

HOW MEDIA SOCIAL BUILT POLITICAL IDENTITY FOR GEN-Z IN ELECTION?

Suci Prestika

Universitas Bina Darma, Jl.Jenderal Ahmad Yani No.3,9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111

Email : suciprestika263@gmail.com

Abstrak

Generasi Z adalah generasi yang dinyatakan akan menjadi pemilih terbanyak dalam pesta demokrasi pemilu 2024 ini dan akan memberikan pengaruh yang besar terhadap pemilu ini. Maka dibutuhkan pemahaman yang cukup untuk para generasi Z supaya tidak salah dalam memanfaatkan hak pilih mereka, namun generasi Z sekarang ini masih rendah kesadaran politiknya, generasi z tidak mempunyai ketertarikan untuk memahami dan mengetahui informasi tentang politik dan pemilu ini secara langsung, munculnya media sosial memberikan manfaat untuk hal tersebut, media sosial dianggap sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan informasi seputar politik dan pemilu kepada generasi Z, karena media sosial adalah media yang paling dekat dengan kehidupan generasi Z setiap harinya, sehingga sekarang ini banyak sekali para penggiat politik yang memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Hal ini sudah menyebar secara merata hingga ke daerah-daerah, media sosial juga sudah berhasil meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi pemilu generasi z di daerah untuk ikut aktif melihat informasi seputar politik dan pemilu melalui media sosial ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial bisa berhasil mempengaruhi kesadaran politik dan meningkatkan partisipasi pemilu generasi Z di Desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif yakni penjabaran dari semua data yang terkumpul, dengan menggunakan metode kualitatif, mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian ini tidak menganalisa angka-angka. Penelitian ini menggunakan teknik observasi terhadap perilaku pemilih pemula (generasi Z).

Kata Kunci: *Generasi Z, Politik, Pemilu, Media sosial.*

Pendahuluan

Pada era globalisasi dan teknologi informasi yang pesat seperti yang kita rasakan sekarang ini. media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi Generasi Z yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital. Melansir dari BBC, Alexis Abramson, seorang ahli dalam pengelompokan generasi, mengatakan, perbedaan waktu kelahiran menghasilkan karakteristik generasi yang berbeda. Generasi Z, yang umumnya lahir antara pertengahan 1997-an hingga awal 2012-an, tumbuh dengan akses yang serba mudah, banyak perubahan yang terjadi dalam kehidupan generasi ini karena pengaruh dari transformasi media dari manual ke digital yang tidak bisa kita hindari, berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok sudah sangat melekat dengan diri dan kehidupan mereka. Fenomena ini memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk kesadaran politik dan partisipasi dalam pemilihan umum (Pemilu).

Ketertarikan Generasi Z terhadap politik dan partisipasi dalam proses demokrasi menjadi perhatian utama dalam konteks global. Melalui penggunaan media sosial, mereka tidak hanya mengonsumsi informasi politik, tetapi juga secara aktif berpartisipasi dalam mendiskusikan isu-isu politik, mengemukakan pendapat, dan menyebarkan informasi kepada orang-orang di lingkungan mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan seputar dampak media sosial terhadap kesadaran politik dan tingkat partisipasi Generasi Z dalam konteks pemilihan umum.

Dalam hal pandangan terhadap isu-isu politik dan iklim politik saat ini, generasi yang lebih muda secara konsisten memiliki pandangan yang lebih liberal daripada generasi yang lebih tua dalam beberapa tahun terakhir. Saat ini, anggota Generasi Z memiliki banyak pandangan yang sampai dengan Generasi Milenial, dan keduanya cenderung lebih liberal daripada generasi yang lebih tua. Tujuh dari sepuluh Gen Z mengatakan bahwa pemerintah harus melakukan lebih banyak hal untuk menyelesaikan masalah di negara ini, sementara hanya 29% yang mengatakan bahwa pemerintah melakukan terlalu banyak hal yang lebih baik diserahkan kepada individu dan bisnis. Generasi Z sedikit lebih cenderung mendukung aktivis pemerintah dibandingkan generasi Milenial, dan secara signifikan lebih cenderung dibandingkan generasi yang lebih tua: 53% dari Gen X, 49% dari Baby Boomers dan 39% dari Silents lebih menyukai keterlibatan pemerintah daripada bisnis dan individu.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa adanya hubungan antara penggunaan media sosial dan tingkat partisipasi politik, namun, sedikit penelitian yang fokus pada generasi yang lebih muda, seperti Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai dampak konkrit dari media sosial terhadap kesadaran politik dan partisipasi pemilu Generasi Z.

Penelitian ini juga relevan dengan konteks Indonesia, di mana pemilihan umum memiliki peran penting untuk masa depan negara. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media sosial mempengaruhi kesadaran politik dan partisipasi pemilu Generasi Z, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi politik yang lebih efektif dan memahami dinamika politik yang terus berubah di era digital ini sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Masyarakat yang kurang melek politik, contohnya masyarakat rural area, terlibat dalam aktivis mepolitik yang didorong oleh advokasi politik oleh elit desa atau tokoh masyarakat (Adlin, 2017). Pemahaman politik yang utuh dapat membantu seseorang memilah-milah informasi politik yang diterima sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan politiknya. Sama halnya dengan generasi Z yang akan menggunakan hak pilihnya untuk pertama kalinya pada pemilu ini, sangat diperlukan pemahaman politik yang cukup supaya suara mereka bisa tersalurkan dengan baik untuk masa depan bangsa.

Komunikasi Politik merupakan cara menyampaikan pesan dengan cirri khas politik yang bertujuan untuk mempengaruhi khalayak. Kehadiran media sosial tentunya dimanfaatkan sebagai media komunikasi oleh pemerintah, partai politik, aktivis dan profesional. Media sosial merupakan bagian penting bagi partai politik untuk memberikan informasi ke publik mengenai kegiatan politiknya. Media sosial dimanfaatkan oleh partai politik untuk kepentingan politik, karena media inilah yang memiliki kekuatan untuk itu memengaruhi berbagai audiens (Alam, 2019). Komunikasi politik di media sosial berjejaring (khususnya Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dll) dipermudah oleh keterhubungan citra visual, tekstual, dan verbal (Tosepu, 2018). Karena pengguna media sosial di Indonesia semakin banyak, penggunaannya juga semakin meluas khususnya kepentingan politik pun ikut menghiasi. Dalam proses komunikasi politik di Indonesia, media baru menjadi media masa depan karena murah, akses cepat, mudah dan cepat secara langsung berinteraksi dengan komunikator (Wahid, 2016). Sehingga pada pemilu sekarang media sosial dianggap sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan politik kepada khalayak, dan dengan media sosial pesan politik yang disampaikan juga bisa lebih mudah mencapai massa yang lebih luas. karena banyak sekali manfaat yang bisa diambil oleh para tokoh politik dengan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyampaikan informasi ini, diantaranya menghemat biaya, menghemat waktu, memperluas jaringan, mempermudah interaksi, dan masih banyak lagi. Dengan memanfaatkan media sosial dapat membuat masyarakat lebih mudah untuk ikut aktif dalam menyampaikan aspirasinya karena di media sosial masyarakat bisa berinteraksi secara langsung dengan calonnya.

Melalui media sosial, kampanye dinilai mampu menjangkau lebih banyak khalayak. Hagar (2014) menuturkan bahwa “media sosial membuat kandidat dalam suatu pemilihan dapat berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tidak dapat dicapai dengan pola kampanye tradisional.” Selain itu Tanase (2015) berpendapat, “peluang dukungan media sosial menjadi suara dalam pemilihan lebih besar jika ada keterlibatan atau partisipasi aktif calon pemilih, baik dengan berinteraksi langsung atau menyebarluaskan pesan kampanye yang mereka dapatkan dari media sosial tersebut kepada orang lain. Karena kehidupan manusia dimasa sekarang ini paling dekat adalah dengan media sosial terlebih lagi untuk generasi Z. Media sosial sudah menjadi seperti kebutuhan sehari-hari. Media sosial sudah menyebar secara global ke seluruh masyarakat di Indonesia, dari kota hingga ke desa, dari generasi z hingga dewasa, sehingga dengan kampanye melalui media sosial akan lebih mudah untuk mencapai massa yang luas dan informasi akan tersampaikan dalam waktu yang sangat cepat.

Generasi Z adalah generasi yang menyebar di seluruh penjuru negeri ini. Dari kota sampai ke desa, generasi Z adalah generasi yang mendominasi jumlah penduduk dari kota sampai ke desa. Namun tidak bisa dipungkiri faktor jarak dan lingkungan yang membuat informasi cenderung lebih lambat sampai ke masyarakat di desa. Sehingga ilmu pengetahuan masyarakat di desa juga cenderung mengalami ketertinggalan dari masyarakat di perkotaan. Hal ini terjadi secara merata baik untuk masyarakat umum maupun generasi Z nya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi kesadaran politik dan partisipasi pemilu generasi Z di Desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan.

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif yakni penjabaran dari semua data yang terkumpul, dengan menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak menganalisa angka-angka. Penelitian ini menggunakan teknik observasi terhadap pelaku pemilih pemula generasi Z.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan tehnik observasi terhadap perilaku pemilu generasi Z dan melakukan wawancara secara langsung dengan informan di lapangan, lalu kemudian hasil tersebut dikumpulkan dan dianalisis oleh peneliti.

Generasi Z adalah generasi yang dinyatakan akan menjadi pemilih terbanyak pada pesta demokrasi terbesar rakyat Indonesia, pemilu 2024 ini. Hal ini membuat generasi z menjadi salah satu aspek yang berpengaruh besar dalam pemilu ini. Oleh karena itu sebagai pemilih pemula generasi Z seharusnya mempunyai pemahaman yang cukup tentang politik dan pemilu supaya hak pilih mereka bisa dimanfaatkan dengan baik untuk kemajuan negara Indonesia. Akan tetapi minat generasi Z untuk memahami tentang politik dan pemilu masih sangat rendah, karena mereka menganggap bahwa politik itu adalah hal yang menakutkan dan membosankan karena banyaknya pemberitaan negatif dari dunia politik. Sikap ini bersifat global tidak hanya generasi Z yang berada di lingkungan perkotaan saja tapi sudah sampai kepadagenerasi Z yang tinggal di daerah.

Media sosial adalah media yang berhasil cukup efektif untuk menyampaikan pesan politik kepada khalayak khususnya generasi Z. Generasi Z yang awalnya tidak berminat untuk

mengetahui informasi politik dan pemilu namun dengan adanya media sosial secara tidak langsung mereka jadi melihat dan mendapatkan pesan politik dari akun media sosial masing-masing. Hal ini juga berhasil meningkatkan kesadaran politik dan partisipasi pemilu generasi z.

Tradisi kekeluargaan di lingkungan masyarakat desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan masih sangat kuat, system kepercayaan turun temurun yang membuat dampak media sosial terhadap kesadaran politik dan partisipasi pemilu generasi Z disini tidak hanya dipengaruhi oleh media sosial saja tapi juga masih dipengaruhi keluarga dan lingkungan, tapi pada dasarnya informasi yang mereka dapatkan sehingga menciptakan kepercayaan yang mereka sepakati bersama tersebut jugasudah berasal dari media sosial.

Kekeluargaan masyarakat yang masih sangat erat di Desa Gaung Asam, Setiap hari masyarakat berkumpul dan bertukar informasi, perkumpulan ini bisa berupa perkumpulan kecil maupun perkumpulaan besar, di dalam perkumpulan ini selalu ada topik yang dibahas termasuk salah satunya adalah politik dan pemilu, di era digital sekarang mereka biasanya juga menonton bersama sebuah tayangan politik dari media sosial, dan dengan mudah mereka akan langsung mempercayai informasi yang mereka lihat tersebut, Setelah itu nanti mereka akan membawa informasi tersebut kerumah masing-masing sehingga satu keluarga akan ikut mempercayai untuk memilih satu pilihan yang sama. Sehingga pengaruh dari kampanye politik di media sosial yang di tonton oleh kelompok masyarakat yang berada di perkumpulan saja tapi lebih luas ke keluarga dan lingkungan masing-masing anggota perkumpulan tersebut. Dalam hal ini telah terjadi perkembangan dari kebiasaan masyarakat dulu, yaitu kalau dulu sumber informasi yang mereka bahas adalah bersumber dari kampanye secara langsung oleh para calon, dengan media baliho, pembagian kalender, dan kampanye akbar dengan mengumpulkan masyarakat secara langsung, namun sekarang sumber informasi yang mereka bahas sudah berkembang menjadi bersumber dari media sosial, mereka menonton informasi politik melalui konten di media sosial secara bersama-sama kemuda membahasnya secara bersama-sama pula.

Termasuk untuk generasi Z di daerah selain medial sosial mereka juga masih sangat mudah terpengaruh oleh kepercayaan keluarga dan lingkungannya untuk memilih. Contohnya ketika seorang kepala keluarga sudah menentukan pilihannya setelah ia menonton kampanye politik di media sosial maka dalam tradisinya satu keluarga akan mengikuti pilihan kepala keluarga tersebut. Akan tetapi di masa sekarang sumber utama informasi tersebut adalah media sosial.

Seperti dalam teori agenda setting bahwa media itu sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap sebuah informasi. Ketika mendapatkan informasi dari media sosial masyarakat cenderung akan langsung mempercayai informasi tersebut tanpa perlu memastikan kembali untuk kedua kalinya. Sehingga tidak salah kalau dalam politik media sosial dianggap

media kampanye yang paling efektif di masa sekarang. Karena media sosial merupakan sumber utama bagi orang-orang untuk mencari informasi yang terpercaya menurut mereka.

“ Sebenarnya saya sangat tidak tertarik dengan politik, saya tidak tertarik untuk secara sengaja searching tentang politik di media sosial, menurut saya dunia politik itu terlalu berisik, terlalu banyak berita-berita yang meresahkan, tapi konten-konten politik, kampanye para calon preside,wakil presiden, dan lain sebagainya yang sedang ramai di media sosial saat ini sering sekali lewat di beranda saya ketika saya scroll-scroll akun media sosial saya,banyak sekali calon yang berkampanye melalui media sosial, banyak sekali konten yang fyp sampai ke beranda saya tanpa saya melakukan pencarian, jadi karena sudah sangat banyak dan sering lewat di beranda saya, secara tidak sengaja saya jadi membaca dan melihat konten politik yang membuat saya mempunyai sedikit pengetahuan tentang politik dan pemilu,sesekali yang ikut berkomentar di postingan tersebut karena melihat ramainya kolom komentar disana, tapi kalau untuk secara langsung saya tidak tertarik, seperti misalnya melihat ada baliho-baliho di jalan itu saya tidak tertarik untuk membacanya,tapi kalau di media sosial ini saya melihatnya karena diawali secara tidak sengaja” (Hasil wawancara F, 2023)

Narasumber F awalnya tidak mempunyai keterarikan yang besar untuk melihat dan mencari informasi seputar politik dan pemilu, karena ia menganggap dunia politik adalah dunia yang berisik, karena banyaknya berita-berita yang meresahkan di dunia politik, terlebih lagi untuk kampanye politik yang dilakukan secara langsung dengan memasang baliho-baliho di sepanjang jalan, bagi F itu adalah hal yang lebih tidak menarik lagi, namun dengan hadirnya media sosial sebagai media penyampaian informasi politik dan pemilu, Fitria mengakui bahwa secara tidak sengaja ia menjadi melihat dan mengetahui sedikit-sedikit tentang informasi politik dan pemilu melalui konten politik yang FYP di berandanya.

“ Politik dan pemilu menurut saya adalah hal yang tidak perlu untuk diketahui, apalagi kita masih muda, saya lebih baik nonton drakor daripada nonton konten politik, saya tidak tertarik dengan politik, tapi sesekali saya pernah melihat konten politik karena postingan politik pernah muncul di beranda saya sehingga saya jadi melihat dan membaca informasi itu,tapi hanya sekilas saja karena saya belum berminat jika ingin mencari tau terlalu dalam, sekedar melihat saja jika ada yang muncul di beranda saya, berbeda dengan ayah saya yang sangat mengikuti perkembangan politik di media sosial, setiap hari dia mengamati politik dan memberitahukan kepada kami informasi politik dan kampanye dari calon yang dinilainya bagus, kalau saya tidak begitu saya melihat sesekali saja, apalagi kalau untuk yang secara langsung saya makin tidak tertarik, seperti baliho-baliho di jalan wah menurut saya itu hanya

menghabiskan uang calon saja, masih mending kampanye lewat media sosial saja, sesekali masih dilihat orang, daripada di baliho tidak akan banyak orang yang membacanya” (Hasil wawancara narasumber A, 2023).

Narasumber A tidak tertarik dengan informasi politik dan pemilu, walaupun ada konten politik FYP yang lewat di berandanya ia hanya melihatnya sekilas saja, tidak terlalu mengamati, apalagi kalau untuk baliho-baliho yang di jalan-jalan itu lebih tidak tertarik lagi, namun narasumber A mendapatkan informasi seputar politik dan pemilu dari ayahnya yang sangat rajin setiap hari menonton konten politik dan pemilu di media sosialnya lalu memberitahukannya kepada narasumber A hasil dari tontonan tersebut.

“Saya lebih tertarik untuk mencari informasi seputar dunia sepak bola daripada dunia politik dan pemilu, akan tetapi di Karang Taruna kami sering sekali berkumpul dan sharing berbagai cerita, salah satunya adalah tentang politik yang sedang hangat-hangatnya mendekati pemilu ini, jadi walaupun saya tidak pernah mencari informasi politik dan pemilu ini sendiri baik secara langsung ataupun melalui media sosial tapi saya jadi mengetahui informasi-informasi seputar politik dan pemilu dari perkumpulan dengan Karang Taruna karena senior-senior saya di Karang Taruna seringkali memperlihatkan konten-konten politik yang dinilainya bagus kepada kami para anggota sehingga kami juga bisa mengetahui bahwa konten tersebut juga bagus dan pasangan capres cawapres tersebut bagus untuk dipilih, kalau untuk secara langsung itu saya semakin tidak tertarik lagi, kalau ada baliho-baliho di jalan itu saya tidak pernah membacanya sampai selesai karena sudah sangat sering melihatnya, apalagi kalau sudah penuh di sepanjang jalan saya sangat tidak tertarik untuk membacanya satu-satu, beda dengan di media sosial, kalau di media sosial ini saya melihatnya secara tidak sengaja ada banyak informasi beragam yang bisa di dapatkan, dan tidak terlalu membosankan karena biasanya kontennya disertai dengan music-musik yang lumayan menarik juga.” (Hasil wawancara narasumber S, 2023)

Narasumber S adalah Gen-Z yang aktif di organisasi pemuda di desa atau yang biasa disebut dengan Karang Taruna, jadi walaupun narasumber S juga tidak mempunyai ketertarikan untuk melihat informasi seputar dunia politik dan pemilu, ia lebih tertarik untuk menonton sepak bola daripada politik. Tapi karena ia rajin mengikuti perkumpulan Karang Taruna, ia menjadi sering menonton konten politik bersama senior-seniornya di Karang Taruna dan mendiskusikan hal tersebut. Kalau untuk baliho-baliho yang terpasang di jalan narasumber S juga tidak tertarik untuk membacanya, biasanya ia melihat baliho tersebut tapi tidak pernah membacanya sampai selesai.

“Saya masih duduk di bangku kelas 12 SMK, dan pada pemilu pertama ini saya akan ikut memilih untuk pertama kalinya, tapi saya merasa biasa saja, saya tidak ingin terlalu sibuk dengan urusan poliitik dan pemilu, saya tidak tertarik untuk melihat informasi politik dan pemilu, walaupun banyak sekali informasi politik dan pemilu yang beredar di media sosial,fyp di beranda saya, saya tidak terlalu memperhatikannya, saya hanya melihat sekilas saja jika ia lewat di beranda saya, walaupun sekilas minimal saya tau sedikit informasi tentang politik dan pemilu ini, cukup seperti ini saja, jika secara sengaja ingin mencari tau saya tidak tertarik, tapi kalau ada konten politik yang fyp di beranda saya, saya akan melihatnya secara sekilas.” (Hasil wawancara narasumber C).

Narasumber C adalah pemilih pemula yang masih duduk di bangku SMK, sehingga minat dan kesadaran politiknya masih sangat rendah, tapi dengan adanya informasi politik di media sosial yang fyp di berandanya, hal ini membuat ia menjadi sedikit terbuka wawasan politiknya karena menonton tayangan tersebut walaupun hanya sekilas.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari ketiga informan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial benar mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kesadaran dan partisipasi politik generasi Z. Sesuai dengan teori agenda setting yang mana media sosial ini memberikan pengaruh kepada khalayak, dan khalayak akan dengan mudah menerima informasi tersebut secara langsung setelah menerimanya. Teori agenda seeting mempengaruhi khalayak melalui tiga tahapan, yaitu representasi, persistensi, dan persuasi. Pada tahap representasi menjelaskan tentang media sosial mempengaruhi khalayak melalui penyajian informasi yang menarik sehingga informasi tersebut akan dinilai penting oleh khalayak. Pada tahap persistensi menjelaskan tentang bagaimana khalayak mempertahankan kesamaan agenda antara informasi yang didapatkan dari media sosial dan dari publik. Dan pada tahap persuasi menjelaskan bagaimana media memperngaruhi agenda publik. Ketika khalayak mendapatkan informasi dari media mereka akan dengan sangat mudah mempercayai informasi tersebut.

Informan satu dan empat menggambarkan tahap representasi yang media sosial memberikan pengaruh kepada “F” yang awalnya tidak tertarik untuk mengetahui informasi politik secara tidak langsung berubah menjadi aktif melihat informasi-informasi politik melalui konten politik di media sosial. Informan dua menggambarkan tahap persistensi yaitu “A” yang lebih mempercayai dan mengikuti pilihan berdasarkan informasi yang diberikan oleh ayahnya daripada informasi yang iadapatkan dari akun media sosialnya sendiri. Dan informan ketiga menggambarkan tahap persuasi yaitu “ S” anggota karang taruna yang awalnya lebih memilih melihat konten sepakbola daripada konten politik berubah menjadi menonton konten politik karena pengaruh dari perkumpulannya di karang taruna”

Dari berbagai sisi kehidupan generasi Z di desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai politik dan pemilu, namun hal ini sumber utamanya sudah satu, yakni media sosial, media sosial sudah berhasil mempengaruhi persepsi politik generasi z di desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan melalui konten-konten kreatif berisi informasi politik yang sampai kepada masyarakat dan generasi Z.

Kesimpulan

Media sosial adalah media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan politik kepada public khususnya para generasi Z, karena media sosial adalah media yang paling dekat dengan kehidupan generasi Z sekarang, media sosial sudah menjadi seperti kebutuhan yang digunakan setiap hari oleh generasi Z, sehingga informasi akan tersampaikan dengan mudah kepada generasi Z melalui media sosial.

Generasi Z yang awalnya tidak berminat untuk mencari informasi seputar politik dan ikut aktif berpartisipasi dalam pemilu dengan adanya media sosial ini secara tidak langsung membuat minat mereka menjadi meningkat, karena pengaruh media sosial yang mereka gunakan setiap hari, sehingga mereka secara sengaja ataupun tidak sengaja melihat konten-konten politik dan kampanye politik yang lewat dari beranda media sosial mereka masing-masing.

Media sosial tidak hanya mampu menyampaikan pesan politik saja kepada generasi Z tetapi media sosial juga mampu meningkatkan partisipasi generasi Z sebagai pemilih pemula untuk menyalurkan aspirasinya. Karena dengan melihat konten-konten politik di media sosial mereka, mereka menjadi lebih mengetahui tentang dunia politik dan pemilu, sehingga mereka bisa menentukan pilihan untuk menggunakan hak suaranya dengan baik.

Pengaruh media sosial ini sudah menyebar secara global sampai ke daerah. Rakyat daerah yang dulu menentukan pilihan dalam pemilu secara turun temurun dalam keluarga karena melihat sebagian kecil dari para calon yang berkampanye secara langsung saja, dengan metode pertemuan ataupun perkumpulan singkat atau hanya melihat di baliho saja, sekarang sudah berkembang dengan adanya media sosial, Generasi Z yang tinggal di daerah tepatnya di Desa Gaung Asam Kecamatan Belida Darat Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan yang masih aktif dengan tradisi kekeluargaannya, sekarang ini juga sudah terkena dampak pengaruh dari media sosial, mereka berkumpul setiap hari tidak hanya bercerita bersama saja tapi sudah meningkat ke menonton konten media sosial secara bersama-sama, sebagian dari mereka memang masih dipengaruhi oleh keluarga dan lingkungannya akan tetapi sumber utama dari

informasi tersebut adalah bersumber dari media sosial. Jadi dampak dari adanya media sosial ini sudah menyebar secara global sampai ke daerah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya tercinta yang selalu setia mendoakan segala yang terbaik dalam hidup saya, kaprodi dan seluruh dosen prodi ilmu komunikasi Universitas Bina Darma yang telah memberikan kesempatan emas ini dan membimbing sehingga penulis bisa menyelesaikan tulisan ini, dan semuanya orang-orang tersayang yang selalu mensupport setiap karya saya.

Daftar Pustaka

- Morissan. (2013). *Teori komunikasi individu hingga masa*. Jakarta :Kencana.
- Di Pace, P.D. (2016). *Political Campaigne Revolutions: Case Study Barack Obama 2008..* Italy. LUISS University. (Thesis. Departemen of Political Science).
- Hafield, C. (2009). *KomunikasiPolitik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers..
- Cangara, Hafied. (2007). *Komunikasi politik : konsep, teori, dan strategi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Aji, P.M, & Indrawan,.J. (2019) *Cyberpolitics : Perspektif baru memahami politik di era siber*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Efriza., Indrawan,J. (2018). *Komunikasi politik pemahaman secara teoritis dan empiris*. Malang : Intrans Publishing.
- Tosepu, Yusrin Ahmad. (2018). *Media baru dalam komunikasi politik (komunikasi politik di dunia virtual)*. Surabaya : CV Jakad
- Wahid, Umaimah. (2016). *Komunikasi politik teori, konsep, dan aplikasi pada era media baru*. Bandung : PT Remaja Rosdakary.
- Jurnal :
- Ardha, B. (2014). *Social Media sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia*. Jurnal Visi Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana, 13(1).
- Arianto, B. (2015). *Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Gajah Mada, 19(1).
- Atmodjo, J.T. (2014). *Dinamika Partisipasi Politik Remaja Melalui Media Sosial*. Jurnal Visi Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana, 13(2).
- Sutisna, A. (2017). *Strategi Peningkatan Literasi Politik Pemilih Pemula Melalui Pendekatan Pembelajaran Konstektual*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Pendidikan, 6(2).

- Adlin, J. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingginya Partisipasi Politik Masyarakat Pada Pilkada Serentak di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Tahun 2015*. Jurnal JOM FISIP. FISIP Universitas Riau, 4(2).
- Arianto, B. (2015). *Kampanye Kreatif dalam Kontestasi Presidensial 2014*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Gajah Mada, 9(12).
- Atmodjo, J.T. (2014). *Dinamika Partisipasi Politik Remaja Melalui Media Sosial*. Jurnal Visi Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana, 13(2).
- Tanase. (2015). *The Electoral Campaign through Social Media. Case Study – 2014 Presidential Elections in Romania*. Sfera Politica. Fundatia Orient Express. Romania, 23(1).
- Suardi. (2016). *Antara media sosial dalam komunikasi politik*. Jurnal Risalah. Fakultas ilmu komunikasi UIN Suska Riau, 27(2).
- Nur Alfiyani. (2018). *Media Sosial sebagai strategi komunikasi politik*. Jurnal potret pemikiran. Institut Agama Islam Negeri Manado, 22(2)
- Ipan Nur Hidayat, Regi Refian Grafis. (2023). *Trend komunikasi politik di media sosial*. Jurnal lanskap politik. Sekolah tinggi ilmu sosial dan ilmu politik Tasikmalaya, 1(2).
- Anshari. (2016). *Komunikasi politik di era media sosial*. Jurnal ilmu komunikasi staff pengajar STT PLN. Jakarta, 8(1)
- Amala, I.A, & Riyantini, R. (2019). *Pengaruh terpaan sandiagra uno di media online terhadap sikap masyarakat (survey di kelurahan tanah baru, Depok)*. Jurnal ilmu komunikasi Ekspresi & Persepsi. Depok, 1(2).
- Indrawan, J. Efriza, Ilmar, A. (2020) *Kehadiran media baru (new media) dalam proses komunikasi politik*. Jurnal medium, 8 (1)
- Budiyono. (2015) *Fenomena komunikasi politik dalam media sosial*. Jurnal iptek-kom. BPPKI Yogyakarta, 17(2)
- Nia Karniawati, Ester Rosselim. (2023). *Media sosial sebagai alat pendukung komunikasi politik*. Jurnal suara politik. Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Bandung, 2(1)
- Susanto, Eko Harry. (2017). *Media sosial sebagai pedukung jaringan komunikasi politik*. Jurnal aspikom. Jakarta 3(3)
- Alam, Sukma. (2019). *Strategy of political party campaign on social media (case study of partai solidaritas Indonesia in criticizing in indonesian parlement through youtube)*. Jurnal komunikasi politik, 2(1).