Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan
Volume 11, Nomor 1, Februari 2025 ISSN: 2442-3777 (cetak)
Website: https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat ISSN: 2622-691X (online)
Submitted 28 Oktober 2024, Reviewed 20 Januari 2025, Publish 28 Februari 2025 (269-276)

PERAN INSTAGRAM DALAM PARTISIPASI POLITIK GENERASI MUDA DI PEMILU 2024

Natasya Cindy Aulia [1], Yulita Nilam Fridiyanti[2]

Progam Studi Ilmu Politik, Universitas Wahid Hasyim, Indonesia [1,2]
Email : natasyacindy2005@gmail.com

ABSTRAK

Topik keterlibatan generasi muda dalam kehidupan politik sering menjadi perbincangan hangat di masyarakat. Generasi milenial dan Z sering kali dianggap kurang tertarik pada politik, yang ditandai dengan rendahnya minat mereka dalam isu politik, kurangnya kepercayaan terhadap pemerintahan, dan sikap negatif terhadap para pejabat. Namun, di sisi lain, generasi milenial di Indonesia telah menjadi pionir dalam penggunaan media sosial yang aktif. Partisipasi mereka dalam era ini membuka peluang bagi generasi milenial dan Z untuk terlibat dalam ruang informasi dan sosial yang ditawarkan oleh media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana generasi muda memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, dalam konteks partisipasi politik. Hal ini penting untuk menyelidiki dampak media sosial terhadap keterlibatan politik generasi muda, yang dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang cara mereka terlibat dalam politik melalui platform ini.

Kata Kunci : *Partisipasi Politik, Media Sosial, Dan Generasi Muda.*

ABSTRACT

The engagement of younger generations in political matters is a frequent topic of discussion in society. Millennials and Generation Z are often perceived as showing limited interest in political life, which is evidenced by their lack of engagement with political issues, low trust in political institutions, and skepticism towards government and its officials. However, millennials in Indonesia have emerged as leaders in the extensive use of social media. Their participation in today's digital era offers millennials and Generation Z opportunities to engage in information dissemination and social interaction. This research aims to understand the behavior of young voters on social media, particularly platforms like Instagram, and to examine the impact of social media on their political involvement.

Keywords: *Political Participation, Social Media, Youth*

PENDAHULUAN

Partisipasi di era modern telah membuka kesempatan bagi generasi muda untuk terlibat dalam ranah informasi dan sosial. Fokus pada media sosial telah memiliki dampak signifikan terhadap preferensi pemilih muda, mengubah cara mereka memandang hak pilih. Penelitian ini bertujuan untuk menggali kontribusi dan preferensi

Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan
Volume 11, Nomor 1, Februari 2025 ISSN: 2442-3777 (cetak)
Website: https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat ISSN: 2622-691X (online)
Submitted 28 Oktober 2024, Reviewed 20 Januari 2025, Publish 28 Februari 2025 (269-276)

generasi muda terhadap partisipasi politik dalam konteks Indonesia saat ini.

Manusia saat ini berkomunikasi dan mengakses informasi melalui teknologi, yang terus berkembang dengan pesat, memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi dan berkomunikasi. Internet muncul dan berkembang, mengenalkan cara baru komunikasi di masyarakat. Media sosial, sebagai produk dari kemajuan digitalisasi di era modern, memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk aktif berpartisipasi dalam bidang informasi dan sosial.

Partisipasi generasi muda dalam kehidupan politik sering menjadi topik pembicaraan di masyarakat. Generasi milenial dan Z kadang-kadang dianggap kurang peduli terhadap politik. Hal ini ditunjukkan oleh minat yang rendah terhadap masalah politik, kurangnya kepercayaan pada politik dan para politisi, serta pandangan negatif terhadap pemerintahan dan pejabat publik.

Media sosial telah menjadi saluran komunikasi dua arah yang mendorong penggunanya untuk aktif dalam mencari dan menyebarkan informasi, terutama dalam konteks politik. Generasi milenial lebih menyukai keterlibatan dalam politik melalui platform seperti Instagram karena platform tersebut memungkinkan penyampaian informasi politik dengan cepat dan memudahkan mereka untuk mengambil tindakan politik hanya dengan memiliki akun media sosial.

Kreativitas tinggi dari pengguna media sosial menyebabkan penyebaran konten baik yang negatif maupun positif menjadi besar. Ini mencerminkan minat yang tinggi terhadap konten politik di Indonesia. Partisipasi politik yang tinggi di Indonesia tercermin dalam cara para kreator menyajikan konten politik, terutama hoax politik. Smartphone menjadi faktor utama yang memperkuat penggunaan intensif media sosial. Salah satu platform media sosial yang populer saat ini adalah Instagram.

KAJIAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini terdapat berbagai informasi terkait penelitian penelitian terdahulu sebagai beban referensi serta perbandingan dengan yang sudah ada adapun penelitian sebelumnya yang penulis ambil yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian Pamungkas, R. N., Permadi, D., & Florina, I. D. (2024) yang berjudul *"Media sosial instagram Anies Baswedan sebagai kampanye politik pilpres 2024".*Hasil Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki peran Instagram dalam kampanye politik Anies Baswedan menjelang Pilpres 2024. Metode yang digunakan berfokus pada analisis pesan kampanye dan interaksi masyarakat di platform tersebut. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa

tingginya interaksi masyarakat mencerminkan dukungan positif, yang memperkuat citra positif Anies. Strategi kampanye seperti penggunaan tagline "AMIN" dan simbolisme visual, seperti pakaian putih dan simbol jari satu, berhasil menciptakan identitas yang kuat. Penelitian ini memberikan wawasan tentang kontribusi Instagram dalam membentuk opini publik terhadap Anies Baswedan, serta menyoroti pentingnya media sosial dalam politik kontemporer di Indonesia. Kesimpulannya, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan alat penting dalam komunikasi politik dan pembentukan citra calon pemimpin.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Fajarwati, N. K., Hakim, C. A., & Arasid, M. I. (2024) dengan judul "*Media sosial Instagram sebagai sarana kampanye dalam strategi komunikasi politik*" bertujuan untuk mengidentifikasi peran Instagram sebagai platform digital yang mendukung kesuksesan kampanye pilpres, serta meneliti keunggulan Instagram yang dapat mempengaruhi opini publik dalam kampanye pemilu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram berperan penting dalam menyebarkan informasi selama kampanye calon presiden pada Pilpres 2024. Hal ini disebabkan oleh tingginya jumlah pengguna aktif di platform tersebut dan kemudahan akses fitur-fitur Instagram secara gratis, menjadikannya media kampanye yang sangat berpengaruh karena sebagian besar pengguna internet memiliki akun Instagram.

Perbedaan utama antara kedua penelitian di atas dengan penelitian saya adalah bahwa penelitian sebelumnya lebih fokus pada peran Instagram sebagai sarana kampanye. Sementara itu, penelitian saya lebih menekankan pada hubungan antara masyarakat dan media sosial Instagram sebagai alat kampanye.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui pemahaman dan studi teori dari berbagai literatur yang relevan dengan topik. Penelitian kepustakaan membantu memahami kerangka konseptual suatu topik dan menemukan dasar teoretis untuk penelitian lebih lanjut. Penelitian ini memastikan bahwa karya yang sedang dilakukan

Volume 11, Nomor 1, Februari 2025 ISSN: 2442-3777 (cetak)
Website: https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat ISSN: 2622-691X (online)
Submitted 28 Oktober 2024, Reviewed 20 Januari 2025, Publish 28 Februari 2025 (269-276)

mempertimbangkan penelitian sebelumnya dan mengisi celah pengetahuan yang ada. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencarian internet. Menurut Miles dan Huberman, ada tiga bagian utama dari teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini (Zakariah, 2020). Pertama adalah reduksi data, yaitu merangkum, memilih tema dan pola yang penting, serta membuang informasi yang tidak relevan. Informasi yang penting dipilih untuk dimasukkan dalam penelitian. Kedua, penyajian data, di mana data yang dikumpulkan disusun agar kesimpulan dapat ditarik, dengan data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif atau deskriptif. Terakhir, penarikan kesimpulan, yaitu hasil dari analisis yang digunakan untuk mengambil tindakan. Penelitian kualitatif ini menghasilkan temuan baru, dengan hasil berupa deskripsi atau penjelasan tentang sesuatu yang sebelumnya tidak jelas, sehingga menjadi lebih jelas setelah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi informasi, seperti Instagram, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia, baik untuk aktivitas pribadi maupun interaksi dengan orang lain. Salah satu produk teknologi informasi yang sangat populer adalah media sosial. Media sosial memiliki keterkaitan yang erat dengan anak muda, baik dalam aktivitas individu maupun dalam kegiatan organisasi kepemudaan. Isu-isu yang muncul di media sosial sering dijadikan referensi bagi gerakan pemuda dan organisasi kepemudaan. Pemilu tahun 2024 menjadi isu yang sedang hangat tahun ini, baik dalam tahapan pelaksanaannya maupun isu mengenai figur peserta pemilu. Melalui media sosial, pemuda dapat dengan mudah memperoleh informasi dan referensi yang dapat digunakan untuk menentukan langkah atau sikap politik pribadi maupun gerakan organisasi kepemudaannya. Media sosial memainkan peran penting bagi pemuda dalam partisipasi politik mereka pada pelaksanaan pemilu tahun 2024.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghadirkan perubahan signifikan dalam bidang komunikasi. Teknologi ini menciptakan berbagai alat komunikasi, termasuk komunikasi bisnis dan digital. Dukungan internet memainkan peran penting dalam kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar, termasuk dalam bidang komunikasi. Alat komunikasi seperti telepon seluler kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, digunakan baik untuk keperluan bisnis maupun untuk interaksi sosial, seperti menanyakan kabar teman. Komunikasi digital memudahkan generasi muda dalam mencari informasi terkait pemilu. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram kini menjadi salah satu platform yang digunakan untuk praktik komunikasi di berbagai

Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan
Volume 11, Nomor 1, Februari 2025 ISSN: 2442-3777 (cetak)
Website: https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat ISSN: 2622-691X (online)
Submitted 28 Oktober 2024, Reviewed 20 Januari 2025, Publish 28 Februari 2025 (269-276)

bidang, serta sebagai alat literasi yang membantu generasi milenial mendapatkan informasi mengenai pemilu.

Pemilihan Presiden selalu menarik perhatian masyarakat, terutama Pilpres 2024. Pemilu 2024 dianggap istimewa karena dilakukan serentak dan hampir 60% dari Daftar Pemilih Tetap terdiri dari generasi muda yang sangat terbiasa menggunakan media sosial. Penelitian ini bersifat normatif dengan pendekatan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh masyarakat dapat mempengaruhi kondisi sosial politik di Indonesia dan berdampak pada partisipasi pemilih. Semakin banyak kampanye yang dilakukan di media sosial, semakin besar daya tariknya bagi pemilih. Oleh karena itu, para kontestan Pilpres 2024 harus memanfaatkan media sosial dengan membuat konten menarik di Instagram untuk menarik dukungan dari generasi muda dan memenangkan Pilpres 2024.

Partisipasi generasi muda dalam politik, terutama di media sosial, dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berikut ini adalah beberapa faktor yang kami temukan:

Motif

Motif seseorang untuk melakukan sesuatu bisa sangat bervariasi dan mungkin berbeda antara individu, meskipun tindakan atau kegiatan yang dilakukan serupa. Motif tersebut dapat menjadi dasar bagi seseorang dalam menghadapi suatu permasalahan. Dalam penelitian ini, salah satu variabel yang diteliti adalah apa yang mendorong pemilih baru untuk menggunakan media sosial. Contohnya, kapan pemilih baru menggunakan media sosial untuk berekspresi atau mencapai aktualisasi diri. Motif ini dapat berasal dari keinginan untuk memperoleh informasi terbaru dalam masyarakat, terutama terkait dengan calon kandidat dalam pemilihan.

Eksternal

Selain motivasi intrinsik, faktor eksternal juga dapat mempengaruhi atau menarik minat seseorang dalam menggunakan media sosial. Faktor-faktor eksternal ini mencakup interaktivitas, portabilitas, kemudahan berbagi, dan lain-lain. Faktor-faktor ini sering kali membuat seseorang lebih tertarik menggunakan media sosial dibandingkan faktor internal, karena berbagai perspektif dan kegunaan menarik yang ditawarkan oleh media sosial dapat menciptakan permintaan. Media sosial memudahkan kita untuk mencari informasi mengenai latar belakang calon pemimpin. Kemudahan akses ini menjadi daya tarik tersendiri, sehingga masyarakat tidak perlu mengeluarkan usaha lebih dalam mencari informasi. Generasi muda juga aktif di platform media sosial seperti Instagram untuk mencari informasi. Selain itu, fitur berbagi informasi memungkinkan penyebaran fakta mengenai kandidat pemilu 2024 menjadi lebih mudah dan jelas.

Pengalaman

Pengalaman mencakup apa saat mencari

Volume 11, Nomor 1, Februari 2025 ISSN: 2442-3777 (cetak)
Website: https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat ISSN: 2622-691X (online)
Submitted 28 Oktober 2024, Reviewed 20 Januari 2025, Publish 28 Februari 2025 (269-276)

informasi tentang pemilihan umum di media sosial. Namun, mereka dapat merasa dirugikan dan kebingungan, terutama saat pemilihan presiden. Meningkatnya jumlah perdebatan kusir telah menyebabkan lebih banyak serangan pribadi dan keretakan dalam hubungan keluarga dan persahabatan di antara para pendukung karena perbedaan pendapat.

Sosial media meberikan fasilitas keterbukaan berpendapat untuk generasi muda. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, keterlibatan dalam dunia politik bukan hanya memberikan suaranya dalam pemilu, menyalonkan diri menjadi orang pemerintahan. Namun dalam lingkup media sosial bentuk partisipasi kaum muda adalah memberikan kritik atau tanggapan dalam postingan – postingan yang berbau dengan politik, pembuatan konten yang mendukung dalam hal politik. Dalam penulisan ini, ingin menelaah keterlibatan politik di pemilu 2024 dengan akun sosial media Instagram.

Foto-foto yang diunggah dari akun Instagram ketiga calon presiden tahun 2024 menarik minat para akademisi untuk melakukan penelitian lintas bidang seperti politik, komunikasi, pendidikan, dan budaya. Gambar-gambar ini menggambarkan aktivitas politik dan kampanye calon presiden. Analisis ideasi, interpersonal, dan tekstual digunakan untuk memahami penggunaan bahasa dan gambar dalam konteks drama politik di media sosial, serta tanggapan positif yang diterima dari pengguna media sosial.Para calon presiden menggunakan Instagram sebagai platform untuk menunjukkan keberadaan mereka dalam dunia politik, dan mereka mengoptimalkan unggahan tersebut untuk mencapai tujuan mereka dalam mendapatkan dukungan dari pengguna lain. Gambar-gambar yang diunggah mencerminkan citra yang sesuai dengan visi mereka sebagai calon presiden. Melalui Instagram, ketiga calon presiden menampilkan diri sebagai individu yang serius, hangat, dan humanis, siap untuk memimpin pada tahun 2024.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital, termasuk Instagram, telah membawa banyak perubahan signifikan dalam bidang komunikasi. Teknologi ini telah menghasilkan berbagai alat komunikasi, mulai dari komunikasi bisnis hingga digital. Perkembangan teknologi digital yang didukung oleh internet telah mengubah banyak aspek, termasuk komunikasi melalui Instagram. Alat komunikasi seperti telepon seluler kini digunakan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk keperluan bisnis maupun sosial, seperti berkomunikasi dengan teman.Pemilihan Presiden selalu menarik perhatian masyarakat, terutama Pilpres tahun 2024. Pemilu 2024 merupakan pemilu yang istimewa karena dilakukan serentak dan hampir 60% Daftar Pemilih Tetap adalah

generasi muda yang dekat dengan media sosial. Penelitian ini adalah penelitian normatif dengan pendekatan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh masyarakat dapat mempengaruhi kondisi sosial politik di Indonesia dan partisipasi pemilih. Semakin banyak kampanye yang dilakukan di media sosial dapat menarik perhatian pemilih. Oleh karena itu, kontestan Pilpres 2024 harus memanfaatkan media sosial dengan membuat konten menarik di Instagram untuk menarik suara generasi muda dan memenangkan Pilpres 2024.

DAFTAR PUSTAKA

Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media sosial dan partisipasi politik pada generasi muda: perspektif indonesia. *Jurnal Society*, *8*(1), 87-97.

Sihite, D. V., br Sembiring, E., Rachma, A., & Ivana, J. (2024). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik *Indonesian Journal of Education and Development Research*, *2*(1), 100-103.

Pratama, P., & Yahya, A. (2023). Dinamika partisipasi politik kaum muda dalam platform media sosial instagram *Sintesa*, *2*(01), 15-24.

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, *16*(2).

Pratama, P., & Yahya, A. (2023). DINAMIKA PARTISIPASI POLITIK KAUM MUDA DALAM PLATFORM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Sintesa*, *2*(01), 15-24.

Juleha, J., Yuniar, J., & Marsuki, N. R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Opini Publik dan Partisipasi Politik Era Digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, *3*(1), 38-45.

Sokid, S. (2023). Media Sosial Dan Partisipasi Politik Pemuda Dalam Pelaksanaan Tahapan Pemilu 2024. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, *2*(5), 1350-1355.

Sitorus, A. A., Fitri, Y., & Maharani, A. P. (2024). Komunikasi Digital di Instagram terhadap Peningkatan Partisipasi Milenial pada Pemilu 2024. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *7*(2), 1782-1787.

Jauhariyah, N. Z., Ilham, M. L., & Rahmawati, N. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan

Suara Generasi Muda. *Jurnal Politique*, *4*(1), 100-116.

Atmodjo, Tri, Juwono. (2014). Dinamika Partisipasi Politik Remaja Melalui Media Sosial. Dinamika Partisipasi Politik Melalu Sosial, 13, 281-295

Yovita Octafitria, (2018). Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Pada Kaum Muda. Universitas Indonesia

Tayibnapis, R. G., & Aladdin, Y. (2023). Analisis Bibliometrika Politik Identitas Anies Baswedan Pada Studi Media Komunikasi. *COMMENTAT E: Journal of Communication Management*, *4*(1), 36-44.

Jauhariyah, N. Z., Ilham, M. L., & Rahmawati, N. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye Pilpres 2024 untuk Memperebutkan Suara Generasi Muda. *Jurnal Politique*, *4*(1), 100-116.

Fahruji, D. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam kampanye politik menjelang Pemilu 2024: Studi kasus tentang akun media sosial partai politik dan politisi. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, *6*(2), 118-132.

Azka, I., & Syahputra, I. (2023). Komunikasi Politik Capres Anies Baswedan Menuju Pemilu 2024 Melalui Media Sosial Instagram. *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, *10*(1), 37-45.