

BAB I

PENDAHULUAN

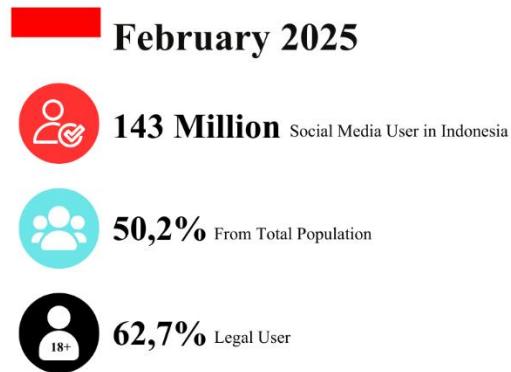
1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan sebuah media yang bersifat *online*. Media *online* memiliki beberapa fungsi pada pelaksanaan pemilu yaitu, media *online* berperan sebagai sebuah sumber informasi yang memiliki kemudahan dalam aksesibilitas, dan terupdate. Fungsi selanjutnya ialah media online memungkinkan terciptanya komunikasi yang bersifat dua arah, dari pengguna satu dengan pengguna lainnya. Kemudian, media online berperan sebagai alat pembelajaran. Kemudahan ini lah yang menjadi poin tambahan dari media sosial yang bersifat *online*. Selanjutnya dalam konteks komunikasi di masa pemilu, media *online* berperan menjadi sebuah ruang dimana publik dengan penyelenggara bisa bertemu. Salah satu contohnya ialah *website* resmi penyelenggara pemilu, pada proses pelaksanaan pemilu *website* dapat diakses oleh masyarakat luas dan menjadi sebuah dasar yang kuat bahwasanya media *online* berkontribusi dalam bentuk penyampaian pesan, informasi dan semua hal yang berkaitan dengan pemilu (Arpandi, 2023).

Media sosial juga sudah digunakan di dalam dunia politik, menciptakan hubungan yang erat antara kedua bidang ini. Dalam beberapa tahun terakhir, politik dan media sosial telah saling terikat satu sama lain, dengan keduanya memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dan mengambil keputusan. Media sosial menjadi salah satu referensi penting bagi pemilih menjelang pemilu, di mana informasi mengenai calon, platform, dan isu-isu terkini dapat diakses dengan mudah.

Dengan berbagai fitur yang ditawarkan, media sosial memudahkan pemilih untuk mengikuti perkembangan politik, baik melalui berita, diskusi, maupun debat online. Pemilih dapat mengetahui informasi seputar pelaksanaan pemilu, seperti tanggal pemungutan suara, lokasi tempat pemungutan suara, dan prosedur yang harus diikuti. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana untuk mengekspresikan pendapat dan mendiskusikan isu-isu yang relevan dengan pemilu.

Keberadaan media sosial memberikan peluang bagi calon dan partai politik untuk menjangkau pemilih secara langsung, tanpa perantara. Hal ini memungkinkan mereka untuk membangun citra publik dan menarik perhatian pemilih dengan konten kreatif dan interaktif. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dalam politik juga dapat memunculkan tantangan, seperti penyebaran berita palsu dan informasi yang menyesatkan.



Gambar 1. 1 Data Penggunaan Platform Sosial Media di Indonesia

Sumber: We Are Social 2025

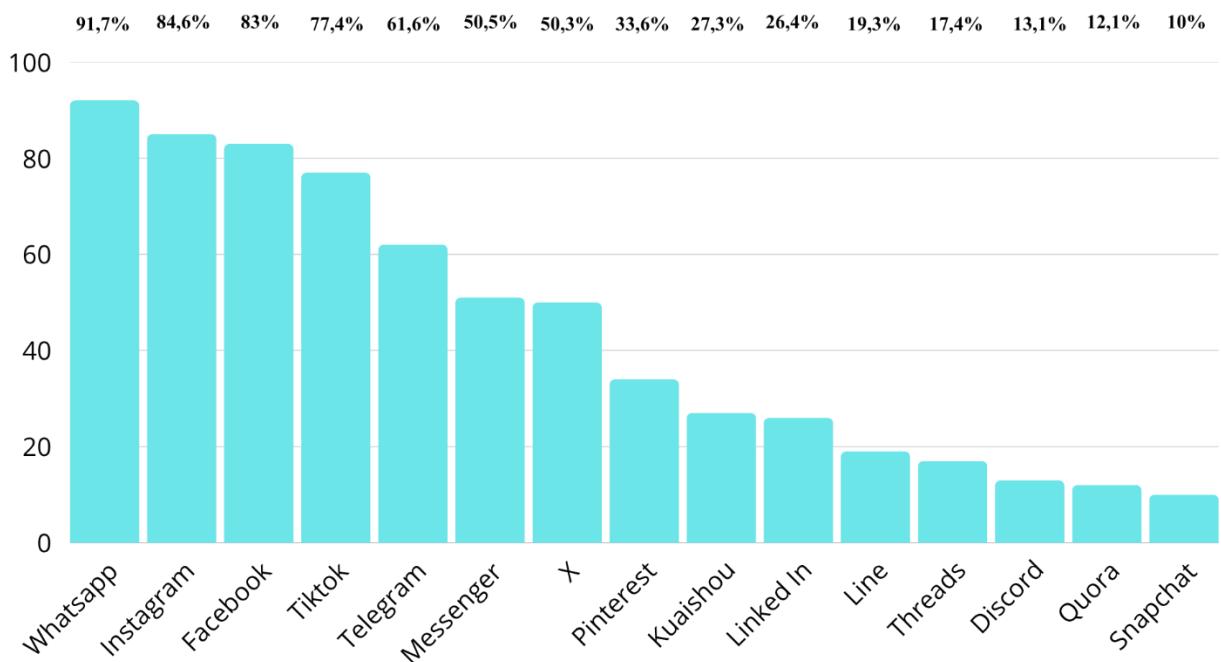
Media sosial kerap digunakan oleh masyarakat dari berbagai generasi. Berdasarkan penelitian pada Februari 2025 yang dilakukan We Are Social terdapat sekitar 143 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah ini setara dengan 50,2% dari total populasi, menandakan bahwa setengah penduduk Indonesia menggunakan media sosial secara aktif. Angka ini mencerminkan tingginya tingkat penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Di antara 143 juta pengguna tersebut, sebanyak 62,7% berasal dari kelompok usia di atas 18 tahun (We Are Social, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform utama bagi masyarakat dalam mengakses informasi dan berinteraksi secara digital. Secara keseluruhan, data ini menegaskan bahwa media sosial tetap menjadi salah satu media utama

bagi masyarakat Indonesia termasuk Gen Z untuk berinteraksi, mengekspresikan opini, serta mendapatkan informasi termasuk informasi seputar politik, yang kini banyak dibentuk dan dipengaruhi oleh narasi di media digital.

Gen Z merupakan generasi kerja terbaru yang lahir di antara tahun 1997 hingga 2012, yang juga dikenal dengan sebutan generasi internet (Putricia et al., 2024). Gen Z tumbuh di era di mana internet dan teknologi sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka, membuat mereka lebih mudah terkoneksi dengan informasi global yang ada di dunia maya. Hal ini memberikan dampak positif, salah satunya adalah kemampuan mereka untuk dengan cepat mengakses informasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang cepat. Gen Z merupakan generasi yang mengenal teknologi dan internet dari mereka kecil serta generasi yang mengikuti perkembangan teknologi (Noordiono, 2016). Gen Z juga generasi yang memiliki kedekatan tersendiri dengan teknologi sehingga menjadikan mereka generasi yang akrab dengan internet, media sosial, dan perangkat digital.

Gen Z merupakan generasi yang memanfaatkan internet sebagai alat yang memiliki banyak manfaat bagi kehidupan mereka sehari-hari. Bagi mereka, internet bukan hanya sekadar sarana hiburan, tetapi juga platform yang mendukung produktivitas. Gen Z memiliki potensi untuk tetap produktif selama mereka tetap terhubung dengan media sosial dan internet (Wulandari et al., 2021). Hal ini dikarenakan generasi ini tumbuh di era digital, di mana internet menjadi sumber utama informasi, alat komunikasi, dan media yang memfasilitasi berbagai kegiatan.

Selain itu, internet juga memberikan ruang bagi Gen Z untuk terlibat aktif dalam politik. Platform digital atau internet memungkinkan mereka untuk mendapatkan akses ke berita politik terkini, informasi tentang kebijakan pemerintah, serta perdebatan politik yang berkembang. Mereka memanfaatkan media sosial untuk mengikuti kampanye politik, memantau aktivitas para politisi, serta berdiskusi tentang isu-isu politik yang relevan bagi mereka. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa bagi Gen Z, internet tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga menjadi sarana untuk berkontribusi dalam politik.



February 2025

 103 Million

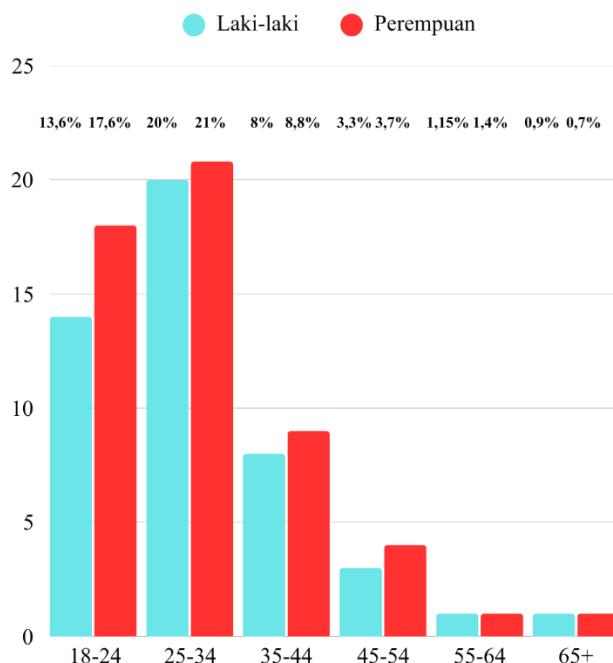
Gambar 1. 2 Data Media Sosial yang digunakan di Indonesia

Sumber: We Are Social (2025)

Gambar 1. 3 Data Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: We Are Social (2025)

Berdasarkan data dari We Are Social yang dikutip dari menjabarkan bahwasanya pada tahun 2025 bulan Februari, Instagram menjadi aplikasi dengan peringkat kedua dalam hal media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 103 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi platform dominan di Indonesia, dan mayoritas masyarakat aktif menggunakannya sebagai media sosial utama. Dominasi ini terlihat dari betapa Instagram menjadi bagian penting dari kehidupan digital masyarakat, baik untuk kebutuhan pribadi, profesional, hingga bisnis. Pada tahun ini didapati sebanyak 36,3% masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi Instagram (We Are Social, 2025). Maka dari itu dapat dikatakan bahwasanya Instagram mendominasi dan menjadi media sosial mayoritas yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Kemudian didapati data yang bersumber dari Digital 2025 yang dibuat oleh We Are Social bahwasanya Indonesia menjadi salah satu negara yang sering menggunakan Instagram dengan durasi 14,5 jam dalam satu bulan. Angka tersebut menggambarkan tingkat keterlibatan yang tinggi, di mana masyarakat tidak hanya menggunakan Instagram sebagai alat untuk berbagi foto atau video, tetapi juga untuk berkomunikasi, mengikuti tren, dan mengakses berbagai informasi. Oleh karenanya penggunaan Instagram di Indonesia sudah masif penggunanya.

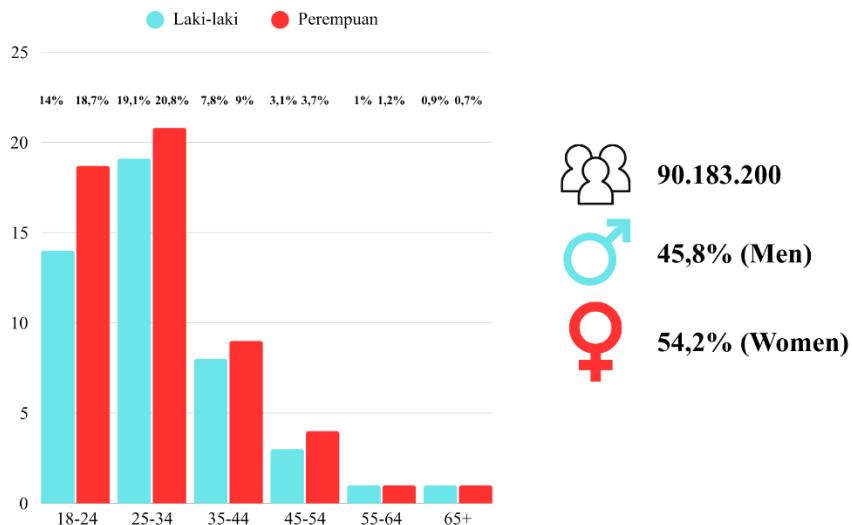


Gambar 1. 4 Data Advertising Audience Profile Instagram di Indonesia

Sumber: We Are Social (2025)

Berdasarkan laporan Instagram Advertising Audience Profile yang dirilis oleh DataReportal dan We Are Social pada Februari 2025, komposisi pengguna dewasa Instagram di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda. Kelompok usia 25–34 tahun menjadi yang paling besar, dengan 21,0% perempuan dan 20,1% laki-laki dari total audiens iklan dewasa. Disusul oleh kelompok usia 18–24 tahun, yaitu 17,6% perempuan dan 13,6% laki-laki (We Are Social, 2025). Angka ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh pengguna Instagram berasal dari dua kelompok usia tersebut, yang mencerminkan didominasi oleh generasi muda, terutama Gen Z dalam penggunaan Instagram. Data ini memperkuat fakta bahwa Instagram merupakan salah satu platform utama yang digunakan oleh generasi muda Indonesia, tidak hanya untuk berbagi konten pribadi, tetapi juga untuk pendidikan, informasi, dan partisipasi sosial-politik.

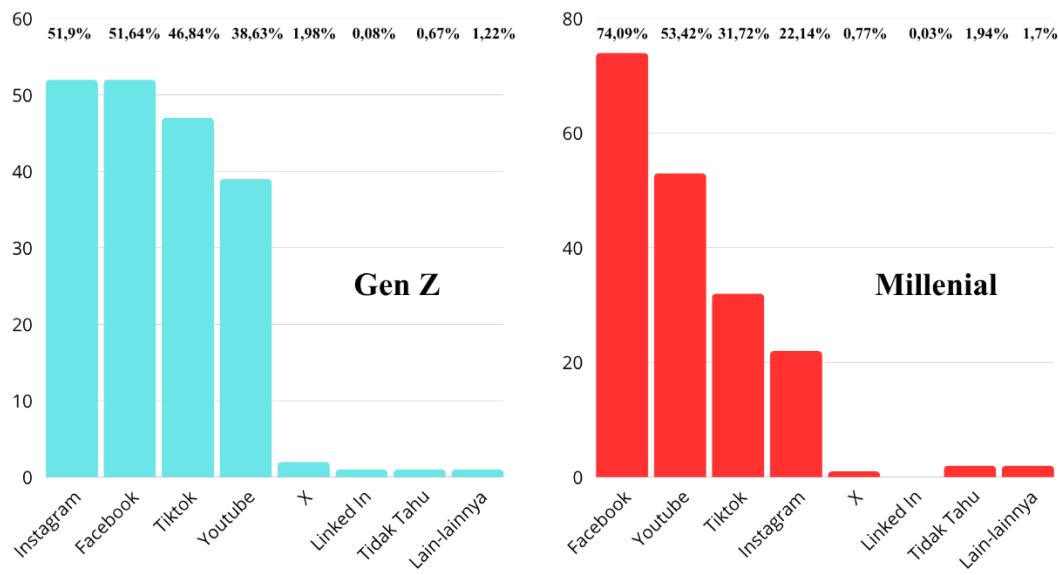
Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix pada Februari 2024, mayoritas responden (30,7%) mengaku paling sering menggunakan Instagram, diikuti oleh WhatsApp dan TikTok sebagai platform yang paling sering digunakan (Populix, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran dominan dalam penyebaran informasi di Indonesia. Kemudian survei tersebut mengungkapkan bahwa tujuan utama penggunaan media sosial oleh masyarakat adalah untuk mencari informasi terbaru, dengan 46,7% responden memilih alasan ini (Populix, 2024). Selain itu, 40,7% responden menggunakan media sosial untuk mengisi waktu luang dengan menonton konten menarik (Populix, 2024). Data ini mencerminkan bahwa media sosial telah menjadi sarana utama bagi masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku masyarakat, terutama generasi muda, dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal politik dan partisipasi sosial. Dengan dominasi penggunaan Instagram dan tujuan utama penggunaannya untuk mencari informasi, platform ini memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik dan meningkatkan kesadaran politik di kalangan generasi muda Indonesia.



Gambar 1. 5 Data Jenis Kelamin Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: NapoleonCat (2025)

Kemudian berdasarkan data dari NapoleonCat pada Januari 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90.183.200 pengguna, yang setara dengan 31,7% dari total populasi (NapoleonCat, 2025). Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, dengan persentase sebesar 54,2%. Kelompok usia yang paling dominan menggunakan Instagram berada pada rentang usia 25–34 tahun, dengan jumlah mencapai 36 juta pengguna. Sementara itu, perbedaan paling mencolok antara pengguna laki-laki dan perempuan terjadi pada kelompok usia 18–24 tahun, di mana jumlah pengguna perempuan lebih banyak sebanyak 12.600.000 orang. Data ini menunjukkan bahwa Instagram masih menjadi salah satu platform yang sangat populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Melihat proporsi yang tinggi dalam pengguna usia produktif dan dominasi pengguna perempuan, Instagram memiliki potensi besar sebagai media penyebaran informasi, termasuk dalam membentuk opini publik. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai saluran komunikasi strategis dapat diarahkan untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran politik masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 6 Data Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia

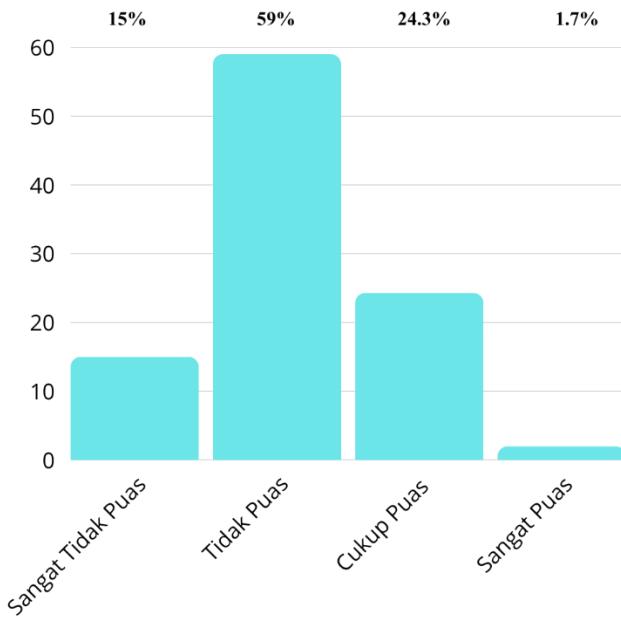
Sumber: Databoks (2024)

Kemudian berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Databoks Katadata pada 24 September 2024, hasil survei menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi Z dan milenial di Indonesia (Databoks, 2024). Survei ini bersumber dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dalam melakukan kajian perilaku penggunaan media sosial di Indonesia. Sebanyak 51,9% Gen Z memilih Instagram sebagai media sosial favorit, diikuti oleh TikTok dan YouTube. Sementara itu, di kalangan milenial, WhatsApp dan Facebook masih cukup dominan, namun Instagram tetap termasuk dalam tiga besar platform yang paling sering diakses. Data ini mengindikasikan bahwa Instagram memiliki daya tarik kuat khususnya di kalangan pengguna usia muda. Tingginya preferensi terhadap Instagram menunjukkan potensi besar platform ini sebagai kanal informasi dan komunikasi yang efektif. Terlebih, karakteristik konten visual di Instagram mampu menjangkau audiens dengan cara yang lebih emosional dan cepat.

Penggunaan Instagram yang masif ini juga berdampak pada berbagai aspek, termasuk dunia bisnis, politik, dan hiburan. Banyak perusahaan, politisi, dan selebriti yang

memanfaatkan Instagram sebagai platform untuk menjangkau audiens yang lebih luas, mempromosikan rancangan ide dengan konteks politik, serta membangun hubungan langsung dengan pengikut mereka. Dengan jumlah pengguna yang besar dan tingkat keterlibatan yang tinggi, Instagram kini menjadi media sosial yang sangat berpengaruh di Indonesia. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi alat komunikasi visual, tetapi juga sarana penting dalam membentuk opini publik dan membangun partisipasi sosial yang lebih luas termasuk partisipasi politik.

Media sosial juga menjadi sebuah sarana bagi Gen Z dalam melakukan partisipasi politik sebagai bentuk dari kesadaran hak politik. Media sosial berperan besar dalam membentuk kesadaran remaja terkait partisipasi politik saat ini, sekaligus menjadi sumber rujukan dan tempat untuk mencari informasi mengenai perkembangan politik di Indonesia (Putra et al., 2024). Dalam era digital ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga menjadi medium yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran politik di kalangan remaja. Media sosial memainkan peran yang signifikan dalam pembentukan kesadaran politik di kalangan generasi muda. Ini menjadi rujukan utama bagi mereka untuk mencari informasi yang cepat dan mudah diakses mengenai perkembangan politik, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, media sosial juga memungkinkan remaja untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi politik, mengemukakan pendapat, dan terlibat dalam gerakan sosial yang sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Melalui partisipasi ini, mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga kontributor aktif dalam dinamika politik. Partisipasi ini kemudian berpengaruh pada kesadaran hak politik yang mereka miliki.



Gambar 1. 7 Data Tingkat Kepuasan Gen Z terhadap Demokrasi di Indonesia 2024

Sumber: IDN Times (2024)

Rendahnya tingkat kesadaran politik dan partisipasi politik di kalangan Generasi Z pada Pemilu 2024 merupakan fenomena yang patut menjadi perhatian dalam konteks perkembangan demokrasi di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari IDN Research Institute, diketahui bahwa hanya sebesar 1,7% responden dari kalangan Gen Z yang menyatakan sangat puas terhadap kualitas demokrasi Indonesia saat ini. Sementara itu, sebanyak 59% responden menyatakan bahwa demokrasi Indonesia masih kurang, dan 15% lainnya menyatakan sangat tidak puas. Hanya 24,3% responden yang merasa cukup puas terhadap demokrasi yang berlangsung di Indonesia. Temuan ini mengindikasikan adanya persepsi negatif yang cukup dominan terhadap sistem demokrasi di kalangan Gen Z.

Persepsi negatif terhadap kualitas demokrasi tersebut berdampak pada rendahnya motivasi Gen Z untuk terlibat dalam aktivitas politik, termasuk dalam hal partisipasi pada pemilu. Ketidakpuasan terhadap sistem demokrasi dapat melahirkan sikap apatis, di mana individu merasa bahwa keterlibatan politiknya tidak akan memberikan pengaruh signifikan terhadap

perubahan sosial dan politik yang diharapkan. Meskipun Gen Z merupakan kelompok usia yang memiliki akses luas terhadap informasi politik melalui media sosial dan teknologi digital, hal tersebut tidak serta-merta meningkatkan partisipasi mereka secara masif dalam proses politik.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara akses terhadap informasi dan keterlibatan politik yang bermakna. Rendahnya tingkat kepuasan terhadap demokrasi mencerminkan adanya krisis kepercayaan terhadap institusi politik dan proses demokrasi itu sendiri. Oleh karena itu, perlu adanya upaya strategis dari berbagai pemangku kepentingan, baik dari pemerintah, lembaga pendidikan, maupun organisasi masyarakat sipil, untuk mengedukasi dan mengaktivasi kesadaran politik Gen Z. Pendekatan tersebut harus disesuaikan dengan karakteristik Gen Z yang kritis, melek digital, dan memiliki perhatian tinggi terhadap isu-isu keadilan sosial dan transparansi pemerintahan. Hal ini kemudian diharapkan dapat membangun kesadaran hak politik Gen Z.

Kesadaran hak politik merupakan aspek yang penting dalam ikut menentukan masa depan negara dengan melalui keberlangsungan pemerintahan yang akan dipilih. Kesadaran politik bukan hanya soal memilih dalam pemilu, tetapi juga memahami dan terlibat dalam diskusi, perdebatan, serta gerakan politik yang berdampak pada kehidupan sosial dan ekonomi negara. Kesadaran politik merupakan salah satu pilar fundamental yang mendukung sistem sosial dan politik. Nilai ini sangat penting dan tidak boleh diabaikan karena berperan dalam proses pembangunan negara. Jika kesadaran politik diabaikan, negara akan kehilangan fondasi yang kuat, dan pada akhirnya bisa runtuh saat menghadapi krisis besar yang melibatkan hubungan antara negara dan masyarakat (Zahro et al., 2023). Apabila kesadaran politik dibiarkan begitu saja negara akan kehilangan fondasi sosial yang kuat, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan ketidakstabilan ketika menghadapi krisis besar, baik di sektor ekonomi, politik, maupun sosial. Maka dari itu diperlukan usaha lebih dalam memperhatikan faktor kesadaran hak politik yang ada, terutama pada Gen Z. Gen Z sebagai generasi muda yang akan mewarisi masa depan bangsa, perlu memiliki kesadaran politik yang kuat agar mereka dapat ikut berperan dalam menentukan arah kebijakan dan pemerintahan.

Gen Z kerap menggunakan media sosial untuk terlibat dalam proses politik di ranah digital. Penggunaan media sosial ini mencakup memberikan aspirasi mereka kemudian menghasilkan sebuah opini yang diyakini melalui platform ini. Aspirasi ini dapat berbentuk sebuah opini yang bersikap positif maupun negatif. Opini ini kemudian juga dapat mempengaruhi elektabilitas dari calon pemangku kebijakan, opini positif memberikan kenaikan elektabilitas dari calon tersebut, sedangkan opini negatif memberikan dampak berupa potensi penurunan suara dan dukungan terhadap calon tersebut. Gen Z memiliki peran signifikan dalam membangun narasi politik masa depan melalui partisipasi mereka di media sosial.

Berdasarkan data dari Populix, ditemukan bahwasanya media sosial menjadi pilihan utama dari Sumber Informasi Utama Anak Muda untuk Mengenal Capres pada bulan Agustus-September 2023. Pada data tersebut didapati anak muda sebanyak 28% menjadikan media sosial sebagai rujukan sumber dalam melakukan riset terhadap calon presiden (Makarawung et al., 2024). Temuan ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya menjadi alat hiburan, tetapi juga sarana penting untuk riset politik. Melalui algoritma yang disesuaikan dengan minat pengguna, platform media sosial mampu memberikan informasi yang relevan dan up-to-date terkait calon presiden. Dengan semakin banyaknya anak muda yang berpartisipasi dalam diskusi politik di media sosial, narasi politik Indonesia di masa depan akan semakin ditentukan oleh dinamika di dunia digital. Kehadiran anak muda sebagai penggerak utama ini memberikan peluang bagi kampanye politik untuk beradaptasi dengan strategi komunikasi yang lebih interaktif dan responsif.

Pada Pemilu 2024, media sosial menjadi salah satu sarana penting dalam menyebarkan informasi terkait proses pemilihan umum. Salah satu akun media sosial yang aktif membahas isu-isu seputar pemilu adalah @bijakmemilih.id, sebuah akun Instagram yang diluncurkan pada Januari 2023 dan aktif mempublikasikan konten hingga Mei 2024. Akun ini bertujuan untuk menjadi sumber informasi yang terpercaya dan akurat guna membantu masyarakat, khususnya pemilih muda, dalam memahami tahapan serta dinamika Pemilu 2024 secara lebih baik. Inisiatif ini diinisiasi oleh dua organisasi, yaitu Think Policy dan What Is Up Indonesia, yang keduanya memiliki fokus utama pada peningkatan literasi politik dan sosial di Indonesia.

@bijakmemilih.id merupakan sebuah terobosan dalam lingkup edukasi politik non-partisan yang dirancang khusus untuk membantu generasi muda Indonesia dalam memahami proses dan dinamika pemilihan umum secara kritis, informatif, dan relevan. Terdapat dua tokoh perempuan yang memiliki latar belakang pada bidang media dan kebijakan publik, yaitu Abigail Limuria dan Andhyta Firselly Utami. Keduanya berperan sebagai co-initiator atau penggagas utama dari Bijak Memilih, dengan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan arah, visi, serta strategi penyampaian informasi kepada masyarakat luas terutama Gen Z. Abigail Limuria merupakan pendiri dari What Is Up Indonesia (WIUI), sebuah media independen yang menyajikan informasi politik dan sosial Indonesia dalam bahasa Inggris dengan gaya penyampaian yang ringan, inklusif, dan mudah dipahami. Abigail berperan dalam merancang strategi komunikasi dan pengemasan konten agar informasi yang kompleks dapat dipahami oleh pemilih pemula dan generasi muda yang belum terbiasa dengan isu-isu politik. Pengalaman Abigail di bidang komunikasi publik menjadikan konten Bijak Memilih lebih relevan, adaptif, dan efektif dalam menysasar Gen Z yang memperhatikan media digital. Di sisi lain, Andhyta Firselly Utami atau yang dikenal pula dengan nama Afu, merupakan CEO dari Think Policy, sebuah organisasi yang bergerak dalam bidang edukasi dan advokasi kebijakan publik. Andhyta bertanggung jawab atas kurasi konten berbasis data dan penyusunan narasi kebijakan yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan.

Kolaborasi antar keduanya kemudian menciptakan sebuah wadah dalam bentuk media digital dalam lingkup edukasi politik yang kemudian dapat menciptakan informasi yang terjamin kredibilitasnya bagi pemilih muda. Penggabungan pendekatan media yang menarik dan komunikatif dengan pendekatan pemberian informasi yang memiliki basis data yang jelas melahirkan sebuah sinergi penting yang menjadi pondasi utama platform @bijakmemilih.id. Peran keduanya menciptakan kolaborasi antara komunikasi dan kebijakan publik dapat menghasilkan inovasi sosial yang berdampak nyata dalam meningkatkan partisipasi dan kesadaran politik generasi muda di Indonesia.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari website resmi Bijak Memilih, pendanaan media ini berasal dari internal yang merupakan inisiatif corporate citizenship yang dijalankan oleh organisasi Think Policy. Program corporate citizenship tersebut merupakan bentuk tanggung

jawab sosial organisasi dalam mendukung terciptanya ruang edukasi publik yang bebas dari kepentingan politik dan ekonomi tertentu. Pendanaan yang berbasis inisiatif organisasi ini memberikan ruang yang luas bagi Bijak Memilih untuk menjaga independensinya dalam menyajikan informasi politik yang netral dan berbasis data. Hal ini sangat penting mengingat tujuan utama dari platform ini adalah untuk memberikan edukasi politik yang dapat dipercaya oleh publik, khususnya generasi muda yang selama ini cenderung skeptis terhadap informasi politik yang beredar. Keberadaan sumber dana yang tidak bergantung pada institusi politik manapun juga menjadi salah satu faktor yang mendorong kepercayaan publik terhadap Bijak Memilih. Dengan model pendanaan seperti ini, Bijak Memilih menunjukkan bahwa upaya mencerdaskan pemilih, khususnya anak muda, dapat dilakukan secara mandiri oleh organisasi masyarakat sipil tanpa harus bergantung pada kekuatan politik ataupun dukungan finansial dari entitas yang memiliki afiliasi politik.

Sejak peluncurannya, @bijakmemilih.id secara konsisten membuat konten edukatif terkait Pemilu. Dengan format yang menarik dan mudah dipahami, akun ini membahas berbagai topik mulai dari pentingnya hak politik dalam memilih, tahapan pemilihan, hingga isu-isu krusial yang dihadapi masyarakat. Selain itu, @bijakmemilih.id juga berfokus pada menangkal kerancuan informasi yang sering muncul menjelang Pemilu. Pada bulan April 2025, @bijakmemilih.id telah mempublikasikan 302 konten di Instagram, yang berhasil menarik perhatian publik hingga mendapatkan 84,3 ribu pengikut.

@bijakmemilih.id menyajikan konten politik terkait Pemilu 2024 dengan cara yang ringan dan menarik, sehingga mudah diterima oleh khalayak, terutama generasi muda. Daya tarik yang konsisten ini menjadi faktor utama mengapa banyak pengikut tertarik untuk mengikuti akun tersebut. Kemampuan @bijakmemilih.id dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan untuk mengangkat isu serta fenomena politik menjadi kekuatan tersendiri dalam menarik minat Gen Z untuk lebih terlibat dalam proses Pemilu.

Interaksi yang aktif di kolom komentar juga menjadi salah satu daya tarik utama dari akun ini. @bijakmemilih.id menciptakan ruang diskusi yang terbuka, di mana pengikutnya dapat dengan bebas menyampaikan pendapat mereka terkait berbagai isu politik. Konten yang

disajikan pun beragam, mulai dari diskusi mengenai isu-isu politik terkini hingga ajakan kepada *followers* untuk menyampaikan opini mereka. Hal ini mendorong engagement yang tinggi di platform tersebut.

Selain itu, @bijakmemilih.id juga menampilkan review dari berbagai influencer terkenal seperti Andovi da Lopez, Andini Effendi, dan Raditya Dika. Dukungan dari para influencer ini memperkuat kredibilitas akun dan memperluas jangkauan audiensnya. Kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk Jovial da Lopez di Narasi, Bintang Emon, dan Kevin Gerald, turut memperkaya konten yang disajikan dan memperkuat pesan untuk terlibat secara aktif dalam Pemilu.

Selain melalui media sosial, Bijak Memilih juga mengadakan event luring yang menarik perhatian Gen Z. Event-event ini dirancang untuk mendekatkan isu-isu politik kepada anak muda dengan cara yang interaktif dan relevan. Isu tersebut kemudian dipromosikan melalui platform media sosial, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Promosi yang dilakukan secara online memungkinkan pengikut yang telah tertarik pada konten digital Bijak Memilih untuk berpartisipasi langsung dalam acara tersebut. Hal ini kemudian berpotensi menciptakan sebuah suasana yang menarik dalam konteks pembahasan politik.

Salah satu strategi yang digunakan dalam memperluas jangkauan acara ini adalah kolaborasi dengan berbagai media yang telah terkenal dengan kredibilitasnya. Media seperti Narasi, Harian Kompas, dan Froyonion.com turut dilibatkan dalam mempromosikan dan mendukung isu-isu tersebut. Kolaborasi ini memperkuat pesan yang ingin disampaikan, yaitu pentingnya partisipasi politik bagi generasi muda. Dengan menggandeng media-media besar yang sudah terpercaya, Bijak Memilih mampu memberikan dimensi tambahan pada isu yang mereka sampaikan serta memastikan informasi yang disampaikan akurat dan mendalam. Selain itu dengan menghadirkan event-event menarik yang mengajak partisipasi aktif, Bijak Memilih berhasil menciptakan ruang diskusi politik yang inklusif yang kemudian mampu memikat minat Gen Z untuk ikut serta dalam proses politik, tidak hanya melalui platform digital tetapi juga secara langsung.

Dalam hal peningkatan kebutuhan mengenai literasi di kalangan Gen Z, khususnya pada pemilihan umum 2024, @bijakmemilih.id hadir sebagai media edukasi politik untuk menjawab mengenai disinformasi dan keterlibatan politik generasi muda. @bijakmemilih.id menyajikan sebuah konten yang dilengkapi dengan data dan riset yang netral serta mudah dipahami. Dengan menggunakan pendekatan visual yang menarik, @bijakmemilih.id mampu menjangkau pemilih pemula yaitu Gen Z yang cenderung pasif terhadap isu politik dikarenakan penyampaian informasi di bidang politik dinilai kaku atau membosankan. Konten yang dibuat juga disusun dari sumber-sumber yang terpercaya seperti Lembaga Survei Indonesia (LSI), Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), Indonesia Corruption Watch (ICW), dan PPID, menjadikan konten yang ditayangkan dapat diuji kredibilitasnya. @bijakmemilih.id juga memiliki peran dalam membentuk kesadaran kritis Gen Z di bidang politik dengan menyajikan informasi mengenai isu dan aktor politik, termasuk rekam jejak serta posisi mereka dalam berbagai isu publik. Hal ini tentunya juga dipengaruhi oleh kesadaran hak politik Gen Z yang mereka miliki belum terbentuk karena minimnya edukasi politik dan sumber yang kredibel. Dengan tingginya kerentanan Gen Z terhadap disinformasi yang beredar selama pemilihan umum, maka penting untuk mengevaluasi efektivitas dan pengaruh @bijakmemilih.id sebagai media penyeimbang dalam membentuk pemilih muda dalam konteks hak-hak politik yang mereka miliki. Akun @bijakmemilih.id telah menjelma menjadi salah satu platform digital yang diminati oleh Generasi Z. Hal ini terlihat dari pertumbuhan signifikan jumlah pengikutnya, yang meningkat secara konsisten sejak Januari 2023 hingga Mei 2024, dan mencapai sekitar 84.200 *followers*. Peningkatan ini mencerminkan tingginya ketertarikan anak muda terhadap konten edukatif yang disajikan secara ringan namun informatif. Maka diperlukan analisis lebih mendalam mengenai konten yang telah dipublikasikan dan mengingat pentingnya peran konten tersebut dalam meningkatkan kesadaran hak politik Gen Z tentang pemilu 2024. Oleh karena itu, penulis memilih judul:

Pengaruh Instagram @bijakmemilih.id terhadap Kesadaran Hak Politik Gen Z

1.2 Rumusan Masalah

Setelah melakukan penjabaran latar belakang, penulis bermaksud untuk meneliti pengaruh akun Instagram @bijakmemilih.id terhadap kesadaran akan hak politik Gen Z. Pemilu 2024

menjadi momen penting bagi Gen Z yang kini mendominasi populasi pemilih pemula. Gen Z yang kurang puas dengan sistem demokrasi yang berjalan di Indonesia, dapat memunculkan kemungkinan mereka tidak menunaikan hak politik mereka yaitu mengikuti pemilihan pada Pemilihan Umum 2024. Di era digital, media sosial seperti Instagram memiliki peran signifikan dalam menyebarluaskan informasi termasuk isu-isu politik. @bijakmemilih.id sebagai salah satu platform yang fokus pada sektor kepemiluan telah memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan berbagai konten edukatif terkait pemilu dan hak politik. Namun, sejauh mana konten yang dihasilkan oleh @bijakmemilih.id dapat mempengaruhi kesadaran Gen Z terhadap hak politik mereka masih belum terdapat kepastian. Apakah informasi yang disajikan di Instagram mampu meningkatkan minat serta pemahaman Gen Z tentang pentingnya menggunakan hak politik? Atau justru konten tersebut kurang relevan dan tidak memberikan dampak signifikan terhadap kesadaran politik mereka?

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana pengaruh konten Instagram @bijakmemilih.id terhadap kesadaran politik Gen Z. Dalam hal ini, aspek yang akan dikaji meliputi pemahaman mengenai hak politik mereka sebagai pemilih. Dengan demikian, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana pengaruh akun Instagram @bijakmemilih.id terhadap kesadaran hak politik Gen Z dalam pemilu 2024?"

1.3 Batasan Masalah

Dengan rumusan masalah diatas, maka diperlukan batasan masalah untuk menjaga penelitian sesuai masalah-masalah yang akan dibahas pada penelitian ini. Pada penelitian ini batasan masalah yang akan digunakan ialah pengaruh media sosial Instagram @bijakmemilih.id terhadap kesadaran hak politik yang dimiliki generasi z pada pemilu tahun 2024.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang sudah dijabarkan sebelumnya oleh penulis, untuk itu penulis mengkaji penelitian ini dengan tujuan yaitu:

1. Tujuan Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya kajian ilmiah terkait hubungan antara penggunaan media sosial terkhusus Instagram dengan pembentukan kesadaran politik pada Gen Z. Secara khusus penelitian ini akan memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana media sosial sebagai platform komunikasi digital yang interaktif dan cepat dapat mempengaruhi kesadaran politik Gen Z. Dengan demikian, penelitian ini akan berkontribusi pada literatur akademik mengenai media sosial sebagai alat pembelajaran politik dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik di era digital.

2. Tujuan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh media politik, lembaga pemilu, politisi, serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam melibatkan pemilih muda pada Pemilu 2024. Diharapkan dengan memahami bagaimana konten politik di media sosial mempengaruhi Gen Z, berbagai pihak dapat menciptakan kampanye yang lebih menarik dan informatif guna mendorong partisipasi aktif dalam proses demokrasi.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini ditujukan agar dapat memberikan manfaat dalam pengembangan studi kasus mengenai peranan media sosial dalam konteks meningkatkan kesadaran politik terkhusus di kalangan muda layaknya Gen Z. Penelitian ini juga akan menambah literatur korelasi antara kesadaran hal politik dengan menggunakan media sosial dan menambah perspektif mengenai cara generasi digital terlibat dalam proses pelaksanaan politik secara akademis. Kemudian penelitian ini juga dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dalam konteks efektivitas media sosial sebagai sebuah fitur baru sebagai alat edukasi politik terutama di negara berkembang seperti Indonesia.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan bagi media politik, penyelenggara pemilu, lembaga pendidikan, maupun pemangku kebijakan mengenai bagaimana media sosial Instagram dapat berguna secara efektif dalam meningkatkan partisipasi politik Gen Z. Melalui analisis pengaruh konten Instagram @bijakmemilih.id terhadap Gen Z, hasil penelitian ini dapat membantu mengoptimalkan strategi edukasi politik yang lebih relevan dan menarik bagi pemilih muda. Selain itu, platform politik seperti @bijakmemilih.id dapat memperoleh umpan balik yang berguna sehingga mereka dapat memperbaiki konten yang dipublikasikan agar masuk ke dalam preferensi audiens sehingga akhirnya dapat meningkatkan partisipasi politik secara aktif dan meminimalisir sikap apatisme politik pada generasi muda.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini disajikan dengan alur yang terstruktur maka penulis membagi penelitian ini menjadi lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengulas latar belakang penelitian, termasuk kajian penelitian sebelumnya, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori penelitian yang mencakup konsep-konsep yang relevan seperti media sosial, kesadaran hak politik, Gen Z, dan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian, mencakup objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan dan sumber data, teknik analisis data, serta tabel rencana waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan analisis, yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian.