



Al-Fattāh: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial, 1 (2), 2024: 36-50
ISSN: 3064-1896
DOI:-<https://doi.org/XXXXXXXXX/index>

Partisipasi Politik Generasi Z: Analisis Kritis terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Pemilu 2024

Devina Ayu Nafisah , Syamsul Bakhri
UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Email: devina.ayu.nafisah@mhs.uingusdur.ac.id ,
syamsul.bakhri@uingusdur.ac.id

Abstract

This study examines the political participation of Generation Z in the digital era, focusing on the influence of social media, especially TikTok, in the 2024 Election in Indonesia. Elections are the main means in the democratic process, which provides an opportunity for people to choose leaders and determine the direction of state policy. With the rapid development of technology and increasingly rapid access to information, social media plays an increasingly important role in political life. This study aims to explain the influence of social media, especially TikTok, on the political participation of Generation Z, and to identify differences in the use of social media platforms in political engagement. The method used is a qualitative approach, with data obtained through a literature review. The results of the study show that social media, especially TikTok, plays a major role in mobilizing voters and influencing political opinion among Generation Z, despite challenges related to the dissemination of accurate information and the potential for the formation of filter bubbles. This study emphasizes the importance of developing digital awareness and skills among the younger generation so that they can participate more informedly in the political process.

Keywords: Sociology, Media, Politics

Author correspondence email: address@mail.ac.id

Available online at: <https://journal.stai-almujtama.ac.id/index>

Copyright (c) 2023 by Al-Fattāh: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam



Abstrak

Penelitian ini mengkaji partisipasi politik Generasi Z pada era digital, dengan fokus pada pengaruh media sosial, khususnya TikTok, dalam Pemilu 2024 di Indonesia. Pemilu merupakan sarana utama dalam proses demokrasi, yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih pemimpin dan menentukan arah kebijakan negara. Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin cepat, media sosial semakin berperan penting dalam kehidupan politik. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh media sosial, terutama TikTok, terhadap partisipasi politik Generasi Z, serta mengidentifikasi perbedaan penggunaan platform media sosial dalam keterlibatan politik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memainkan peran besar dalam memobilisasi pemilih dan mempengaruhi opini politik kalangan Generasi Z, meskipun ada tantangan terkait penyebaran informasi yang akurat dan potensi terbentuknya filter bubble. Penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan kesadaran dan keterampilan digital di kalangan generasi muda agar dapat berpartisipasi secara lebih terinformasi dalam proses politik.

Keyword : Sosiologi, Media, Politik

Pendahuluan

Pemilu adalah salah satu sarana utama dalam proses demokrasi di Indonesia, dan rakyat memiliki peluang untuk memilih pemimpin dan menentukan arah kebijakan negara. Seiring dengan perkembangan teknologi serta akses informasi yang semakin cepat, peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari semakin meningkat, termasuk dalam keterkaitan politik. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memobilisasi, mendidik, dan mengorganisir masyarakat yang terkait dengan berbagai isu politik.

Generasi Zoomers “Generasi Z” ialah generasi yang lahir tahun 1997 hingga tahun 2012. Generasi ini tumbuh pada masa perkembangan teknologi yang pesat sehingga disebut juga generasi digital. Generasi Zoomers ini juga memiliki peran penting dalam mewujudkan masa depan negara. Tidak bisa dipungkiri saat ini, Indonesia didominasi oleh generasi zoomers. Dimana populasi Generasi Zoomers di Indonesia saat ini sejumlah 71,5 juta jiwa serta berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa total pemilih yang terdaftar Gen Z sekitar 33,6% (Z.Yonatan, 2024). Dengan sebagian besar dari mereka berusia 17 hingga 20 tahun, tentu Generasi Zoomers “Gen Z” akan menjadi pemilih pemula dalam politik pemilu 2024. Media memiliki peran penting sebagai perantara komunikasi politik antara pemerintah dan masyarakat (Yusuf, 2022). Di era digital sekarang ini, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan dan menerima informasi, sebagai ruang dalam membentuk opini publik termasuk dalam meningkatkan partisipasi politik, khususnya di kalangan generasi anak muda bangsa. Keterlibatan masyarakat publik dalam politik sosial media bukan lagi fenomena global, namun juga telah menjadi bagian integral dan dinamika politik lokal, termasuk yang terjadi di negara Indonesia (Maeve Duggan, 2018). Perkembangan media sosial telah mengubah cara Generasi Z dalam berpartisipasi politik. Platform seperti Twitter atau X, Instagram, dan TikTok menjadi sarana utama bagi generasi muda untuk mengakses informasi politik serta menyuarakan pendapat.

Rumusan masalah pada artikel ini yaitu penggunaan media sosial terhadap keterlibatan politik Generasi Z yang memiliki dampak signifikan. For You Page (FYP) pada platform TikTok yang memuat isu-isu politik negatif masing-masing kandidat calon presiden sering bermunculan sehingga sudah pasti menjadi perhatian publik (pengguna TikTok), terutama pada kalangan Gen Z. Fenomena yang demikian ini semakin intensif menjelang pemilu 2024. Dengan algoritma yang mempersonalisasi konten, sering menampilkan konten yang berisi tuduhan, kritikan, serta informasi konten yang melemahkan citra calon

presiden tertentu yang menyebar secara cepat dan luas, akibatnya dapat mempengaruhi preferensi pemilih (Nainggolan, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dampak media sosial, khususnya pada platform TikTok terhadap partisipasi politik Generasi Z dalam Pemilu 2024. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam penggunaan platform dengan keterkaitan politik, serta menggali karakteristik platform media sosial dalam mempengaruhi pemilih pemula. Dengan memahami bagaimana masing-masing platform mempengaruhi cara Generasi Z mengakses, mengonsumsi, dan berinteraksi dengan informasi politik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana media sosial berperan dalam membentuk perilaku politik pemilih muda di masa depan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif bermanfaat supaya mengungkap dan memahami aspek-aspek yang mendasari fenomena yang sedang diteliti. Ada tiga langkah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif, yaitu pertama, identifikasi masalah. Kedua, pembatasan fokus penelitian, yang bertujuan untuk menentukan lingkup spesifik dari masalah yang akan diteliti serta memilih metode yang akan diterapkan dalam penelitian. Ketiga, deskripsi atau penjabaran hasil penelitian. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kajian literatur melalui sumber-sumber tertulis, baik itu buku maupun jurnal ilmiah. Dalam menyampaikan hasil penelitian, peneliti menerapkan metode deskriptif kualitatif yang berkaitan dengan fenomena dengan menjelaskan peran media sosial dalam pembentukan pengetahuan politik.

Pembahasan

Peran Sosial Media dalam Partisipasi Politik

Di era informasi digital saat ini, media sosial turut berperan dalam mengubah cara masyarakat berpartisipasi dalam politik. Dengan

keahliannya untuk menyebarkan informasi dengan cepat, media sosial semakin mempengaruhi opini publik dan mobilisasi pemilih, terutama menjelang Pemilu 2024. Penggunaan media sosial di Indonesia telah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Menurut laporan dari Data Reportal pada tahun 2023, terdapat sekitar 167 juta pengguna media sosial di Indonesia, dengan 153 juta di antaranya berusia di atas 18 tahun, yang mencakup 79,5% dari total populasi. Menjelang Pemilu 2024, pengaruh media sosial semakin kuat, terutama dalam penyebaran informasi politik yang cepat melalui berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok. Media sosial pada saat ini memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk dan mempengaruhi opini publik serta mendorong mobilisasi pemilih, sehingga pengaruhnya terhadap pemilu menjadi sangat penting. Seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna dan interaksi di platform-platform ini, media sosial diperkirakan akan tetap menjadi alat utama dalam strategi kampanye politik dan partisipasi masyarakat. (Islami, 2024)

Untuk mengetahui peran media sosial maka didapatkan data analisis sentimen yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari platform media sosial, yaitu Tiktok dan Twitter, yang terkait dengan debat calon presiden dan wakil presiden serta berbagai topik seputar Pemilu 2024, ternyata Tiktok telah berhasil menarik perhatian publik yang lebih besar terkait dengan debat calon presiden dan wakil presiden. Data menunjukkan bahwa Tiktok mendominasi perhatian dengan 55% dari total interaksi pada debat, mulai dari debat pertama hingga debat terakhir, melalui jumlah views, like dan komentar yang tinggi pada konten-konten yang diunggah. Sementara itu jika dibanding dengan Tiktok, Twitter atau (x) memiliki selisih lebih sedikit mendapatkan perhatian publik karena lebih fokus pada penyampaian informasi terkini. Tiktok dengan karakteristik video pendek yang menghibur, menjadi platform yang lebih menarik bagi pengguna dibandingkan dengan Twitter. (Azzahra, 2024). Berdasarkan ringkasan

data dari Tiktok dan Twitter mengenai sentimen pengguna, terdapat perbedaan yang signifikan dalam respons antara kedua platform tersebut.

Untuk Twitter data diperoleh dengan mengekstraksi tweet-tweet yang relevan menggunakan kata kunci tertentu yang berhubungan dengan Pemilu 2024, kemudian dilakukan pelabelan sentimen melalui survei data atau teknik klasifikasi teks berbasis machine learning. Dari total 11.157 tweet yang dianalisis, sebanyak 5.901 tweet telah dilabeli untuk menentukan sentimen positif, negatif, atau netral. Persentase tweet dengan sentimen positif mencapai 35,3%, sedangkan tweet dengan sentimen negatif sejumlah 25,2%. Selain itu, tweet yang memiliki sentimen netral mencakup 39,5%. Hal ini menunjukkan bahwa respons pengguna Twitter terhadap Pemilu 2024 tidak terlalu buruk, di mana data menunjukkan bahwa lebih banyak tweet memiliki sentimen netral dan positif dibandingkan dengan yang bersifat negatif. (Tangkawarow, 2024). Sementara itu, Tiktok juga berperan penting dalam mendominasi Pilpres 2024. Penyebaran sentimen dan informasi yang mudah dipahami menjadi faktor utama keunggulannya.

Dan berdasarkan data sentimen negatif pada Pemilu 2024 di platform Tiktok menunjukkan persentase bahwa sekitar 70% dari total interaksi terkait topik ini memiliki sentimen negatif. Hal ini diungkapkan dalam analisis yang dilakukan oleh Drone Emprit, yang mencatat bahwa meskipun Tiktok memiliki lebih sedikit total mention dibandingkan dengan platform lain, tingkat sentimen negatifnya cukup tinggi. Sebagai perbandingan, hanya 13% dari interaksi yang bersifat positif, sementara 16% lainnya bersifat netral. Sentimen negatif ini muncul sebagai respons terhadap berbagai isu dan kontroversi yang berkembang seputar proses menjelang pemilu dan aplikasi Sirekap yang digunakan untuk penghitungan suara.

Dari perbandingan antara data sentimen negatif pada Twitter atau X dan Tiktok terkait Pemilu 2024, kita dapat membandingkan berdasarkan kedua data platform Twitter atau X dan Tiktok bahwa meskipun keduanya memiliki peran signifikan dalam membentuk opini

publik, namun Tiktok cenderung menunjukkan tingkat sentimen negatif yang lebih tinggi. Analisis dilakukan dengan memantau dan menilai komentar, likes, dan views pada video-video yang membahas Pemilu 2024. Data sentimen dihitung berdasarkan karakteristik interaksi pengguna terhadap konten-konten tersebut, dan hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas interaksi bersifat negatif, terkait dengan berbagai isu kontroversial seperti penggunaan aplikasi Sirekap untuk penghitungan suara. Perbedaan ini menunjukkan bahwa meskipun Tiktok memiliki jumlah interaksi yang lebih sedikit jika dibandingkan Twitter atau x, tetapi tingkat ketegangan dan respons terhadap isu-isu yang berkembang menjelang Pemilu 2024 lebih tinggi di Tiktok. Belum lagi karena konten-konten yang menggiring stigma negatif terhadap salah satu pasangan calon (paslon) sehingga memunculkan ketegangan antara kubu pendukung.

Peran Algoritma dalam Platform Media Sosial

Algoritma yang digunakan oleh platform sosial media seperti Tiktok, Instagram, dan YouTube sangat berperan dalam menyaring dan memprioritaskan konten yang diterima oleh pengguna aplikasi, termasuk konten yang berkaitan dengan politik. Algoritma ini dirancang untuk menyesuaikan pengalaman pengguna dengan preferensi dan interaksi mereka sehari-hari, namun hal ini juga dapat menciptakan fenomena seperti filter bubble dan echo chamber yang berpotensi memengaruhi pandangan politik Generasi Z. Fenomena filter bubble ini pertama kali diperkenalkan oleh Eli Pariser, ia adalah seorang aktivis internet sekaligus penulis, dalam seminar TEDTalks yang berlangsung di California pada masa itu tahun 2011. Pariser menjelaskan filter bubble ialah "dunia informasi yang bersifat pribadi bagi setiap individu, yang disesuaikan dengan perilaku mereka di dunia maya". Maka filter bubble ialah sistem algoritma yang menyajikan konten yang serupa dengan perilaku pengguna saat berinteraksi dengan internet dan web. Perilaku ini termasuk

menyukai suatu postingan, membagikan, mengomentari, mengklik tautan tertentu, hingga riwayat pencarian pengguna.

Sementara echo chamber adalah fenomena yang terjadi dalam budaya media sosial, di mana individu cenderung hanya menerima pandangan dan perspektif yang sejalan dengan keyakinan yang mereka miliki. Efek ruang gema ini menciptakan sikap defensif terhadap pandangan berbeda, memperkuat pandangan yang sudah ada tanpa adanya keberagaman informasi. Di era informasi digital ini, informasi datang dari berbagai sumber dengan perspektif yang beragam. Agar dapat beradaptasi dengan media sosial, diperlukan keterbukaan terhadap ide dan pengetahuan baru. Namun kenyataannya, banyak pengguna media sosial yang masih kesulitan untuk menerima pandangan yang berbeda dari perspektif mereka sendiri.

Eli Pariser pertama kali menyadari adanya algoritma ini setelah mengamati postingan-postingan teman-temannya di Facebook. Ia menemukan bahwa sistem lebih sering menampilkan postingan dari teman-temannya yang cenderung memiliki pandangan liberal, dibandingkan dengan teman-teman yang memiliki pandangan konservatif. Hal ini terjadi karena "algoritma sistem" memahami topik-topik apa yang sering ia klik di Facebook. Sebenarnya, algoritma ini terlihat sederhana dan tidak berbahaya, bahkan dapat membantu pengguna menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka di internet. Namun, sangat disayangkan algoritma seperti ini di platform media sosial dapat membuat pengguna terisolasi dari informasi yang berada di luar batasan gelembung informasi yang mereka terima. Akibatnya, algoritma ini tidak memungkinkan pengguna untuk berkembang atau memperoleh pengetahuan yang lebih global. Ini disebabkan oleh algoritma dalam sistem pencarian dan platform media sosial yang mereka pakai, yang secara tak terlihat membatasi akses mereka terhadap informasi yang sebenarnya sangat dibutuhkan (Virani Wulandari, 2021).

Algoritma ini dapat membuat pikiran kita terbiasa dengan konten yang sudah sesuai dengan preferensi kita, yang akhirnya menciptakan kenyamanan. Akibatnya, orang cenderung menutup mata terhadap dunia di luar topik yang mereka sukai. Bahkan, mereka mungkin baru tersadar bahwa ada isu penting yang seharusnya menjadi perhatian bagi mereka, tetapi algoritma ini justru membatasi mereka untuk mengeksplorasi topik tersebut. Sunstein juga menyatakan bahwa sistem internet yang seperti ini memungkinkan individu untuk bergabung dengan kelompok yang memiliki pandangan dan nilai yang sejalan, serta secara tidak langsung memisahkan mereka dari informasi yang berlawanan dengan apa yang mereka sukai (Sunstein, 2007). Pariser juga menekankan bahwa algoritma ini dapat membuat pengguna kehilangan fleksibilitas berpikir dan keterbukaan terhadap berbagai topik, menghambat mereka untuk berpikir lebih terbuka dan menerima perspektif yang beragam (Pariser, 2011).

Dampak algoritma terhadap perilaku Generasi Z, khususnya dalam penggunaan Tiktok, dapat memengaruhi mereka secara signifikan, baik dalam aspek hiburan maupun kebutuhan lainnya. Generasi Z tidak hanya menggunakan tiktok sebagai sarana hiburan, tetapi juga untuk tujuan yang lebih formal, seperti pekerjaan, tugas kuliah, atau sekolah. Penggunaan platform ini bervariasi sesuai dengan preferensi masing-masing individu. Namun, penggunaan Tiktok yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif. Terlalu sering mengakses konten melalui platform ini, terutama yang dipengaruhi oleh algoritma yang menampilkan konten serupa, bisa mengarah pada kecenderungan untuk hanya terpapar pada informasi yang terbatas, yang pada akhirnya dapat membatasi wawasan dan perkembangan pemikiran mereka.

Perilaku Generasi Z dalam mengonsumsi konten, terutama tren yang ada, sangat dipengaruhi oleh algoritma yang secara aktif menyebarkan tren-tren baru. Ketika sebuah tren viral di Tiktok, algoritma akan membuatnya menyebar ke seluruh konten yang terkait, karena pengguna cenderung mencari berita hangat atau tren terbaru. Akibatnya, konten-

konten yang berkaitan dengan tren tersebut akan terus muncul dan ditampilkan kembali di waktu berikutnya (Syauqiyah, 2024). Fenomena ini membuat Tiktok menjadi platform yang sangat efektif dan menarik bagi pemasar, karena dapat menjangkau dan melibatkan audiens yang sangat luas dengan cepat, berkat penyebaran tren yang didorong oleh algoritma yang canggih.

Generasi Z dalam Mengonsumsi Konten Politik

Generasi Zoomers atau istilah lainnya Gen Z ialah orang-orang yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Sebagian besar dari mereka merupakan anak-anak dari Generasi X atau anak dari Generasi Milenial yang tentu lebih tua. Menurut Wikipedia Generasi Zoomers lahir pada awal Abad ke-21, juga menjadi generasi pertama yang tumbuh dengan akses Internet yang serba simple serta teknologi digital sejak usia dini. Gen Z berbeda dari generasi sebelumnya, seperti baby boomer, generasi X, dan milenial karena mereka sangat melek dengan teknologi digital, khususnya media sosial juga internet. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa Generasi Z tumbuh dan berkembang di-era dimana teknologi berkembang pesat, menjadi lebih modern, banyak digunakan, diterapkan, dan terus diperbarui (Rastati, 2018). Sedangkan Gen Z menurut Jean M Twenge merupakan generasi pertama yang berkembang dengan adanya perangkat gadget dan media sosial, yang telah mempengaruhi cara mereka berinteraksi dan memandang dunia (Twenge, 2017). Gen Z juga dikenal memiliki karakteristik yang khas, seperti cenderung menghargai keberagaman, mengutamakan stabilitas, dan lebih menghargai otentisitas (Stillman, 2017). Di sisi lain Gen Z juga terkenal dengan citra negatif yaitu menyukai hal instan, cenderung malas, terlalu bebas di media sosial, gemar membandingkan, dll. Karakteristik Gen Z ini sering disebut juga Digital Native, yaitu merujuk pada generasi yang lahir di era digital dan tumbuh dengan paparan informasi digital sejak usia dini, sehingga mereka terbiasa dengan teknologi dan media digital dalam kehidupan sehari-hari.

Gen Z lebih menyukai video pendek di platform seperti Tiktok, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan informasi dalam waktu yang singkat. Jika dikaitkan pada dimensi media sosial yang selalu menyajikan segala sesuatu yang singkat dan padat dengan penyampaiannya yang menarik, hal inilah justru menjadi salah satu daya tarik utama bagi Gen Z, sehingga mereka kecenderungan aktif pada platform-platform media sosial. Oleh karena itu, sering kali mereka mengonsumsi konten politik yang telah disederhanakan dan mudah dipahami, namun masalah politik tidak selalu bisa disajikan dalam bentuk yang singkat dan mudah dicerna. Isu-isu politik yang global membutuhkan pemahaman yang lebih mendalam, yang sering kali tidak tercakup dalam jenis konten yang mereka konsumsi.

Masalah lain muncul dari maraknya konten yang diproduksi oleh buzzer atau akun-akun yang sengaja menciptakan narasi tertentu untuk memengaruhi opini publik. Konten-konten ini sering kali bersifat provokatif, dengan saling serang antar pihak yang berbeda, menciptakan polarisasi dalam diskursus politik. Meskipun demikian, banyak dari pemilih pemula, yang umumnya termasuk dalam kelompok Generasi Z, cenderung percaya dan mudah terpengaruh oleh konten-konten tersebut. Mereka yang kurang memiliki pemahaman politik yang mendalam rentan terjebak dalam konten yang menyesatkan, sehingga tidak mampu membedakan mana informasi yang valid dan mana yang manipulatif. Fenomena ini semakin memperburuk masalah, karena pemilih pemula sering kali hanya mengandalkan informasi yang mereka temui di media sosial, tanpa mencari klarifikasi atau sumber yang lebih tepercaya.

Konten-konten politik di media sosial sering kali dirancang untuk memengaruhi cara pandang audiens terhadap suatu isu atau tokoh politik. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana topik atau pernyataan tertentu dikemas dan dipresentasikan untuk memicu reaksi emosional, seperti kemarahan, kebencian, atau kegembiraan. Framing ini sering kali dilakukan oleh buzzer atau akun-akun yang memiliki tujuan politik tertentu. Mereka menggunakan berbagai teknik untuk menciptakan

narasi yang bias dan memprovokasi audiens. Konten yang dikemas dengan cara yang membedakan dua pihak yang berseberangan dapat memicu perdebatan yang tajam, memperburuk ketegangan antar kelompok politik, dan mengarah pada polarisasi opini yang lebih dalam di masyarakat. Polarisasi ini cenderung berdampak pada pemilih pemula, yang semakin terjebak dalam pandangan yang ekstrem dan terpecah-belah, serta cenderung enggan membuka diri terhadap perspektif yang berbeda.

Banyak dari informasi dalam konten yang disajikan di media sosial hanyalah potongan-potongan kecil dari peristiwa atau topik yang lebih besar, yang sering kali mengarah pada pemahaman yang sangat dangkal. Generasi ini sering kali mengandalkan konten yang disajikan dalam bentuk narasi yang menarik, yang tidak selalu memberikan fakta yang objektif. Hal ini membuat mereka rentan terhadap penyebaran informasi yang keliru atau menyesatkan. Oleh karena itu, generasi ini seringkali tidak menyaring informasi yang mereka temui di media sosial, yang meningkatkan kemungkinan mereka terpengaruh oleh berita palsu atau hoaks. Konten yang sengaja disebar untuk memanipulasi opini politik, seperti misinformasi dan disinformasi, dapat dengan mudah memengaruhi pemilih pemula dalam menentukan pilihan politik mereka.

Meningkatnya ketergantungan Generasi Z terhadap media sosial untuk mendapatkan informasi politik membawa tantangan besar dalam menciptakan pemilih yang kritis dan terinformasi. Salah satu solusinya adalah dengan meningkatkan literasi media di kalangan pemilih pemula. Pemahaman yang lebih baik tentang cara kerja algoritma media sosial, serta kemampuan untuk memverifikasi informasi, sangat penting untuk membantu mereka membedakan antara konten yang valid dan yang manipulatif. Selain itu, ada peran yang sangat penting dari pemerintah dan platform media sosial itu sendiri. Pemerintah dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat, khususnya pemilih pemula, mengenai cara mengidentifikasi informasi yang salah atau menyesatkan. Di sisi lain, platform media sosial harus bertanggung jawab dalam mengurangi

penyebaran informasi yang tidak terverifikasi dan mengembangkan algoritma yang tidak hanya mengutamakan konten yang viral, tetapi juga yang berkualitas dan kredibel.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial, khususnya TikTok, dalam membentuk partisipasi politik Generasi Z di Indonesia menjelang Pemilu 2024. Media sosial telah mengubah cara masyarakat, terutama Generasi Z, dalam mengakses dan berpartisipasi dalam politik. TikTok dengan format video pendek yang menarik dan kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat, berhasil menarik perhatian publik lebih banyak dibandingkan platform lain. Namun, meski memiliki daya jangkauan yang luas, TikTok juga memunculkan sentimen negatif yang cukup tinggi, mencapai 70% dari interaksi yang ada terkait Pemilu 2024. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun TikTok menjadi platform yang dominan, ia juga memperburuk polarisasi politik di kalangan pengguna.

Algoritma yang digunakan oleh platform seperti TikTok memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir politik Generasi Z. Fenomena filter bubble dan echo chamber yang tercipta akibat algoritma yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, dapat mempersempit pandangan politik mereka. Hal ini tentu membuat mereka lebih sulit untuk menerima perspektif yang berbeda dan memperburuk polarisasi opini. Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z untuk memiliki keterampilan literasi media yang lebih baik agar dapat menyaring informasi dan mengenali mana yang valid dan mana yang bersifat manipulatif. Selain itu, banyak konten yang diproduksi oleh buzzer atau akun-akun dengan kepentingan politik tertentu, seringkali bersifat provokatif dan bias. Hal ini memengaruhi cara pandang pemilih pemula, terutama yang berasal dari Generasi Z, yang rentan terjebak dalam konten yang hanya mendorong emosi dan memperburuk perpecahan. Mengingat hal ini, sangat penting untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam

memverifikasi informasi agar tidak mudah terpengaruh oleh berita palsu atau hoaks.

Temuan dari penelitian ini memberikan informasi pentingnya upaya untuk meningkatkan literasi media di kalangan Generasi Z, serta peran aktif pemerintah dan platform media sosial dalam mendidik masyarakat mengenai cara mengenali informasi yang salah. Pemerintah dan platform media sosial harus bekerja sama untuk menciptakan ekosistem informasi yang lebih sehat dan kredibel, di mana kualitas informasi lebih diutamakan daripada sekadar viralitas atau jumlah interaksi. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal fokus analisis pada dua platform media sosial, yaitu TikTok dan Twitter. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan meneliti platform lain seperti Instagram atau YouTube, serta mempertimbangkan konteks lokal dalam analisis sentimen politik. Penelitian lebih lanjut juga diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang penggunaan media sosial terhadap pola pikir politik Generasi Z, terutama dalam menghadapi Pemilu di masa depan.

Daftar Pustaka

- Azzahra, F. (2024). Dinamika Aktivisme Politik Media Sosial Twitter dan Tiktok Pasca Debat Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden pada Pemilihan Umum Tahun 2024. 53.
- Islami, M. F. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemilu 2024. Parepare: Opini.
- Maeve Duggan, A. S. (2018). The Political Environment on Social Media. Pew Research center.
- Nainggolan, F. F. (2024). Pengaruh Isu Politik Negatif Calon Presiden Di Tiktok Terhadap Preferensi Pilihan Generasi Z Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uma Pada Pemilu 2024. Repository.Uma, 18.
- Pariser, E. (2011). The Filter Bubble: How The New Personalized Web is Changing What We Read and How We Think. Penguin Press.

- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z. *Jurnal Kwangsan, Jakarta*.6(1),43-72.
- Stillman, D. (2017). *Gen Z@Work : How The Next Generation is Transforming The Workplace*. Harper Bussines.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com*, Princeton University Press.
- Syauqiyah, Z. (2024). Analisis Pengaruh Algoritma terhadap Perilaku Gen Z di Tiktok. *Kompasiana.com*.
- Tangkawarow, I. W. (2024). Analisis Sentimen Pada Sosial Media Twitter Terhadap Pemilu 2024 Dengan Metode Support Vector Machine. *Jibeit.teknikinformatika*, 81.
- Twenge, J. M. (2017). *Why Today's Super Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. Atria Books.
- Virani Wulandari, G. R. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *journal ugm*, 99.
- Yusuf, R. I. (2022). *Komunikasi Politik: Seni dan Teori*. Sleman: deepublish.
- Z.Yonatan, A. (2024). Gen Z Bakal Jadi Tulang Punggung Perekonomian Indonesia. *goodstats.id*.