 2023; Akmal et al., 2024; Arwita et al., 2024). Generasi Z identik dengan generasi yang melek teknologi digital dan aktif menggunakan media sosial. Berdasarkan data laporan, diketahui bahwa sekitar 79,5% dari total populasi generasi Z aktif menggunakan media sosial (Fitriyani et al., 2024). Media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk partisipasi politik Generasi Z. Melalui media sosial dan teknologi, generasi Z membawa cara baru berpartisipasi dalam politik dan mempengaruhi opini publik. Platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube menjadi ruang utama bagi mereka untuk mendapatkan informasi, mengekspresikan pendapat, mengorganisir aksi, dan membangun kesadaran tentang isu-isu penting.

Media sosial memiliki banyak dampak salah satunya adalah kemudahan informasi. Media sosial juga turut mempengaruhi pemilu karena berita politik dapat dengan mudah dan cepat tersebar melalui berbagai platform. Adanya media sosial dalam pemilu dapat mengubah cara kampanye politik, pandangan masyarakat bahkan hasil pemilu. Selain itu, salah satu dampak positif dari penggunaan media sosial adalah dapat meningkatkan partisipasi politik. Partisipasi politik dapat meningkat dikarenakan kampanye politik yang dilakukan melalui media sosial dapat menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan kesadaran politik generasi muda (Majid et al., 2023; Fitriyani et al., 2024).

Dalam analisis yang lebih mendalam, fenomena media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik generasi Z dapat dipahami melalui perspektif sosiologis terutama menggunakan teori modal sosial dari Pierre Bourdieu. Menurut Bourdieu modal sosial merupakan kumpulan sumber daya actual maupun potensial yang terkait dengan kepemilikan jaringan hubungan kelembagaan yang tetap didasarkan pada rasa saling kenal dan saling mengakui (Dewi et al., 2022; Tandaju et al., 2022; Efendi et al., 2023; Simanjuntak & Djuyandi, 2024). Ada beberapa bentuk modal sosial yakni kepercayaan, jaringan sosial dan konvensi (Alfiansyah, 2023). Di era digital saat ini, interaksi sosial dapat terjadi secara online melalui media sosial seperti melakukan kampanye politik dan memperkenalkan program kerja politisi yang bertujuan untuk mengumpulkan massa (pendukung) dan mendapatkan kepercayaan masyarakat agar memilih mereka dalam pemilu.

Penelitian ini menawarkan beberapa kebaruan. Pertama, membahas lebih dalam mengenai strategi kampanye politik yang efektif bagi generasi Z. Kedua mengaitkan perspektif teori modal sosial dengan fenomena peran media sosial dalam meningkatkan partisipasi politik generasi Z dan memberikan pemahaman komprehensif tentang strategi efektif apa saja yang dapat dilakukan untuk menjangkau generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yakni berusaha mendeskripsikan dan menganalisis kejadian, peristiwa, sikap, bahkan aktivitas sosial baik secara individu maupun kelompok (Tinambunan et al., 2024; Karo & Afriani, 2024). Analisis yang digunakan adalah studi literature yakni melakukan tinjauan literatur sistematis dari jurnal, buku dan pemberitaan media massa yang terpercaya mengenai partisipasi politik generasi Z melalui peran media sosial. Studi literatur dilakukan untuk membangun landasan teori, kerangka berpikir dan menetapkan hipotesis penelitian. Studi literature memberikan peneliti pemahaman yang lebih mendalam mengenai masalah atau fenomena yang diteliti (Brutu et al., 2023). Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menganalisis dan mengidentifikasi literatur yang telah dikaji sebelumnya, peneliti mengkaji referensi secara kualitatif dan berfokus pada tema yang telah ditentukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Modal Sosial

Bourdieu (1986) mendefinisikan modal sosial sebagai kuantitas nyata dari sumber daya yang terhubung dengan keberadaan jaringan yang langgeng atau pengakuan timbal balik yang kurang lebih formal (Efendi et al., 2023). Menurut Abdullah (2013) modal sosial mempunyai kemampuan yang berfungsi sebagai pelumas yang mendorong terjadinya interaksi sosial dan kolaborasi untuk memenuhi tujuan individu secara efektif dan efisien. Penggambaran modal sosial dapat menggunakan tiga tipologi yakni modal sosial yang mengikat, modal sosial yang menjembatani dan modal sosial yang menghubungkan (Alfiansyah, 2023).

Putnam menyatakan bahwa modal sosial terbentuk karena sumber daya yang dimiliki individu yang didalamnya terdapat beberapa elemen seperti jaringan dan relasi yang saling mengenal, menghargai dan memberi perhatian serta adanya pengakuan dari kelompok masyarakat tersebut (Dewi et al., 2022). Berdasarkan definisi mengenai modal sosial dan sumber daya dapat disimpulkan bahwa generasi muda termasuk generasi Z merupakan modal sosial bagi politisi untuk memenangkan pemilihan umum. Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) tahun 2024 dari 203 juta pemilih di Indonesia sekitar 60 % didominasi oleh generasi muda yang terdiri dari generasi Z dan generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda menyumbang suara terbanyak dalam pemilu 2024. Para politisi harus menyadari potensi generasi Z dan berusaha mendapatkan atensi dan kepercayaan mereka untuk memilih politisi tersebut. Politisi harus melakukan berbagai cara dan pendekatan agar generasi muda dapat mengenal sosok calon pemimpin, visi misi dan program kerjanya seperti berkampanye melalui media sosial.

Peran Media Sosial dalam Partisipasi Politik Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi pertama yang tumbuh besar dalam era digital yakni mereka tumbuh dengan teknologi seperti internet, *smartphone* dan media sosial (Tinambunan et al., 2024). Hampir setiap hari anak muda menggunakan media sosial seperti Facebook, TikTok, Twitter, Youtube, Instagram dan WhatsApp (Kartodinoto et al., 2024). Media sosial berperan sebagai sumber informasi untuk mengetahui profil calon dalam kontestasi pemilu, visi misi bahkan isu politik yang terjadi saat ini yang pada akhirnya dapat memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam pemilu (Nur, 2020; Fathurochman & Tutiasri, 2023; Arwita et al., 2024). Melalui konten media sosial generasi Z akan memiliki atensi mengenai apa saja program kerja unggulan masing-masing kandidat dan mereka akan lebih peduli mengenai isu-isu penting yang relevan dengan kebutuhan mereka seperti pendidikan, lapangan pekerjaan, bantuan sosial, dan lingkungan. Selain itu, konten media sosial dapat memberikan pendidikan politik terkait teknis pelaksanaan pemilu sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi politik individu seperti memilih pemimpin yang sesuai dengan keinginan mereka.

Media sosial memiliki pengaruh dalam dunia politik yakni berperan dalam komunikasi politik seperti kampanye pemilu (Sari & Candrasari, 2023). Media sosial merupakan sarana yang cukup efektif untuk menyebarkan informasi, mengetahui opini publik tentang kebijakan dan posisi politisi serta membangun dukungan komunitas terhadap politisi yang sedang berkampanye (Lestari et al., 2024; Arwita et al., 2024). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya politisi dari

berbagai negara lain telah aktif menggunakan media sosial untuk menjalin hubungan dengan konstituen, berdialog langsung dengan masyarakat dan membentuk diskusi politik (Tamim & Zamzamy, 2023; Tarigan et al., 2024; Lestari et al., 2024; Amalia et al., 2025).

Salah satu contoh penggunaan media sosial dalam komunikasi politik adalah penggunaan media sosial Twitter oleh *official account* partai Gerindra. Melalui akun twitternya partai Gerindra memberikan edukasi politik dengan terus memperbaharui informasi mengenai kegiatan partai maupun respon terhadap sebuah fenomena yang ramai diperbincangkan sehingga anak muda menjadi teredukasi, memahami pesan politik yang disampaikan, melek politik dan lebih selektif lagi dalam memilih calon pemimpin. Dengan adanya edukasi politik yang dilakukan di media sosial maka anak muda akan lebih terdorong lagi untuk berpartisipasi lebih banyak dalam politik (Tamim & Zamzamy, 2023; Sari & Candrasari, 2023). Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya fungsi media sosial bukan hanya sekedar sebagai sumber informasi tetapi juga berperan sebagai ruang diskusi, ekspresi, dan mobilitas politik bagi anak muda yang berperan dalam membentuk pola pikir dan sikap politik anak muda (Tarigan et al., 2024).

Strategi Kampanye Politik yang Efektif untuk Generasi Z

Strategi kampanye politik yang efektif digunakan untuk menjangkau generasi Z adalah dengan menggunakan pendekatan yang interaktif, kreatif dan menarik yang dapat dilakukan dengan cara membuat konten yang menarik, bahasa yang komunikatif, dan promosi yang maksimal (Sari & Candrasari, 2023; Lestari et al., 2024; Diazzaki & Mubarak, 2024; Karo & Afriani, 2024; Amalia et al., 2025). Program kampanye melalui media sosial bertujuan sebagai proses belajar tentang pemilu sehingga perlu dikemas dengan cara yang menyenangkan dan mudah dipahami agar dapat mendorong individu berpartisipasi lebih aktif dalam politik dengan cara mengikuti isu-isu politik tanpa merasa terbebani (Lestari et al., 2024; Tarigan et al., 2024; Paranita et al., 2024; Amalia et al., 2025).

Pembuatan konten edukatif di media sosial adalah penggunaan konten visual yang estetik seperti video pendek informatif dan animasi kreatif untuk menarik perhatian anak muda sehingga konten yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga mampu menghibur, menginspirasi dan memicu emosi para penontonnya contohnya seperti instagram dapat menggunakan fitur *stories*, IGTV, postingan gambar, bahkan *reels* dengan menggunakan konten dan musik viral sehingga pesan politik yang ingin disampaikan oleh partai politik maupun perseorangan dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk dipahami (Antameng et al., 2024; Amalia et al., 2025).

Strategi selanjutnya adalah menggunakan tagar atau *hashtag* yang dapat menghubungkan komunitas dan merorganisir kampanye tertentu (Rafni et al., 2024). Penggunaan *hashtag* yang tepat dan populer dapat membantu meningkatkan jumlah *like*, komentar dan *followers* bagi pengguna instagram sehingga pada akhirnya dapat mengumpulkan postingan yang serupa dari pengguna yang membahas isu tersebut dan dapat menciptakan solidaritas dan kesadaran politik mereka. Penggunaan *hashtag* efektif dalam menyebarkan pesan politik secara luas dan mendorong partisipasi aktif dalam diskusi politik misalnya menyampaikan argumen politik di kolom komentar sosial media. Contoh penggunaan tagar untuk megorganisir kampanye yakni tagar *#sultengnambaso* yang merupakan slogan atau jargon program kerja pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Sulawesi Tengah 2024 Anwar Hafid dan Reny Lamadjido. Nambaso merupakan singkatan dari "Nawa Cita Berdaya Sosial" yang berfokus pada peningkatan aspek ekonomi, pendidikan, infrastruktur, lingkungan, teknologi dan pariwisata. Melalui tagar ini masyarakat dan para pendukung dapat mengetahui dan membahas realita di lapangan dan mengaitkan dengan program kerja calon gubernur apakah sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak.

Selain penggunaan *hashtag* atau tagar, strategi yang efektif digunakan untuk menarik perhatian generasi Z adalah politisi atau partai politik dapat melakukan kolaborasi dengan *influencer* lokal atau *selebgram* lokal generasi Z (Antameng et al., 2024; Tarigan et al., 2024; Karo & Afriani, 2024; Diazzaki & Mubarak, 2024; Paranita et al., 2024). *Influencer* merupakan pribadi yang memiliki banyak pengikut di media sosial dan memiliki *power* untuk mempengaruhi orang banyak. *Influencer* bagi generasi Z dapat dianggap sebagai idola atau panutan sehingga keberadaannya dapat membuat anak muda menerima konten yang dibagikan sang *influecer* dan

merespon hal tersebut. Popularitas dan pengaruh yang dimiliki *influencer* dapat digunakan sebagai alat menyampaikan pesan-pesan politik dengan cara yang lebih akrab dan relevan sehingga dapat meningkatkan penerimaan pesan politik bagi generasi Z. Kolaborasi dengan *influencer* lokal diharapkan dapat meningkatkan partisipasi politik generasi muda secara signifikan (Rafni et al., 2024). Contoh kolaborasi antara *influencer* dengan politisi adalah Prabowo Subianto menggandeng para artis dan *influencer* seperti Raffi Ahmad, Rachel Vennya, Nagita Slavina dan Atta Halilintar saat peresmian Graha Utama Akademi Militer di Magelang, Jawa Tengah. Selain itu ada juga pasangan calon gubernur dan wakil gubernur Sulawesi Tengah 2024 Anwar Hafid dan Reny Lamadjido yang menggandeng beberapa selebgram dan *influencer* kota Palu untuk menarik atensi Masyarakat melalui dance goyang berani di Tiktok sehingga dapat meningkatkan partisipasi politik anak muda memilih mereka melalui pemilu 2024.

Strategi efektif selanjutnya yang dapat dilakukan adalah menyediakan portal daring atau aplikasi khusus untuk klarifikasi sejumlah informasi seputar pemilu dan perlu dilengkapi dengan fitur siabot dan forum diskusi sehingga anak muda dapat berpartisipasi melalui diskusi isu-isu pemilu dari sumber informasi yang jelas (Tarigan et al., 2024). Pemahaman yang valid dan mendalam mengenai pemilu dapat memperjelas informasi mengenai politik, meningkatkan partisipasi politik, membangun kesadaran politik yang kuat, dan mereka semakin mantap menentukan pilihan politiknya.

SIMPULAN

Media sosial berperan dalam partisipasi politik generasi Z yakni sebagai sumber informasi dan alat komunikasi politik dalam kampanye pemilu. Strategi kampanye politik bagi generasi Z adalah menggunakan media social dengan pendekatan yang interaktif, kreatif dan menarik yang dapat dilakukan dengan cara membuat konten yang menarik, bahasa yang komunikatif, dan promosi yang maksimal, menggunakan tagar atau *hashtag* yang dapat menghubungkan komunitas dan mengorganisir kampanye tertentu, melakukan kolaborasi dengan *influencer* lokal atau *selebgram* lokal generasi Z dan yang terakhir adalah menyediakan portal daring atau aplikasi khusus untuk klarifikasi sejumlah informasi seputar pemilu. Adapun saran dalam penelitian ini adalah generasi Z haruslah berpartisipasi aktif dalam politik dengan cara menggunakan hak pilih, menyampaikan aspirasi, pendidikan politik, berpartisipasi dalam kegiatan musyawarah dan meningkatkan kesadaran politik. Saran bagi pemerintah, partai politik dan politisi adalah memanfaatkan media social secara bijaksana sebagai saluran informasi politik yang valid, aktif dan kreatif agar dapat menjangkau generasi muda khususnya generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D., Dewi, E. A. S., & Samson, C. M. S. (2025). Komunikasi Politik Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Politik Generasi Z pada Pemilihan Bupati Pangandaran 2024. *KOMVERSAL*, 7(1), 167-178.
- Alfiansyah, R. (2023). Modal sosial sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat desa. *Jurnal Socius: Jo urnal of Sociology Research and Education*, 10(1), 41-51.
- Amir, M., & Halika, L. H. (2023). MODAL SOSIAL KANDIDAT DALAM KONSTETASI PEMILIHAN KEPALA DESA LOHIA KECAMATAN LOHIA KABUPATEN MUNA. *JAPMAS: Jurnal Politik dan Demokrasi*, 1(2), 121-128.
- Antameng, N. M., & Hera, L. L. J. (2024). Pengaruh Komunikasi Politik Melalui Instagram Terhadap Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pemilihan Presiden 2024 Di Kelurahan Aertembaga Dua Kota Bitung. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 3, pp. 1324-1337).
- Arwita, A., Mutmainnah, N., Izzati, N., Ulfatunnisah, U., Mizan, W. Y. U., Jaelani, Z. F. A., & Kurniawansyah, E. (2024). Analisis Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pilpres 2024 (Study di Desa Karang Tapen). *Jurnal Sultra Elementary School*, 5(2), 298-311.
- Aulia, R. (2024). Strategi Komisi Pemilihan Umum Kota Palangka Raya dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pemilu dan Pilkada Serentak Tahun 2024. *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 6(1), 11-24.

- Averus, A., & Alfina, D. (2020). Partisipasi Politik Dalam Pemilihan Kepala Desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(3), 585-610.
- Brutu, D., Annur, S., & Ibrahim, I. (2023). Integrasi Nilai Filsafat Pendidikan Dalam Kurikulum Merdeka Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jambura Journal of Educational Management*, 442-453.
- Dewi, A. S., Fitriani, E., & Amelia, L. (2022). Modal Sosial Tradisi Rewang pada Masyarakat Jawa Desa Beringin Talang Muandau Riau. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 4(1), 19-29.
- Diazzaki, Y. F., & Mubarak, A. (2024). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi-Z Pada Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Agam. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(2).
- Fathurochman, N., & Tutiasri, R. P. (2023). *Penerimaan generasi z terhadap polarisasi politik. Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6 (9), 6837-6845.
- Fitriyani, A., Rosadi, A. D., Laila, F., Puspita, D., & Imron, A. (2024). Determinan Persepsi Perilaku Generasi Milenial Dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal Of Education Science*, 10(1), 14-24.
- Iswardhana, M. R., Arisanto, P. T., Chotimah, H. C., Wibawa, A., Risky, L., & Pratiwi, T. S. (2023). Sosialisasi Pendidikan Politik Menyongsong Pemilu 2024 Terhadap Generasi Z Di Sman 4 Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 2(1), 6-10.
- Karo, S. M., & Afrianti, F. (2024). TRANSFORMASI MEDIA SOSIAL DAN PENDIDIKAN POLITIK PADA GENERASI Z. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional Guru*, 16, 41-52.
- Kartodinoto, S. R. A., Purnomo, D., & Utomo, A. W. (2024). Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z Dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z Di Kota Salatiga). *Jurnal Niara*, 17(1), 20-29.
- Lestari, I., Arief, I. A., & Rachim, M. D. (2024). Partisipasi Politik Generasi Z Pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024. *Journal Publicuho*, 7(4), 2297-2308.
- Majid, M. N., Dwi, E., & I2, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum Di Era Digital. *PERSEPTIF*, 2(1). <http://journal.yazri.com/index.php/perseptif>
- Nur, E. (2020). Tanggapan Generasi Z Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mendukung Keterlibatan Dalam Pemilu Legislatif 2019 The Generation Z Response to Use of Media Social in Supporting Involvement in the 2019 Legislative Election. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(2), 117-131.
- Paranita, S., Rahmawati, D., & Nurdayani, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Generasi Z pada Pemilihan Presiden 2024. *Civics Education and Social Science Journal (CESSJ)*, 6(2), 168-180.
- Rafni, A., Suryanef, S., & Hasrul, H. (2024). Kendala dan upaya KPU dalam meningkatkan literasi politik generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 4(3), 618-629.
- Sari, Q. A. A., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Informasi Politik Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568-578.
- Simanjuntak, A. S., & Djuyandi, Y. (2024). GEN-Z DAN POLITIK: MENELUSURI STRATEGI KAMPANYE MEDIA SOSIAL ATALIA PRARATYA DALAM PEMILU LEGISLATIF 2024. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 3(2), 62-74.
- Sitorus, M. S., & Sitorus, S. H. (2023). Partisipasi Generasi Z dalam Menggunakan Hak Pilih pada Pemilihan Umum 2024 di SMK Taruna Pekanbaru. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 969-976.
- Tamim, F. M., & Zamzamy, A. (2023). Strategi Komunikasi Politik Partai Gerindra dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Muda melalui Media Sosial Twitter pada Pemilu Tahun 2024. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10), 8040-8046.
- Tandaju, F. J. N., Tumiwa, J., & Tumengkol, S. M. (2022). Kepercayaan Konsumen Terhadap Pemasaran Online (Facebook) di Desa Pinabetengan Utara Kecamatan Tompaso Barat. *JURNAL ILMIAH SOCIETY*, 2(2).

- Tarigan, V. C. E., Asnawi, M. I., Rokan, M. P., Girsang, L. W. P., & Simbolon, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Politik Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2024. *Locus: Jurnal Konsep Ilmu Hukum*, 4(3), 99-106.
- Tinambunan, C. P., Syailendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik. *Sosio e-Kons*, 16(3), 325-337.
- Yolanda, H. P., & Halim, U. (2020). Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 30-39.