



MODUL

**KOMUNIKASI
POLITIK**

DR. AYU LARASATI, S.sos., M.Ikom

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

2024

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Atas Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa kareba dengan Rahmat, Karunia, seta taufik Hidayah-nya lah kami dapat menyelesaikan Modul Komunikasi Politik yang berjudul “Komunikasi Politik di Era Digital : Memahami Pengaruh Media Sosial Terhadap Gen Z” .

Generasi Z, yang merupakan generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi, memiliki karakteristik unik yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Mereka adalah pengguna aktif media sosial dan sering terlibat dalam diskusi politik secara online. Dengan kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap teknologi, serta kecenderungan untuk memverifikasi informasi, Gen Z memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam dunia politik. Namun, mereka juga menghadapi tantangan tersendiri, terutama dalam hal misinformasi yang marak beredar di platform digital.

Modul ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang peran Gen Z dalam politik, serta strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau mereka. Kami berharap pembaca dapat memahami bagaimana Gen Z berinteraksi dengan informasi politik dan bagaimana mereka dapat berkontribusi dalam proses demokrasi. Selain itu, modul ini juga akan membahas pentingnya keterlibatan emosional dan autentisitas dalam menyampaikan pesan politik, serta strategi untuk meningkatkan literasi digital di kalangan generasi muda.

Kami berharap modul ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan inspiratif bagi semua pihak yang tertarik untuk memahami dinamika komunikasi politik di era digital, khususnya dalam konteks Generasi Z. Terima kasih atas perhatian dan partisipasi dalam pembelajaran ini.

Penulis, 6 Januari 2025

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
- Penjelasan tentang pentingnya komunikasi politik di era digital.	
- Relevansi Gen Z dalam konteks komunikasi politik.	
1.2 Maksud dan Tujuan	2
- Mengidentifikasi peran Gen Z dalam politik.	
- Menyediakan pemahaman tentang strategi komunikasi yang efektif.	
BAB II Konsep Dasar Komunikasi Politik	3
2.1 Definisi Komunikasi Politik.....	3
2.2 Unsur-unsur dalam Komunikasi Politik.....	4
2.3 Teori-teori Komunikasi yang Relevan.....	5
BAB III PROFIL GEN Z	6
3.1 Karakteristik Gen Z.....	6
3.2 Pola Pikir dan Nilai-nilai Gen Z	7
3.3 Media dan Platform yang Digunakan oleh Gen Z	8
BAB IV MEDIA SOSIAL DAN AKTIVISME	9
4.1. Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik.....	9
4.2 Kasus Studi: Kampanye Politik yang Berhasil di Kalangan Gen Z.....	10
4.3 Dampak Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z.....	10

BAB V	MISINFORMASI DAN TANTANGAN	11
5.1	Tantangan Misinformasi di Era Digital	11
5.2	Strategi Menghadapi Misinformasi	12
5.3	Edukasi Media bagi Gen Z	13
BAB VI	KETERLIBATAN GEN Z dalam PEMILU.....	14
6.1	Tingkat Partisipasi Politik Gen Z	14
6.2	Strategi untuk Mendorong Partisipasi	15
6.3	Analisis Pemilu Terakhir: Peran Gen Z	16
BAB VII	STRATEGI KOMUNIKASI untuk GEN Z.....	17
7.1	Komunikasi yang Autentik dan Transparan	17
7.2	Penggunaan Konten Kreatif (meme, video, dll.).....	18
7.3	Kolaborasi dengan Influencer dan Tokoh Muda	19
BAB VIII	STUDI KASUS.....	20
8.1	Analisis Kampanye Digital oleh Gen Z.....	20
8.2	Contoh Komunikasi Krisis yang Efektif	21
8.3	Pengaruh Budaya Pop dalam Politik.....	22
BAB VIII	PENUTUP	23
9.1	Kesimpulan	23
9.2	Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya.....	24
9.3	Daftar Pustaka	25

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam politik. Dengan kemajuan teknologi informasi, media sosial telah menjadi sarana penting untuk komunikasi politik. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga memfasilitasi interaksi antara masyarakat dan politisi. Fenomena ini memberikan tantangan dan peluang bagi para politisi, termasuk Gen Z dan generasi muda.

Komunikasi Politik dalam Era Digital

Pemerintah, politisi, dan masyarakat terhubung melalui komunikasi politik. Komunikasi yang efektif adalah kunci demokrasi untuk mendorong partisipasi politik dan kepercayaan publik. Di era modern, komunikasi politik semakin bergantung pada platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook. Dengan menggunakan platform ini, politisi dapat dengan cepat dan efektif menjangkau audiens yang lebih luas.

Tetapi era modern juga menghadirkan masalah besar, termasuk peningkatan penyebaran berita palsu (hoaks), polarisasi opini, dan manipulasi informasi. Meskipun media sosial memungkinkan penyebaran pesan politik yang lebih personal dan interaktif, mereka juga membutuhkan keterampilan digital yang baik untuk memastikan bahwa pesan tersebut diterima dengan benar. Dalam situasi seperti ini, sangat penting untuk memahami karakteristik Gen Z karena mereka adalah mayoritas pengguna media sosial.

Relevansi Generasi Z dalam Komunikasi Politik

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh bersama dengan teknologi digital. Mereka dapat mengakses informasi politik secara langsung melalui perangkat seluler dan media sosial, dan mereka sering menjadi bagian dari diskusi online. Selain itu, Gen Z memiliki beberapa sifat unik, seperti:

1. Kemampuan Beradaptasi dengan Teknologi

Gen Z adalah orang digital asli dan sudah terbiasa menggunakan teknologi sejak usia dini.

2. Teliti dan berhati-hati dalam menerima informasi

Gen Z cenderung memverifikasi informasi sebelum mempercayainya, meskipun masih rentan terhadap misinformasi.

3. Aktivisme Digital

Mereka menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu penting atau masalah penting seperti perubahan iklim, keadilan sosial, dan hak asasi manusia.

Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami perilaku politik Gen Z dan cara mereka berkomunikasi melalui media sosial untuk membuat strategi komunikasi politik yang berhasil.

1.2 Tujuan Modul

1. Mengidentifikasi Peran Gen Z dalam Politik

Modul ini akan membantu pembaca memahami peran Gen Z dalam politik, baik sebagai pemilih, aktivis, maupun agen perubahan. Gen Z tidak hanya menjadi target komunikasi politik tetapi juga membuat informasi politik melalui media sosial.

2. Memberikan Pemahaman tentang Strategi Komunikasi yang Efektif Modul ini akan membahas hal-hal berikut:

- karakteristik Gen Z dan strategi komunikasi yang sesuai dengan mereka
- pentingnya keterlibatan emosional dan autentisitas dalam menyampaikan pesan politik; dan strategi untuk membantu Gen Z lebih akrab dengan teknologi.
- bisa menjadi awal mula untuk meningkatkan literasi

BAB 2

KONSEP DASAR KOMUNIKASI POLITIK

2.1 DEFINISI KOMUNIKASI POLITIK

Definisi Komunikasi Politik

Rush dan Althoff (1997) memberi definisi komunikasi politik sebagai proses penyampaian informasi politik yang relevan antara bagian-bagian dalam sistem politik, serta antara sistem sosial dan sistem politik. Yang tak lain, komunikasi politik menjadi saluran penting untuk menyebarkan informasi yang dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Gabriel Almond juga menyebutkan bahwa komunikasi politik merupakan salah satu fungsi esensial yang terdapat di setiap sistem politik. Proses ini berjalan beriringan dengan fungsi lain, seperti sosialisasi dan rekrutmen politik, artikulasi dan agregasi kepentingan, pembuatan peraturan, penerapan peraturan, serta adjudikasi. Oleh karena itu, komunikasi politik bukanlah elemen yang berdiri sendiri, melainkan melekat pada setiap fungsi sistem politik.

Meriam Budiardjo (1982) menegaskan bahwa komunikasi politik adalah salah satu fungsi partai politik. Dalam hal ini, partai politik berperan sebagai penyampai pendapat dan aspirasi masyarakat, yang kemudian diolah menjadi dasar kebijakan politik. Komunikasi politik, dalam konteks ini, berfungsi sebagai instrumen untuk mentransformasi pandangan masyarakat menjadi kebijakan yang dapat diimplementasikan oleh pemerintah.

Perspektif dan Dimensi Komunikasi Politik

Maswadi Rauf, sebagaimana dikutip oleh Heryanto dan Shulhan (2013), menyatakan bahwa komunikasi politik adalah bagian dari kajian ilmu politik. Pesan yang disampaikan dalam proses ini bersifat politis, terkait dengan kekuasaan negara, pemerintah, dan aktivitas politik. Komunikasi politik memiliki dua dimensi utama:

1. **Kegiatan Politik:** Penyampaian pesan-pesan politik oleh aktor politik kepada masyarakat atau pihak lain.

2. **Kegiatan Ilmiah:** Penelitian yang mengkaji komunikasi dalam konteks sistem politik.

Susanto, dalam karya yang sama, menjelaskan bahwa komunikasi politik bertujuan untuk memengaruhi masyarakat agar memahami isu-isu politik yang relevan. Proses ini mencakup diskusi mengenai isu-isu politik yang difasilitasi oleh lembaga-lembaga politik, yang kemudian menghasilkan keputusan kolektif.

Pendekatan Komunikasi Politik

Nimmo (dalam Heryanto dan Shulhan, 2013) menjelaskan bahwa komunikasi politik menggunakan politik sebagai bahasa untuk memahami tindakan kolektif. Dalam konteks ini, politik sebagai media utama yang menjelaskan aturan seputar konflik sosial. Mcquail, sebagaimana yang dikutip dalam Heryanto dan Shulhan (2013), menggambarkan komunikasi politik sebagai bidang studi interdisipliner yang mengaitkan proses komunikasi dengan proses politik. Bidang ini mencakup sejumlah teori, pendekatan, isu, dan konsep yang digabungkan untuk membentuk identitasnya.

Komunikasi politik adalah subjek yang fokus pada aspek publik dari komunikasi seperti kampanye pemilihan, debat kandidat, dan strategi persuasif yang dirancang untuk memenangkan pemilih. Kampanye politik terdiri dari media massa, debat kandidat, dan politik pembentukan citra yang efektif.

Pentingnya Komunikasi dalam Politik

Lucian Pye (dalam Heryanto dan Shulhan, 2013) menyoroti hubungan erat antara komunikasi dan politik. Ia menyatakan bahwa tanpa komunikasi, usaha bersama dalam politik tidak mungkin terjadi. Glanor juga menegaskan bahwa tanpa komunikasi, politik tidak akan memiliki makna. Dalam pandangan Pye, komunikasi memungkinkan perluasan dan

penggandaan pilihan-pilihan individu, yang merupakan esensi dari politik itu sendiri.

Komunikasi politik, dalam konteks ini, menjadi fondasi utama bagi eksistensi politik. Sistem komunikasi yang efektif tidak hanya memperkaya pilihan-pilihan individu, tetapi juga membangun jaringan yang mendukung keberlangsungan kegiatan politik. Oleh karena itu, komunikasi memainkan peran sentral dalam membentuk dinamika dan keberlanjutan sistem politik.

Berikut adalah beberapa definisi komunikasi politik yang bersifat linier, yang diungkapkan oleh para ahli, antara lain Lasswell, Heryanto, dan Shulhan (2013).

1. Definisi oleh Sunshine Hilligus: Ia mendefinisikan komunikasi politik sebagai transmisi informasi yang luas, mencakup berbagai elemen seperti komunikasi verbal, nonverbal, serta perilaku. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memperoleh atau mengejar kekuasaan. Dalam konteks tersebut, komunikasi politik dipahami sebagai proses penyampaian informasi yang bertujuan untuk memengaruhi dan mencapai kekuasaan politik.
2. Pendapat Bruce Hardy: Ia memaknai komunikasi politik sebagai transfer informasi yang berhubungan dengan persaingan atas sumber daya. Dari sudut pandang ini, komunikasi politik menjadi alat untuk memahami dan memanfaatkan informasi terkait persaingan dalam merebut sumber daya, baik dalam ranah politik maupun aspek-aspek lainnya.
3. Pandangan Bob Lichter: Ia merumuskan komunikasi politik sebagai proses produksi, transmisi, dan efek dari informasi mengenai politik, pendapat politik, serta kebijakan publik. Dalam kerangka ini, komunikasi politik tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup dampak atau pengaruh yang ditimbulkan dari proses tersebut terhadap pemahaman politik, pandangan politik, dan kebijakan publik.

Dengan demikian, berbagai definisi tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pentingnya komunikasi politik dalam konteks kekuasaan dan sumber daya.

Komunikasi Politik sebagai Sistem

Definisi-definisi komunikasi politik mencerminkan beragam aspek yang melibatkan penyampaian informasi, persaingan atas sumber daya, dan dampak dari informasi politik itu sendiri. Setiap definisi memberikan sudut pandang unik terhadap kompleksitas dan peran komunikasi dalam ranah politik. Wahyuni (2007), sebagaimana dikutip oleh Heryanto dan Shulhan (2013), memandang komunikasi politik sebagai suatu sistem yang teratur, konstan, dan dapat diprediksi.

Beberapa definisi sistematis dalam komunikasi politik mencakup:

1. **Ken Goldstein:** Komunikasi politik didefinisikan sebagai pertukaran informasi mengenai pelaksanaan kekuasaan. Definisi ini menekankan bahwa tujuan komunikasi politik adalah memahami dan menyampaikan informasi terkait pelaksanaan kekuasaan dalam konteks politik.
2. **Talia Stroud:** Komunikasi politik diartikan sebagai interaksi antara elite politik, media, dan warga negara mengenai topik-topik politik. Perspektif ini menggambarkan komunikasi politik sebagai sistem interaksi yang melibatkan berbagai pihak dalam menyampaikan dan menerima informasi.
3. **Lynn Sanders:** Komunikasi politik mencakup pertukaran gagasan dan pesan, baik secara verbal maupun visual, yang terjadi secara langsung atau melalui media dalam ruang publik yang teridentifikasi. Tujuan dari pertukaran ini adalah untuk mengubah atau mempertahankan struktur pemerintahan.

Definisi-definisi tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik adalah suatu sistem yang melibatkan pertukaran informasi, interaksi antara pelaku politik, serta pengaruh terhadap struktur pemerintahan. Pendekatan ini menggambarkan komunikasi politik sebagai entitas yang terorganisasi, memiliki tatanan, dan merupakan bagian integral dari sistem politik yang lebih luas.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan proses penyampaian pesan politik dari pihak yang berkomunikasi kepada penerima, dengan tujuan untuk memengaruhi sikap, opini, atau perilaku penerima pesan. Fenomena ini terus menjadi fokus penelitian dalam setiap struktur politik karena peran sentral yang dimainkannya. Dalam konteks sistem

politik, komunikasi politik menjadi kunci di seluruh tahapan proses politik, mulai dari pembentukan kebijakan, pelaksanaan kebijakan, hingga evaluasi kebijakan. Dengan demikian, komunikasi politik bukan hanya sekadar sarana penyampaian pesan, melainkan juga elemen esensial yang membentuk dinamika dan arah kebijakan dalam konteks politik suatu negara.

Fungsi komunikasi politik

Fungsi komunikasi politik dapat dilihat dari dua aspek utama (Anggara, 2013: 93–94).

Pertama, dari aspek totalitas, tujuan utama komunikasi politik adalah menciptakan stabilitas negara dengan mencegah berbagai ancaman yang berpotensi merusak keutuhan nasional. Untuk mencapai hal ini, pemerintah harus menyampaikan komunikasi politik secara transparan dan menyeluruh kepada masyarakat. Dengan langkah ini, hambatan komunikasi antara negara dan rakyat dapat diminimalkan, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara keduanya.

Kedua, dalam aspek hubungan antara superstruktur (pemerintah) dan infrastruktur (masyarakat), komunikasi politik berfungsi sebagai penghubung yang independen, memastikan sistem politik di dalam negara dapat berjalan dengan baik. Pemerintah memiliki kewajiban untuk menyampaikan berbagai kebijakan dan keputusan politik kepada masyarakat secara jelas dalam berbagai bidang, seperti ideologi, ekonomi, sosial budaya, hukum, pertahanan dan keamanan, serta hubungan internasional. Dengan peran ini, komunikasi politik membantu menghubungkan dimensi-dimensi kehidupan masyarakat dengan negara, menciptakan keseimbangan dan harmoni dalam sistem politik.

Menurut McNair (dalam Lestaluhu, 2017), komunikasi politik sebagai cabang ilmu memiliki lima fungsi utama:

1. Menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang berbagai perkembangan yang terjadi, dengan media komunikasi berperan sebagai pengamat dan pemantau peristiwa dalam masyarakat.

2. Memberikan pendidikan kepada masyarakat tentang makna dan pentingnya fakta yang ada. Jurnalis bertugas untuk melihat fakta secara objektif, menyajikan liputan yang netral, dan membantu masyarakat memahami realitas tersebut.
3. Menyediakan wadah untuk isu-isu politik, memfasilitasi diskusi yang membentuk opini publik, dan mengembalikan hasil opini tersebut kepada masyarakat. Ini memperkuat demokrasi dengan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam wacana politik.
4. Bertindak sebagai penjaga (watchdog) dengan mengawasi pemerintah dan lembaga politik. Contoh nyatanya adalah skandal Watergate yang memaksa Richard Nixon mundur sebagai Presiden AS.
5. Menghubungkan kebijakan pemerintah dengan masyarakat, di mana media politik menjadi saluran untuk menyuarakan aspirasi publik, mendukung kebijakan tertentu, dan memperkuat sistem demokrasi di suatu negara.

Jenis Komunikasi Politik

Komunikasi Politik Digital

Perkembangan komunikasi di era digital, terutama melalui media sosial, memengaruhi efektivitas komunikasi politik. Komunikasi Politik Digital memungkinkan masyarakat untuk mengirimkan pesan dan kritik langsung kepada tokoh politik melalui platform digital. Media sosial menjadi sarana untuk menyebarkan pesan secara massal, dengan kebebasan untuk menyampaikan pandangan, kebijakan, dan evaluasi terhadap kinerja pemimpin secara bertanggung jawab.

Komunikasi Politik Pers

Pers juga menggunakan komunikasi politik sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada publik secara bersamaan. Di Indonesia, peran pers sangat signifikan, mengingat sejarah pers yang terkait dengan pergerakan nasional dalam perjuangan kemerdekaan dan kehidupan rakyat. Keberadaan pers sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat berperan besar dalam membentuk opini publik.

Kedua jenis komunikasi politik ini, baik melalui media digital maupun pers, memiliki pengaruh besar terhadap opini publik, karena keduanya menyebarkan informasi secara massal, murah, dan dapat diakses oleh semua kalangan. Untuk pembahasan lebih lanjut tentang opini publik, dapat dilihat pada artikel tentang **Opini Publik dalam Komunikasi Politik**. Saat ini, opini publik juga dipengaruhi oleh media baru dan media sosial, yang semakin penting dalam dunia politik. Untuk memahami lebih lanjut, bisa membaca artikel tentang **New Media dan Social Media dalam Politik**.

KARAKTERISTIK GENERASI Z

Generasi Z adalah kelompok yang lahir antara tahun 1997–2012. Mereka merupakan generasi yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, di mana internet dan media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka sehari-hari. Generasi ini dikenal sebagai digital native karena kemampuan mereka yang luar biasa dalam beradaptasi dengan perubahan teknologi. Mereka terbiasa dengan akses informasi yang instan, kemampuan multitasking di berbagai platform digital, dan interaksi yang intens melalui ruang virtual. Dalam konteks ini, Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen teknologi tetapi juga pencipta tren dan inovasi baru. Mereka memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan, kenyamanan, dan relevansi dalam komunikasi, yang menjadikan mereka unik dibandingkan generasi sebelumnya.

Pola Perilaku Generasi Z

Generasi Z memiliki perilaku yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan lingkungan sosial yang cepat berubah. Berikut adalah beberapa pola perilaku utama mereka:

- **Digital First:** Generasi Z menjadikan media digital sebagai sumber informasi utama. Mereka menggunakan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk mencari berita dan konten politik. Bagi mereka, media sosial adalah ruang utama untuk interaksi dan partisipasi.

- **Kritis dan Skeptis:** Generasi ini cenderung tidak menerima informasi mentah-mentah. Mereka lebih suka menganalisis, memverifikasi, dan membandingkan informasi dari berbagai sumber sebelum mengambil kesimpulan. Keinginan mereka untuk memahami informasi secara mendalam membuat mereka sering mencari bukti pendukung dan fakta tambahan.
- **Partisipasi Aktif:** Generasi Z gemar berkontribusi dalam diskusi publik dan gerakan sosial. Mereka memanfaatkan media sosial untuk menyuarakan pendapat, membuat petisi, berbagi informasi, atau bahkan menginisiasi kampanye yang relevan dengan isu-isu yang mereka pedulikan.
- **Kesadaran Sosial Tinggi:** Generasi ini memiliki perhatian besar terhadap isu-isu sosial seperti perubahan iklim, keadilan sosial, kesetaraan gender, dan hak asasi manusia. Mereka cenderung memilih pemimpin atau mendukung kebijakan yang sejalan dengan nilai-nilai ini.
- **Preferensi Visual dan Interaktif:** Konten dengan elemen visual menarik dan fitur interaktif, seperti video pendek, polling, atau live chat, lebih efektif dalam menarik perhatian mereka. Gaya penyampaian yang santai dan kreatif lebih mudah diterima oleh mereka.
- **Cenderung Mengutamakan Autentisitas:** Generasi Z menghargai komunikasi yang jujur dan transparan. Pesan yang terlalu formal, kaku, atau tampak dibuat-buat cenderung mereka tolak. Mereka lebih menghargai pendekatan personal yang terasa nyata dan relatable.
- **Kecepatan Akses dan Respons:** Generasi Z memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan respons, baik dalam interaksi sosial maupun dalam menerima informasi. Mereka lebih memilih platform atau komunikasi yang dapat memberikan pembaruan secara real-time.
- **Ketergantungan pada Komunitas Online:** Generasi ini sering bergabung dalam komunitas online yang sesuai dengan minat atau nilai mereka. Komunitas ini menjadi tempat berbagi informasi, ide, dan dukungan moral.

https://eprints.stipan.ac.id/id/eprint/964/2/buku%20komunikasi%20politik%20pemeirntahan_compressed.pdf

https://himso.id/konsep-dasar-komunikasi-politik/#Komponen_Komunikasi_Politik

2.2 Unsur-unsur dalam Komunikasi Politik

Unsur-unsur Komunikasi Politik

1. Pesan

Pesan adalah inti dari komunikasi politik. Ini mencakup informasi yang ingin disampaikan oleh politisi atau pemerintah kepada masyarakat. Pesan harus jelas, relevan, dan mudah dipahami agar dapat diterima dengan baik oleh audiens. Dalam era digital, pesan juga harus disesuaikan dengan platform yang digunakan, seperti Instagram, TikTok, atau Twitter.

2. Pengirim

Pengirim dalam komunikasi politik adalah individu atau kelompok yang menyampaikan pesan. Ini bisa berupa politisi, partai politik, atau lembaga pemerintah. Pengirim harus memiliki kredibilitas dan otoritas agar pesan yang disampaikan dapat dipercaya oleh masyarakat.

3. Audiens

Audiens adalah penerima pesan. Dalam konteks komunikasi politik, audiens bisa sangat beragam, mulai dari pemilih hingga aktivis dan masyarakat umum. Memahami karakteristik audiens, termasuk demografi dan preferensi media mereka, sangat penting untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif.

4. Saluran

Saluran adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Di era digital saat ini, saluran komunikasi politik telah berkembang pesat dengan adanya media sosial dan platform online lainnya. Politisi harus memilih saluran yang tepat untuk menjangkau audiens mereka secara efektif.

5. Umpan Balik

Umpan balik adalah respons dari audiens terhadap pesan yang disampaikan. Ini bisa berupa komentar di media sosial, survei publik, atau partisipasi dalam diskusi politik. Umpan balik penting untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dan menyesuaikan strategi jika diperlukan.

Tantangan dalam Komunikasi Politik di Era Digital

1. Penyebaran Berita Palsu

Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi politik saat ini adalah penyebaran berita palsu (hoaks) di media sosial. Hal ini dapat mengganggu pemahaman masyarakat tentang isu-isu penting dan merusak kepercayaan terhadap sumber informasi resmi.

2. Polarisasi Opini

Media sosial juga sering kali menjadi arena bagi polarisasi opini di mana pandangan ekstrem lebih sering muncul dibandingkan pandangan moderat. Ini dapat menyebabkan ketegangan sosial dan menghambat dialog konstruktif antara berbagai kelompok masyarakat.

3. Keterampilan Digital

Di era digital ini, keterampilan digital menjadi sangat penting bagi politisi dan masyarakat untuk berpartisipasi secara efektif dalam komunikasi politik. Politisi perlu memahami cara menggunakan platform digital dengan baik untuk menyampaikan pesan mereka secara efektif.

Penyelarasan unsur-unsur dalam komunikasi politik sangat penting untuk mencapai tujuan demokratis dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan memahami karakteristik audiens serta memilih saluran dan pesan yang tepat, politisi dapat berkomunikasi lebih efektif di era digital ini. Selain itu, tantangan seperti berita palsu dan polarisasi opini harus dihadapi dengan strategi yang tepat agar komunikasi politik dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang unsur-unsur komunikasi politik serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan zaman menjadi kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan politik di era modern ini.

2.3 Teori-teori Komunikasi yang Relevan

a) Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik, yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer, menekankan pentingnya simbol dan makna dalam komunikasi. Dalam konteks media sosial, simbol-simbol seperti emoji, hashtag, dan gambar memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan. Generasi Z, sebagai pengguna utama media sosial, cenderung menggunakan simbol-simbol ini untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain.

b) Teori Agenda-Setting

Teori agenda-setting menjelaskan bagaimana media dapat mempengaruhi apa yang dianggap penting oleh publik. Dalam era digital, media sosial berfungsi sebagai platform di mana isu-isu politik dapat diangkat dan dibahas secara luas. Politisi dan aktivis dapat memanfaatkan teori ini dengan menciptakan konten yang menarik untuk menarik perhatian publik terhadap isu-isu tertentu.

c) Teori Spiral Keheningan

Teori spiral keheningan, yang diperkenalkan oleh Elisabeth Noelle-Neumann, menyatakan bahwa individu cenderung tidak mengungkapkan pendapat mereka jika mereka merasa pandangan mereka tidak populer. Di media sosial, fenomena ini dapat terlihat ketika pengguna memilih untuk tidak berpartisipasi dalam diskusi mengenai isu-isu kontroversial karena takut akan reaksi negatif. Memahami teori ini penting bagi politisi untuk menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif dari semua kalangan.

d) Teori Konstruktivisme Sosial

Teori konstruktivisme sosial menekankan bahwa pengetahuan dan makna dibangun melalui interaksi sosial. Dalam konteks politik, hal ini berarti bahwa pemahaman masyarakat tentang isu-isu politik dibentuk melalui diskusi di media sosial. Generasi Z, dengan kemampuan mereka untuk mengakses informasi secara langsung, berperan penting dalam membentuk narasi politik melalui partisipasi aktif mereka di platform-platform digital.

Relevansi Generasi Z dalam Komunikasi Politik

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan media sosial. Mereka memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan isu-isu politik:

- a. Kemampuan Beradaptasi dengan Teknologi: Gen Z adalah digital natives yang terbiasa menggunakan teknologi sejak dini.
- b. Teliti dalam Menerima Informasi: Mereka cenderung memverifikasi informasi sebelum memercayainya, meskipun masih rentan terhadap misinformasi.
- c. Aktivisme Digital: Mereka menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu penting seperti perubahan iklim dan keadilan sosial.
- d. Memahami perilaku politik Gen Z sangat penting bagi politisi untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif.

Strategi Komunikasi Efektif untuk Generasi Z

1. Membangun Keterlibatan Emosional

Politisi perlu menciptakan konten yang mampu membangkitkan emosi positif bagi audiens mereka. Keterlibatan emosional dapat meningkatkan kemungkinan audiens untuk terlibat dalam diskusi dan berbagi informasi.

2. Menyajikan Konten yang Autentik

Generasi Z menghargai keaslian dalam komunikasi. Politisi harus menyampaikan pesan mereka dengan cara yang jujur dan transparan agar dapat membangun kepercayaan dengan audiens.

3. Memanfaatkan Platform Media Sosial Secara Strategis

Penggunaan platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter harus dilakukan dengan strategi yang tepat agar pesan dapat menjangkau audiens secara efektif.

Teori-teori komunikasi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dinamika komunikasi di era digital saat ini, terutama dalam konteks politik dan peran Generasi Z. Dengan memahami teori-teori ini dan menerapkannya dalam praktik komunikasi politik, politisi dapat lebih efektif menjangkau audiens mereka dan mendorong partisipasi publik yang lebih besar dalam proses demokrasi.

Peran Generasi Z

- Generasi Z memainkan peran penting dalam komunikasi politik saat ini. Mereka adalah pengguna aktif media sosial dan memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan informasi politik:
- Kemampuan Beradaptasi dengan Teknologi: Gen Z terbiasa menggunakan teknologi sejak dini, memungkinkan mereka untuk mengakses informasi secara cepat.
- Verifikasi Informasi: Mereka cenderung lebih teliti dalam menerima informasi, meskipun masih rentan terhadap misinformasi.
- Aktivisme Digital: Gen Z menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu penting seperti keadilan sosial dan perubahan iklim, menjadikan mereka agen perubahan yang signifikan dalam arena politik.
- Dengan memahami karakteristik dan perilaku Generasi Z serta tantangan yang ada dalam komunikasi politik modern, strategi komunikasi dapat dirancang untuk lebih efektif menjangkau dan melibatkan generasi ini dalam proses politik.

Karakteristik Utama

- Interaksi Multidimensional: Komunikasi politik melibatkan berbagai aktor, termasuk politisi, media, dan masyarakat. Setiap aktor memiliki peran dalam membentuk narasi politik.
- Penggunaan Media Sosial: Dalam era digital, media sosial menjadi platform utama untuk komunikasi politik. Politisi menggunakan platform seperti

Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan pemilih.

- Penyebaran Informasi: Komunikasi politik tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga menciptakan dialog antara masyarakat dan pengambil keputusan. Ini penting untuk membangun kepercayaan publik dan mendorong partisipasi aktif dalam demokrasi.

Tantangan dalam Komunikasi Politik Modern

- Penyebaran Berita Palsu: Munculnya informasi yang tidak akurat di media sosial dapat mengganggu pemahaman publik tentang isu-isu politik.
- Polarisasi Opini: Media sosial dapat memperkuat perpecahan dalam masyarakat dengan menciptakan ruang bagi opini ekstrem.
- Keterampilan Digital: Untuk memastikan pesan politik diterima dengan baik, diperlukan keterampilan digital yang memadai dari para politisi dan pemilih.

Penyelarasan Unsur-unsur dalam Komunikasi Politik

4. Menyusun Pesan yang Efektif

Pesan dalam komunikasi politik harus dirancang dengan mempertimbangkan audiens target. Misalnya, untuk menjangkau Generasi Z, pesan harus menggunakan bahasa yang relevan dan mencerminkan nilai-nilai mereka seperti keadilan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

5. Memilih Saluran yang Tepat

Dengan banyaknya saluran komunikasi yang tersedia saat ini, penting bagi pengirim untuk memilih saluran yang paling sesuai dengan karakteristik audiens mereka. Media sosial seperti Instagram dan TikTok sangat populer di kalangan generasi muda dan dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara visual dan interaktif.

6. Membangun Kredibilitas Pengirim

Kredibilitas pengirim sangat mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens. Politisi harus berusaha membangun reputasi yang baik melalui transparansi dan keterlibatan aktif dengan masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan publik.

7. Menggunakan Umpan Balik untuk Perbaikan

Umpan balik dari audiens dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana pesan diterima dan apa yang perlu diperbaiki. Politisi harus aktif mendengarkan umpan balik ini dan menggunakannya untuk menyesuaikan strategi komunikasi mereka.

BAB 3

PROFIL GEN Z

3.1 KARATERISTIK GEN Z

Era Baru

Dunia berputar, dan seiring dengan putarannya, muncul generasi-generasi baru dengan ciri-ciri khusus yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Generasi Z, yang lahir di era teknologi, membawa perspektif, nilai, dan gaya hidup yang berbeda yang menjadi perhatian.

Generasi Z, atau Zoomers, adalah kelompok orang yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012. Meskipun interval waktu ini mungkin terdengar spesifik, memiliki konsekuensi yang signifikan. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh besar sepenuhnya dalam era digital, dan dalam kehidupan sehari-hari mereka, mereka selalu menggunakan internet dan teknologi informasi.

Jika generasi sebelumnya mengenal dunia melalui buku, televisi, dan radio, Generasi Z memperoleh informasi dan hiburan melalui layar sentuh smartphone, tablet, dan komputer. Mereka adalah "digital natives", yaitu individu yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung dengan teknologi digital.

Perjalanan Menuju Era Teknologi: Kisah Lahir Generasi Z

Dunia mengalami pergeseran besar di penghujung abad ke-20. Penyebaran World Wide Web oleh Tim Berners-Lee pada tahun 1989 menjadi titik balik sejarah dan akan mengubah cara manusia berinteraksi selamanya. Tidak ada yang bisa membayangkan bahwa temuan ini akan melahirkan sebuah generasi yang benar-benar berbeda dari generasi sebelumnya—Generasi Z.

Era 1990-an hanya menyaksikan secara diam-diam bagaimana internet mulai masuk ke dalam kehidupan sehari-hari orang. Sebuah revolusi komunikasi mulai terjadi ketika suara khas dial-up modem mulai terdengar di banyak rumah. Anak-anak yang lahir di era ini—yang kemudian akan disebut Generasi Z—sudah mulai mengenal dunia digital sejak mereka membuka

mata, sementara orang dewasa masih beradaptasi dengan chatroom dan email sederhana.

Memasuki awal millennium, perkembangan teknologi semakin cepat. Facebook, salah satu platform media sosial pertama, didirikan pada tahun 2004. Instagram muncul di tahun 2010, Twitter di tahun 2006, dan YouTube di tahun 2005.

Bagi Generasi Z, platform ini lebih dari sekadar aplikasi; ini adalah tempat mereka bermain, bersosialisasi, dan membangun identitas. Lanskap digital semakin diubah oleh revolusi smartphone, yang dimulai dengan peluncuran iPhone pertama pada tahun 2007.

Generasi Z berkembang di dunia di mana mereka dapat mengakses internet tanpa terbatas pada komputer desktop di rumah atau warnet. Literally, mereka dapat mengakses internet kapan pun dan di mana pun. Mereka adalah generasi pertama yang pernah mengalami dunia tanpa WiFi, Google, dan touchscreen.

Tahun 2010 membawa perubahan yang lebih besar lagi. Cloud computing, AI, dan big data mulai mengubah cara perusahaan beroperasi. Media sosial telah berkembang menjadi katalisator perubahan sosial dan politik, menjadikannya lebih dari sekadar tempat berbagi foto dan status. Generasi Z menunjukkan kekuatan internet mereka dalam menggerakkan massa dan menciptakan perubahan melalui gerakan seperti Arab Spring dan berbagai kampanye viral.

Generasi Z membangun perspektif unik tentang dunia di tengah revolusi digital ini. Mereka melihat bagaimana perusahaan teknologi baru dapat mengubah industri tradisional dalam sekejap. Uber mengubah cara orang bergerak, Airbnb mengubah industri hotel, dan Netflix mengubah industri hiburan. Gen Z melihat disruption sebagai norma baru yang telah mereka pelajari sejak kecil.

Cara Gen Z belajar dan mendapatkan informasi juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Pembelajaran tidak lagi terbatas pada buku teks dan ruang kelas. YouTube berubah menjadi guru, Wikipedia berubah menjadi ensiklopedia, dan forum online berubah menjadi tempat untuk berbicara.

Kemampuan generasi ini untuk mengakses informasi global dalam hitungan detik telah meningkat.

Tetapi era digital memiliki masalahnya sendiri. Generasi Z harus belajar menyaring informasi di tengah gelombang berita palsu. Di dunia yang semakin terhubung ini, mereka harus mengelola privasi. Seiring dengan meningkatnya tekanan sosial media dan FOMO (Fear of Missing Out), kesehatan mental menjadi masalah besar. Krisis ekonomi 2008 terjadi saat sebagian besar Gen Z masih anak-anak, sehingga memengaruhi perspektif mereka tentang keuangan dan karir juga. Memandang bagaimana orang tua mereka menghadapi resesi, mereka menjadi lebih bijaksana dan realistis di masa depan. Ini menyebabkan Gen Z memiliki sifat entrepreneurial yang kuat.

Perkembangan teknologi yang pesat juga mengubah ekspektasi mereka terhadap lingkungan kerja. Mereka terbiasa dengan pekerjaan dari jarak jauh, jam kerja yang fleksibel, dan menjadi orang digital. Mereka menyadari bahwa profesi tidak lagi harus mengikuti jalur konvensional: programmer dapat belajar coding dari YouTube, pembuat konten dapat menghasilkan uang dari social media, dan startup dapat dimulai dari kamar tidur.

Generasi Z tumbuh menjadi generasi yang sangat peduli dengan masalah global di tengah semua perubahan ini. Mereka dapat melihat langsung dampak ketidakadilan sosial, perubahan iklim, dan berbagai krisis kemanusiaan di seluruh dunia berkat internet. Ini meningkatkan kesadaran sosial dan keinginan untuk melakukan perubahan positif.

Selama pandemi COVID-19 melanda dunia, sebagian besar Gen Z semakin memperkuat atribut digital mereka. Setelah sebelumnya menjadi pilihan, pembelajaran dan kerja online sekarang menjadi keharusan, menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi untuk memenuhi tuntutan zaman.

Generasi Z adalah hasil dari era yang dinamis. Mereka adalah generasi pertama yang benar-benar native digital, dan tanpa internet, mereka tidak pernah tahu apa itu dunia. Cara mereka berpikir, berinteraksi, dan melihat masa depan dipengaruhi oleh pengalaman yang tumbuh selama era transformasi digital ini. Generasi ini sangat fleksibel, mahir dalam teknologi,

dan siap menghadapi perubahan karena mereka telah dibesarkan dengan perubahan sebagai satu-satunya konstanta.

Generasi Z menjadi kekuatan baru yang akan membentuk masa depan karena karakternya yang unik. Generasi Z siap membantu mengatasi tantangan kompleks abad ke-21 karena pemahaman teknologi yang mendalam, kesadaran sosial yang tinggi, dan kemampuan adaptasi yang luar biasa.

Memahami Generasi Z: Kunci Membuka Pintu Masa Depan

Di tengah derasnya arus perubahan yang melanda dunia saat ini, memahami sifat dan cara berpikir Generasi Z menjadi wajib, bukan lagi pilihan. Generasi yang lahir di era komputer dan internet tidak hanya akan menjadi konsumen dan karyawan masa depan, tetapi mereka juga akan menjadi arsitek yang akan membangun wajah dunia di tahun-tahun mendatang. Sangat penting untuk memahami generasi ini secara menyeluruh agar dapat memanfaatkan berbagai peluang dan menghadapi tantangan di berbagai bidang kehidupan.

Dalam konteks bisnis dan ekonomi, memahami Generasi Z adalah langkah vital untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan organisasi. Mereka adalah generasi dengan daya beli yang semakin meningkat dan akan segera mendominasi pasar konsumen global. Preferensi dan perilaku konsumsi mereka yang unik - lebih mementingkan pengalaman dibanding kepemilikan, mengutamakan sustainable products, dan sangat memperhatikan nilai-nilai brand - telah mengubah landscape bisnis secara fundamental. Perusahaan yang gagal memahami dan beradaptasi dengan preferensi ini berisiko kehilangan relevansi di masa depan.

Di dunia pendidikan, urgensi untuk memahami Generasi Z bahkan lebih mendesak lagi. Metode pembelajaran tradisional yang bersifat satu arah sudah tidak lagi efektif untuk generasi yang terbiasa dengan interaksi digital yang dinamis. Mereka membutuhkan pendekatan pembelajaran yang lebih personal, interaktif, dan berbasis teknologi. Institusi pendidikan perlu merevolusi cara mereka mengajar untuk menciptakan lingkungan belajar yang sesuai dengan cara Generasi Z menyerap dan memproses informasi.

Dalam konteks kepemimpinan dan manajemen, pemahaman tentang Generasi Z menjadi crucial ketika mereka mulai memasuki dunia kerja. Ekspektasi mereka terhadap work-life balance, fleksibilitas kerja, dan meaningful work mengharuskan organisasi untuk memikirkan ulang praktik manajemen konvensional. Perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi digital, memberikan feedback yang konstan, dan menawarkan kesempatan pengembangan diri yang berkelanjutan.

Dari perspektif sosial dan politik, memahami Generasi Z adalah kunci untuk menciptakan kebijakan publik yang efektif dan relevan. Sebagai generasi yang sangat peduli dengan isu-isu seperti perubahan iklim, keadilan sosial, dan hak asasi manusia, suara mereka akan semakin berpengaruh dalam membentuk agenda politik dan sosial. Pembuat kebijakan perlu memahami nilai-nilai dan aspirasi mereka untuk dapat menciptakan solusi yang tepat bagi tantangan-tantangan kontemporer.

Dalam ranah marketing dan komunikasi, pemahaman tentang cara Generasi Z mengonsumsi dan membagikan informasi menjadi vital. Mereka adalah generasi yang immune terhadap marketing tradisional dan lebih menghargai autentisitas serta transparansi. Strategi komunikasi perlu disesuaikan dengan preferensi mereka akan konten yang personal, visual, dan meaningful. Brand yang gagal berkomunikasi secara efektif dengan bahasa Generasi Z akan kesulitan membangun engagement dan loyalitas.

Di sektor teknologi dan inovasi, insight tentang perilaku dan kebutuhan Generasi Z dapat menjadi sumber inspirasi pengembangan produk dan layanan baru. Sebagai digital natives, mereka memiliki ekspektasi tinggi terhadap user experience dan fungsionalitas teknologi. Pemahaman mendalam tentang cara mereka berinteraksi dengan teknologi dapat membantu perusahaan menciptakan solusi yang lebih relevan dan user-friendly.

Dalam konteks kesehatan mental dan kesejahteraan, memahami tantangan unik yang dihadapi Generasi Z menjadi semakin penting. Tekanan dari media sosial, anxiety akibat information overload, dan kekhawatiran tentang masa depan adalah beberapa isu yang perlu diaddress dengan tepat. Profesional kesehatan mental perlu mengembangkan pendekatan yang sesuai dengan cara Generasi Z memandang dan mengelola kesehatan mental mereka.

Di arena pengembangan talent dan karir, pemahaman tentang aspirasi dan nilai-nilai Generasi Z sangat diperlukan. Mereka adalah generasi yang mencari purpose dalam pekerjaan mereka, tidak sekadar mencari penghasilan. Organisasi perlu menciptakan jalur karir yang lebih fleksibel dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk memberikan dampak positif melalui pekerjaan mereka.

Dalam konteks hubungan interpersonal dan keluarga, memahami Generasi Z dapat membantu menjembatani generation gap dan menciptakan komunikasi yang lebih efektif. Orang tua dan generasi yang lebih tua perlu memahami bahwa cara Generasi Z membangun dan memelihara hubungan mungkin berbeda, tetapi tidak kurang bermakna dari cara tradisional.

Lebih jauh lagi, memahami Generasi Z adalah investasi untuk masa depan. Mereka adalah generasi yang akan memimpin inovasi teknologi, mendorong perubahan sosial, dan mencari solusi untuk tantangan global seperti perubahan iklim dan ketimpangan sosial. Dukungan dan pemahaman yang tepat dapat membantu mereka mengoptimalkan potensi mereka untuk menciptakan dampak positif yang lebih besar.

Di tengah ketidakpastian global yang semakin meningkat, kemampuan Generasi Z untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi aset yang sangat berharga. Pemahaman yang lebih baik tentang cara mereka berpikir dan bertindak dapat membantu masyarakat menavigasi perubahan dengan lebih efektif dan menciptakan solusi yang lebih sustainable untuk masa depan.

Pada akhirnya, memahami Generasi Z bukan hanya tentang mengakomodasi preferensi sebuah kelompok demografis. Ini adalah tentang mempersiapkan diri untuk masa depan yang akan dibentuk oleh generasi yang memiliki cara pandang, nilai, dan pendekatan yang berbeda dalam mengatasi tantangan. Organisasi, institusi, dan masyarakat yang berhasil memahami dan berkolaborasi dengan Generasi Z akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menghadapi perubahan dan menciptakan masa depan yang lebih baik.

Dengan demikian, investasi waktu dan sumber daya untuk memahami Generasi Z bukan sekadar kebutuhan akademis atau bisnis - ini adalah imperatif strategis yang akan menentukan kesuksesan di era digital yang terus berevolusi. Melalui pemahaman yang lebih mendalam, kita dapat

menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan potensi mereka dan memfasilitasi kontribusi positif mereka terhadap masyarakat global.

Karakteristik Utama Generasi Z dalam Komunikasi Politik

Dalam hal komunikasi politik, Generasi Z memiliki pendekatan yang berbeda dan berbeda dari generasi sebelumnya.

Berikut ini adalah beberapa karakteristiknya:

1. Penggunaan Media Sosial sebagai Saluran Utama: Generasi Z bergantung pada media sosial sebagai saluran utama untuk mendapatkan informasi politik. Mereka lebih memilih platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube daripada media tradisional seperti televisi atau surat kabar, sehingga komunikasi politik melalui media sosial lebih langsung, informal, dan seringkali lebih interaktif.
2. Preferensi terhadap Kecepatan dan Keakuratan: Mereka menginginkan informasi yang cepat dan tepat, karena dalam dunia yang serba cepat, mereka cenderung tidak sabar dengan informasi yang lambat atau tidak relevan.
3. Pendekatan Partisipatif dalam Politik: Generasi Z biasanya terlibat dalam aktivitas politik melalui media sosial, seperti gerakan sosial, petisi digital, atau kampanye online. Selain itu, mereka sering menggunakan hashtag untuk memperjuangkan masalah yang mereka anggap serius. Mereka lebih bergantung pada gerakan dan suara kolektif daripada keterlibatan dalam struktur politik formal.
4. Kritis terhadap Disinformasi: Generasi Z lebih takut terhadap berita palsu dan hoaks karena mereka banyak menerima informasi dari berbagai sumber. Mereka juga lebih cenderung untuk memverifikasi informasi yang mereka terima, dan mereka mengharapkan media dan politisi lebih jujur dan transparan dalam komunikasi mereka.

Dafpus:

- “[Kesehatan mental Gen Z: Dampak teknologi dan media sosial](#),” 28 April 2023, [Erica Coe](#) , Andrew Doy, [Kana Enomoto](#) , dan Cheryl Healy

- “[Mengatasi tantangan kesehatan perilaku yang belum pernah terjadi sebelumnya yang dihadapi Generasi Z](#),” 14 Januari 2022, [Erica Coe](#) , [Jenny Cordina](#) , [Kana Enomoto](#) , [Raelyn Jacobson](#) , Sharon Mei, dan Nikhil Seshan
- “[Memberikan apa yang diinginkan pelanggan Gen Z: Percakapan dengan by.U](#),” 11 November 2021, Edward Ying, Trio Lumbantoruan, dan Andrew Roth
- “[Bagaimana Gen Z dan milenial membentuk masa depan ritel AS](#),” 28 September 2020, [Bo Finneman](#) dan Emma Spagnuolo
- “[Bertemu Generasi Z: Membentuk masa depan belanja](#),” 4 Agustus 2020, [Bo Finneman](#) dan Emma Spagnuolo
- “[Generasi Muda dan Gelisah: Generasi Z di Amerika](#),” 20 Maret 2020, Shruti Bhargava, [Bo Finneman](#) , [Jennifer Schmidt](#) , dan Emma Spagnuolo
- “[Generasi Z Asia mencapai usia dewasa](#),” 17 Maret 2020, Thomas Rüdiger Smith dan Naomi Yamakawa
- “['Generasi Sejati': Generasi Z dan implikasinya bagi perusahaan](#),” 12 November 2018, [Tracy Francis](#) dan [Fernanda Hoefel](#)

3.2 Pola Pikir dan Nilai-nilai Gen Z

Pola Pikir Gen Z

Pola pikir Generasi Z mencerminkan sebuah paradigma unik yang terbentuk dari pengalaman hidup mereka di era digital. Sebagai generasi pertama yang benar-benar terlahir di dunia yang terkoneksi, cara mereka memandang dan memahami realitas sangat berbeda dari generasi-generasi sebelumnya.

Dalam aspek fundamental, pola pikir Generasi Z didasari oleh pemahaman digital yang mendalam. Mereka tidak melihat teknologi sebagai alat atau tambahan dalam kehidupan mereka, melainkan sebagai bagian integral dari eksistensi mereka. Internet dan perangkat digital bukan sekadar medium komunikasi atau hiburan, tetapi merupakan perpanjangan alami dari kemampuan kognitif dan sosial mereka. Mereka memproses informasi dengan cara yang non-linear, mampu berpindah antara berbagai platform dan konteks dengan mudah, dan memiliki kemampuan natural untuk memfilter dan menganalisis informasi digital.

Pragmatisme menjadi karakteristik menonjol dalam pola pikir Generasi Z. Tumbuh di era krisis ekonomi global dan ketidakpastian sosial-politik, mereka mengembangkan cara pandang yang realistis terhadap kehidupan.

Mereka cenderung mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan praktis, selalu mempertimbangkan efisiensi dan efektivitas dalam setiap tindakan. Namun, pragmatisme ini tidak membuat mereka kehilangan idealisme - justru mereka menerjemahkan idealisme mereka ke dalam tindakan konkret dan terukur.

Dalam hal pemecahan masalah, Generasi Z menunjukkan pendekatan yang unik. Mereka secara natural menggabungkan pemikiran kritis dengan kemampuan digital mereka. Ketika menghadapi tantangan, mereka tidak ragu untuk memanfaatkan sumber daya online, mencari solusi melalui crowdsourcing, atau berkolaborasi dalam komunitas digital. Mereka memahami kekuatan collective intelligence dan tidak segan untuk memanfaatkannya dalam mencari solusi.

Kesadaran sosial juga menjadi bagian integral dari pola pikir mereka. Generasi Z tumbuh dengan pemahaman mendalam tentang isu-isu global seperti perubahan iklim, ketidakadilan sosial, dan krisis kemanusiaan. Akses mereka ke informasi global membentuk rasa empati dan tanggungjawab sosial yang kuat. Mereka tidak hanya peduli tentang masalah-masalah ini, tetapi juga aktif mencari cara untuk berkontribusi pada solusinya.

Dalam konteks emosional, Generasi Z menunjukkan kesadaran yang tinggi tentang kesehatan mental dan kesejahteraan emosional. Mereka lebih terbuka dalam membicarakan masalah mental health, memahami pentingnya self-care, dan tidak ragu mencari bantuan profesional ketika diperlukan. Mereka juga mengembangkan kemampuan untuk mengelola emosi dalam konteks digital, memahami nuansa komunikasi online, dan menyadari dampak media sosial terhadap kesejahteraan mental.

Orientasi masa depan mereka juga unik.

Generasi Z tidak terpaku pada jalur karir tradisional atau definisi konvensional tentang kesuksesan. Mereka lebih tertarik pada meaningful work, work-life balance, dan kemampuan untuk membuat dampak positif melalui pekerjaan mereka. Mereka juga menunjukkan kesadaran finansial yang tinggi, tertarik pada investasi sejak dini, dan memahami pentingnya multiple income streams.

Dalam hal komunikasi, pola pikir Generasi Z sangat visual dan multiplatform. Mereka lebih nyaman mengekspresikan diri melalui gambar, video, dan meme dibandingkan teks panjang. Mereka mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka sesuai platform dan konteks, memahami nuansa berbagai media sosial, dan efektif dalam membangun personal brand digital.

Pola pikir Generasi Z juga mencerminkan keterbukaan terhadap keberagaman dan inklusivitas. Mereka tumbuh di dunia yang semakin terhubung, di mana mereka terpapar pada berbagai budaya, perspektif, dan cara hidup. Hal ini membuat mereka lebih toleran, menghargai perbedaan, dan memahami kompleksitas identitas manusia.

Aspek pembelajaran dalam pola pikir mereka juga berbeda. Generasi Z lebih menyukai pembelajaran experiential dan interaktif. Mereka menghargai pengetahuan praktis di atas teori, mencari cara-cara kreatif untuk mengaplikasikan apa yang mereka pelajari, dan selalu mencari hubungan antara pembelajaran dengan kehidupan nyata.

Yang menarik, meskipun mereka sangat digital, Generasi Z menunjukkan kemampuan untuk memahami pentingnya keseimbangan antara dunia digital dan fisik. Mereka mulai menyadari dampak negatif dari ketergantungan berlebihan pada teknologi dan aktif mencari cara untuk menciptakan keseimbangan yang sehat.

Pola pikir Generasi Z terus berevolusi seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial. Pemahaman mendalam tentang cara mereka berpikir dan memandang dunia menjadi kunci untuk dapat berinteraksi dan bekerja sama dengan mereka secara efektif, serta mendukung potensi mereka untuk menciptakan perubahan positif di masa depan.

Nilai- Nilai Gen Z

Generasi Z, biasanya individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, seringkali diketahui memiliki nilai-nilai yang berbeda dari generasi

sebelumnya. Mereka memiliki kecenderungan untuk memprioritaskan keberagaman, kesetaraan, keberlanjutan, dan advokasi terhadap isu-isu sosial. Keberagaman adalah nilai penting bagi Generasi Z. Mereka menerima dan menghargai perbedaan budaya, ras, agama, dan orientasi seksual. Kesetaraan dihargai secara besar-besaran dalam berbagai aspek, termasuk pendidikan, karier, dan hak asasi manusia.

Generasi Z juga memiliki kepedulian yang tinggi terhadap keberlanjutan lingkungan. Mereka sadar akan pentingnya menjaga alam dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Keterlibatan dalam advokasi terhadap isu-isu sosial seperti hak asasi manusia, perubahan iklim, kesetaraan gender, dan keadilan rasial juga merupakan bagian dari nilai dan keyakinan generasi Z. Dengan demikian, generasi Z berperan sebagai agen perubahan yang memainkan peran penting dalam mendorong perubahan positif dalam masyarakat, termasuk dalam hal keberagaman, keberlanjutan, dan advokasi terhadap isu-isu sosial.

Nilai-nilai yang Dipegang oleh Gen Z :

1. Keberagaman

Gen Z menghargai perbedaan budaya, ras, agama, dan orientasi seksual

2. Kesetaraan

Mereka menjunjung tinggi kesetaraan dalam berbagai aspek kehidupan

3. Keberlanjutan

Kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan menjadi nilai utama bagi Gen Z. Mereka terlibat secara aktif dalam upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan

4. Advokasi Sosial

Banyak anggota Generasi Z terlibat dalam gerakan sosial untuk memperjuangkan hak asasi manusia dan keadilan sosial

Dalam memahami pola pikir dan nilai-nilai Generasi Z secara menyeluruh, penting untuk mengurai setiap aspek dengan detail.

Berikut ini adalah elaborasi lebih rinci terkait karakteristik pola pikir dan nilai-nilai Gen Z yang telah disebutkan sebelumnya.

a) Pola Pikir Digital dan Terkoneksi

Sebagai digital natives, Gen Z sangat bergantung pada teknologi. Media sosial, internet, dan perangkat pintar bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga ruang di mana mereka membentuk identitas, membangun komunitas, dan mencari informasi. Pola pikir digital mereka tercermin dalam beberapa aspek berikut :

- Kemampuan Multitasking

Gen Z mampu memproses berbagai informasi dari beberapa perangkat sekaligus. Mereka sering menggunakan laptop, ponsel, dan tablet secara bersamaan untuk belajar, bekerja, atau mencari hiburan.

- Preferensi Informasi Cepat

Mereka lebih memilih informasi yang disajikan secara singkat dan to the point, seperti video pendek, infografis, atau konten interaktif.

b) Pemikiran Kritis dan Skeptis

Gen Z tidak mudah menerima informasi mentah-mentah. Mereka sering memverifikasi fakta melalui berbagai sumber sebelum mengambil kesimpulan. Skeptisisme ini juga membuat mereka lebih cenderung mempertanyakan tradisi atau otoritas yang dianggap usang atau tidak relevan.

- Kreativitas dan Inovasi

Dalam banyak hal, Gen Z dikenal sebagai generasi kreatif yang mampu menciptakan solusi inovatif. Mereka menggunakan teknologi untuk berkreasi, seperti membuat konten digital, menciptakan aplikasi, atau membangun bisnis berbasis online. Kreativitas ini sering kali didorong oleh :

- Keterbukaan terhadap Gagasan Baru

Gen Z tidak takut mencoba hal-hal baru dan bereksperimen dengan ide-ide yang tidak konvensional.

- **Teknologi sebagai Alat Ekspresi**

Media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi platform utama untuk menampilkan kreativitas mereka.

c. Pola Pikir Mandiri dan Progresif

Berbeda dari generasi sebelumnya yang mungkin lebih bergantung pada otoritas atau konsensus kelompok, Gen Z lebih memilih membuat keputusan berdasarkan penilaian pribadi. Mereka cenderung progresif dalam hal isu-isu sosial seperti hak LGBTQ+, keadilan gender, dan perubahan iklim.

d. Preferensi Pemimpin dengan Kualitas Spesifik

Dalam konteks politik, seperti pemilihan calon presiden atau wakil presiden, Gen Z memiliki pola pikir yang unik :

- **Fokus pada Visi dan Misi**

Mereka lebih mendukung kandidat yang memiliki visi dan program kerja yang jelas serta realistis.

- **Kemampuan Berkomunikasi**

Pemimpin yang mampu berbicara dengan jelas, berempati, dan memahami kebutuhan rakyat cenderung mendapat dukungan dari Gen Z.

- **Kepribadian yang Autentik**

Gen Z lebih tertarik pada pemimpin yang terlihat autentik dan tidak manipulatif.

Nilai-nilai yang dipegang oleh Gen Z mencerminkan pandangan mereka tentang dunia dan prioritas yang mereka anggap penting. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai nilai-nilai tersebut :

a. Keberagaman

Keberagaman adalah inti dari nilai-nilai Gen Z. Mereka hidup di dunia yang semakin global dan terbuka, sehingga keberagaman dianggap sebagai kekuatan, bukan kelemahan.

- **Penerimaan Universal**

Gen Z lebih cenderung menerima individu dari berbagai latar belakang tanpa prasangka. Mereka menghargai perbedaan budaya, agama, ras, dan orientasi seksual.

- **Kebiasaan Inklusif**

Dalam kehidupan sehari-hari, mereka mendorong praktik inklusif, baik dalam pekerjaan, pendidikan, maupun hubungan sosial.

b. Kesetaraan

Kesetaraan merupakan aspek penting lainnya dalam nilai-nilai Gen Z. Mereka percaya bahwa setiap individu harus memiliki peluang yang sama dalam berbagai aspek kehidupan.

- **Kesetaraan Gender**

Gen Z adalah pendukung aktif gerakan feminisme dan hak gender. Mereka menuntut perlakuan yang sama bagi semua orang tanpa memandang jenis kelamin.

- **Kesetaraan Ekonomi**

Dalam konteks pekerjaan, Gen Z lebih cenderung menuntut upah yang adil dan lingkungan kerja yang tidak diskriminatif.

c. Keberlanjutan

Kepekaan terhadap isu lingkungan menjadi ciri khas Gen Z. Mereka sadar akan dampak negatif perubahan iklim dan berusaha untuk menjalani gaya hidup yang lebih berkelanjutan.

- **Pilihan Konsumsi Berbasis Etika**

Gen Z lebih memilih produk dan layanan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, bahkan jika itu berarti membayar lebih mahal.

- **Aktivisme Lingkungan**

Mereka sering terlibat dalam kampanye lingkungan, seperti penghijauan, pengurangan plastik, atau gerakan zero waste.

d. Advokasi Sosial

Gen Z tidak hanya peduli pada isu-isu sosial tetapi juga terlibat aktif dalam memperjuangkannya. Mereka menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk mengadvokasi hak-hak asasi manusia, keadilan sosial, dan kesetaraan.

- Kampanye Digital

Gen Z sering memulai atau mendukung kampanye sosial melalui platform digital, seperti hashtag, petisi online, atau donasi digital.

- Kritik terhadap Ketidakadilan

Mereka tidak ragu menyuarakan pendapat terhadap ketidakadilan, baik di tingkat lokal maupun global.

Dapat disimpulkan bahwa, Gen Z adalah generasi yang kompleks namun menjanjikan. Dengan pola pikir yang kritis, kreatif, dan terbuka, mereka mampu menghadapi tantangan dunia modern. Nilai-nilai keberagaman, kesetaraan, keberlanjutan, dan advokasi sosial mencerminkan komitmen mereka terhadap masa depan yang lebih inklusif dan berkeadilan. Memahami pola pikir dan nilai-nilai Gen Z bukan hanya penting bagi masyarakat dan organisasi yang ingin melibatkan mereka, tetapi juga untuk memanfaatkan potensi besar mereka dalam menciptakan dunia yang lebih baik.

Artikel :

<https://www.liputan6.com/hot/read/5509654/gen-z-tahun-berapa-pahami-karakteristik-nilai-nilai-dan-perilakunya?page=4>

3.3 Media dan Platform yang Digunakan oleh Gen Z

Generasi Z, yang tumbuh besar di era teknologi, memiliki ikatan yang kuat dengan berbagai macam media dan platform. Pola konsumsi media mereka berbeda karena kemajuan teknologi. Generasi Z lebih mengandalkan platform digital yang interaktif yang memungkinkan mereka untuk berpartisipasi secara aktif daripada generasi sebelumnya. Generasi Z dapat mengekspresikan diri melalui foto dan video di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Instagram, dengan fokus pada konten visual yang menarik, memungkinkan Generasi Z untuk mengekspresikan diri melalui foto dan video, dan TikTok, dengan format video pendek yang kreatif dan menghibur, menjadi tempat bagi Generasi Z untuk menunjukkan bakat mereka dan mengikuti tren terbaru.

Saat itu, YouTube bukan hanya situs untuk menonton video, tetapi juga situs hiburan dan informasi yang sangat disukai. Selain platform media sosial, Generasi Z juga aktif menggunakan platform streaming musik seperti Spotify dan Apple Music untuk mendengarkan musik favorit mereka.

Mereka juga sering menggunakan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga. Penggunaan platform e-commerce seperti Shopee dan Lazada juga semakin meningkat di kalangan Generasi Z, seiring dengan pertumbuhan minat mereka terhadap belanja online. Perangkat seperti smartphone dan laptop menjadi pintu gerbang bagi Generasi Z untuk mengakses semua platform digital ini.

Mengapa Generasi Z begitu tertarik dengan platform digital?

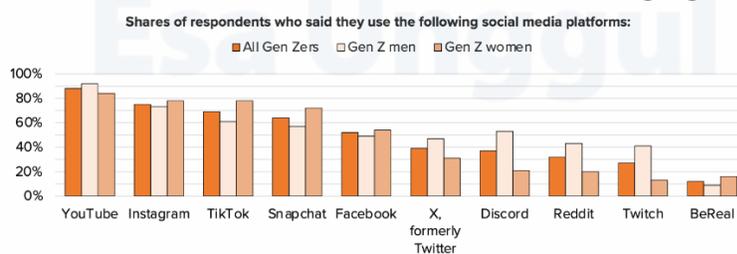
- **Interaktivitas:** Platform digital memungkinkan Generasi Z untuk berinteraksi secara langsung dengan konten dan kreator. Mereka dapat memberikan komentar, like, share, dan bahkan menciptakan konten mereka sendiri.
- **Personalisasi:** Platform digital dapat menyesuaikan konten yang ditampilkan berdasarkan preferensi dan minat pengguna. Hal ini membuat pengalaman pengguna menjadi lebih personal dan relevan.
- **Komunitas:** Platform digital menciptakan komunitas online di mana orang-orang dengan minat yang sama dapat berkumpul dan berbagi pengalaman.
- **Aksesibilitas:** Informasi dan hiburan dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital.

Penggunaan media sosial Gen Z

Generasi Z tidak pernah mengenal dunia tanpa media sosial atau internet. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka dan menjadi saluran utama mereka untuk mendapatkan informasi bahkan mengalahkan [mesin pencari populer](#) . Ketika kami bertanya kepada Lewis bagaimana ia menggambarkan cara Generasi Z menggunakan media sosial, ia menjawab, “Pertanyaan yang lebih tepat adalah bagaimana mereka *tidak* menggunakan media sosial? Mereka menggunakannya untuk segala hal dan mereka berharap merek juga menggunakannya untuk segala hal mulai dari layanan pelanggan hingga perdagangan, penemuan hingga komunitas.”

Data mendukung hal ini. Dibandingkan dengan [generasi lain](#) , Gen Z kemungkinan besar menggunakan media sosial untuk menemukan produk baru, mengikuti berita, dan menghubungi merek yang memiliki kebutuhan layanan pelanggan, menurut Survei Sprout Pulse Q1 2024.

Menurut [laporan](#) Morning Consult , YouTube adalah platform yang paling banyak digunakan oleh Gen Z, dengan lebih dari 80% menghabiskan waktu mereka di aplikasi tersebut.



Source: Morning Consult Research Intelligence. "I do not use social media" responses not shown.

Instagram menempati posisi kedua dengan 75%, menunjukkan bahwa platform tersebut masih relevan. TikTok (69%) dan Snapchat (63%) juga memiliki popularitas yang signifikan. Namun, terdapat penurunan yang besar ketika mengakses Facebook dan X (alias Twitter). Menariknya, lebih banyak responden pria yang menggunakan platform seperti YouTube, X, Discord, Reddit, dan Twitch. Di sisi lain, dalam hal Instagram, TikTok, Snapchat, dan

Facebook, generasi Z perempuan memimpin. Meskipun penggunaannya masih rendah, Gen Z tetap menunjukkan kecintaan terhadap BeReal.

Artikel yg dirujuk:

<https://later.com/blog/gen-z-social-media-usage/>

Platform Media Sosial untuk Gen Z ?

Generasi Z tumbuh dengan media sosial, dan mereka aktif di berbagai platform setiap hari. Namun, preferensi platform mereka berbeda dari generasi sebelumnya. Menurut survei oleh Pew Research Center, lima media sosial teratas yang disukai Generasi Z adalah :

1. Youtube
2. Instagram
3. Aplikasi Snapchat
4. Aplikasi TikTok
5. Twitter

Preferensi Media Sosial Gen Z ?

Setiap platform media sosial memiliki fitur dan fungsi uniknya sendiri. Generasi Z dan media sosial telah mengalami perkembangan cepat. Generasi Z adalah kelompok yang paling terhubung secara digital, dengan penggunaan media sosial yang tinggi. Menurut survei Pew Research Center, 85% individu Gen Z di Amerika Serikat menggunakan YouTube, 72% menggunakan Instagram, 69% menggunakan Snapchat, dan 51% menggunakan Facebook. Sebuah penelitian oleh GlobalWebIndex menunjukkan bahwa 77% konsumen Gen Z menggunakan ponsel pintar untuk mengakses platform media sosial. Mari kita lihat lebih dekat bagaimana media sosial dan Gen Z bekerja sama serta kebiasaan media sosial Gen Z.

1. Youtube

YouTube adalah platform media sosial teratas untuk Gen Z. Mereka menggunakan platform tersebut untuk menonton video-video tentang berbagai topik, antara lain musik, game, kecantikan, dan gaya hidup. Generasi Z juga

memanfaatkan YouTube untuk keperluan pendidikan, seperti belajar keterampilan baru dan proyek DIY. YouTube memberikan wawasan penting tentang hubungan erat antara media sosial dan Generasi Z. Seseorang dapat menggunakan situs seperti YouTube dan lainnya untuk mendapatkan manfaat pribadi.

2. Instagram

Instagram merupakan platform kedua yang paling populer bagi Gen Z. Sebuah riset oleh Business Insider menemukan bahwa 73% individu Gen Z menggunakan Instagram Stories setiap hari. Platform ini membantu individu dalam memahami kebiasaan media sosial Gen Z. Mereka menggunakan platform tersebut untuk berbagi foto dan video, mengikuti influencer, serta menemukan produk dan merek baru. Generasi Z juga menggunakan Instagram untuk tetap terhubung dengan teman-teman dan individu sejenis. Meta yang dimiliki Mark Zuckerberg adalah Instagram.

3. Snapchat

Snapchat merupakan platform yang populer untuk berbagi video dan gambar berdurasi pendek. Generasi Z menggunakan Snapchat untuk berinteraksi dengan teman-teman melalui pesan pribadi dan cerita publik. Filter dan lensa Snapchat sangat diminati oleh Generasi Z karena memungkinkan mereka untuk membuat konten yang menarik dan menyenangkan.

4. Tik tok

Generasi Z memanfaatkan platform media sosial TikTok dengan penuh kreativitas dan antusiasme. Media sosial dan Gen Z telah menjadi pusat perhatian belakangan ini karena jumlah Gen Z yang semakin meningkat di platform tersebut. TikTok adalah platform media sosial yang sedang berkembang pesat dan digemari oleh Generasi Z. Mereka menggunakan aplikasi tersebut untuk membuat dan berbagi video pendek, mulai dari tantangan menari hingga sandiwara komedi. Algoritma TikTok memungkinkan Generasi Z menemukan konten dan kreator baru dengan mudah.

5. Twitter

Twitter digunakan untuk berbagi pesan singkat yang disebut tweet. Generasi Z menggunakan Twitter untuk mengikuti selebriti favorit dan mendapatkan informasi terkini. Mereka juga aktif di Twitter untuk menyatakan pendapat mengenai berita terkini dan terlibat dalam diskusi politik.

Generasi Z telah menjadi penggerak utama dalam perubahan tren, platform, dan budaya hiburan karena preferensi dan konsumsi konten yang berbeda dari generasi sebelumnya. Kondisi ini pasti dapat berdampak positif pada kehidupan manusia.

Gen Z memiliki dampak pada produksi konten dan tatanan industri secara keseluruhan. Generasi Z mengubah cara mereka melihat dunia dan berinteraksi dengan audiens.

Pilihan Hiburan Generasi Z :

1. Konsumsi Konten Digital

Generasi Z cenderung memilih platform digital sebagai sumber utama hiburan mereka. Generasi ini berasal dari tahun 1990-an dan menghabiskan banyak waktu untuk berinteraksi dengan konten media sosial, bermain game online, dan menonton video online. Platform streaming seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan lainnya telah menjadi tempat utama bagi Generasi Z untuk menemukan konten yang mereka sukai. Ini juga berhasil mengubah cara mereka berinteraksi satu sama lain.

2. Berkolaborasi dan Berpartisipasi

Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga aktif terlibat dalam konten hiburan. Mereka sering menggunakan media sosial untuk berbagi pendapat mereka tentang film, acara TV, musik, dan game, serta cenderung aktif dalam pembuatan konten yang memungkinkan interaksi. Contohnya adalah konten yang mengundang partisipasi langsung atau tanggapan dari penonton.

Pengaruh Generasi Z terhadap Industri Hiburan

Karena kecenderungan mereka yang agak berbeda, Generasi Z juga ingin tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap industri hiburan. Berikut adalah beberapa contoh dari sikap generasi ini terhadap industri hiburan:

1. Mengubah Platform Hiburan

Transformasi platform merupakan perubahan besar dalam industri hiburan yang disebabkan oleh Generasi Z. Mereka mendorong bisnis media konvensional untuk beralih ke platform digital.

Di sisi lain, platform online telah berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan Gen Z. Ini telah mengubah cara konten dibuat, dikirim, dan dikonsumsi.

2. Perkembangan Gaya dan Budaya Populer

Generasi Z memainkan peran besar dalam membentuk budaya dan tren populer. Mereka dapat dengan cepat membuat konten atau tren viral melalui platform seperti TikTok dan Twitter. Selain itu, jenis konten yang diproduksi oleh industri telah dipengaruhi oleh preferensi mereka terhadap konten hiburan. Hal ini termasuk penerapan narasi yang lebih otentik, peningkatan diversitas, dan isu-isu sosial.

Generasi Z, dengan kecenderungannya yang individualis dan fokus pada pengalaman, telah mengubah lanskap bisnis. Perusahaan perlu memahami bahwa Generasi Z menghargai merek yang autentik dan memiliki nilai-nilai yang sama dengan mereka. Pemasaran digital dan influencer marketing menjadi semakin penting untuk menjangkau generasi ini. Selain itu, perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel dan memungkinkan karyawan untuk mengembangkan diri.

Artikel

<https://amberstudent.com/blog/post/the-ultimate-guide-to-gen-z-social-media-habits#stronggen-z-social-media-preferencesstrong>

<https://kumparan.com/pengetahuan-umum/preferensi-generasi-z-dan-dampaknya-pada-industri-hiburan-22FRESwIDzN/full>

gggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

gggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

gggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

BAB 4

MEDIA SOSIAL DAN AKTIVISME

4.1 Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik

Apa itu media sosial ?

Media sosial merupakan platform online yang didasarkan pada internet, yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk menghasilkan, membagikan, dan bertukar informasi, konten, serta berinteraksi secara virtual. Beberapa contoh media sosial adalah Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok, dan LinkedIn. Media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital di mana orang dapat berbicara, berdiskusi, dan bahkan berdebat mengenai isu-isu sosial, ekonomi, dan politik.

Media sosial telah mengubah cara informasi politik disampaikan dan diterima, dengan kecepatan penyebaran informasi yang tak tertandingi. Dalam hitungan detik, berita atau opini politik dapat menjangkau audiens luas, melampaui kemampuan media tradisional. Selain itu, media sosial menciptakan peluang interaksi dua arah antara politisi dan pemilih, memungkinkan komunikasi langsung yang membangun hubungan lebih dekat. Fitur ini juga mendukung demokratisasi akses, di mana siapa saja dapat berpartisipasi dalam diskusi politik tanpa memerlukan akses ke platform media konvensional.

Bagi politisi, media sosial menjadi alat penting untuk personal branding, memungkinkan mereka membentuk citra diri melalui konten yang dipersonalisasi sesuai dengan audiens target. Namun, di sisi lain, media sosial juga meningkatkan risiko polarisasi politik. Algoritma platform sering kali memprioritaskan konten kontroversial atau yang memperkuat pandangan pengguna, yang dapat memperdalam perpecahan ideologis di masyarakat.

Apa yang dimaksud dengan komunikasi politik ?

Komunikasi politik adalah proses pertukaran informasi dan pesan antara pelaku politik seperti politisi, partai, pemerintah, media, dan

masyarakat. Yang bertujuan untuk memengaruhi opini publik, menyampaikan kebijakan, atau memperoleh dukungan. Komunikasi politik mencakup berbagai aktivitas, seperti pidato politik, kampanye, debat, dan penyebaran informasi melalui media tradisional maupun digital.

Peran Media Sosial dalam Komunikasi Politik

Dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia tidak akan pernah lepas dari apa yang disebut komunikasi. Dari anak-anak hingga orang dewasa, dari orang-orang biasa di masyarakat hingga politisi di lembaga parlemen, semuanya membutuhkan komunikasi untuk mengekspresikan pemikiran dan kekhawatiran mereka tentang masalah apa pun yang mereka hadapi dalam hidup mereka. Komunikasi telah memungkinkan manusia untuk membahas berbagai masalah, membuat konstruksi sosial pada masalah tersebut dan membahayakan solusi untuk menghadapinya.

Salah satu contoh keberhasilan dalam upaya menggunakan media sosial untuk komunikasi politik adalah dalam pemilihan presiden Amerika Serikat di tahun 2008. Dalam pemilihan itu mantan presiden Amerika Serikat yaitu Barack Obama mengintegrasikan media sosial dalam strategi kampanye politiknya dan dilakukan secara efektif, dengan maksud untuk mendukung kampanye pemilu offline-nya. Hasilnya, Obama memenangkan pemilihan dan menjabat pada 2009 (Bogost, 2017).

Sejak itu, menyusul kesuksesan Obama dengan media sosial, dapat disaksikan peningkatan penggunaan media sosial untuk komunikasi politik seperti dalam kampanye pemilihan presiden dan legislatif di banyak negara di seluruh dunia. Jika dibandingkan dengan Indonesia, sekarang ini hampir semua aspek komunikasi dalam politik didukung oleh media sosial seperti partai politik di Indonesia.

Dimana sudah banyak yang memiliki akun Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter di samping website resmi parpol. Sementara politisi masing-masing memiliki juga akun pribadi seperti jajaran para menteri, bahkan akun twitter presiden RI Joko Widodo (@jokowi) berstatus *verified account*, yang artinya sudah mendapatkan verifikasi dari pihak Instagram. Di sisi Twitter seperti program kerja, pendapat mengenai

isu terkini, atau pembicaraan-pembicaraan yang sifatnya ringan, serta menanggapi mention dari masyarakat, adalah hal-hal yang umumnya tercantum dalam linimasa Twitter para tokoh politik tersebut.

Penelitian ini menyatakan bahwa media sosial memiliki fungsi pendukung dalam merangkul komunikasi politik antara anggota masyarakat, politisi, dan partai politik. Bersama media tradisional, media sosial memberikan alternatif untuk komunikasi politik, menjadikannya lebih langsung dan interaktif. Melalui media sosial, anggota masyarakat sekarang lebih mudah mengajukan aspirasi, ide, dan kritik mereka kepada pejabat publik dan politisi terkait isu serta agenda politik.

Mengacu pada penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi di era demokrasi saat ini, pemanfaatan media sosial telah meluas dari sekadar pembicaraan sehari-hari menjadi komunikasi politik di antara anggota masyarakat dan politisi untuk berbagai tujuan politik. Sementara anggota masyarakat berdiskusi mengenai isu politik dan berinteraksi dengan organisasi masyarakat sipil serta pemimpin politik, sebagian besar politisi memanfaatkannya sebagai alat kampanye untuk menjaga citra publik mereka, serta sebagai sarana untuk tetap terhubung dengan wartawan dan audiens potensial (Howard, Savage, Saviaga, Toxtli, & Monroy-Hernández, 2016). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika saat ini saluran media sosial dipenuhi diskusi politik di samping pembicaraan sehari-hari.

Mempertimbangkan potensi platform media sosial dalam menyebarluaskan informasi penting serta menjangkau audiens yang lebih luas, serta melihat keberhasilan industri bisnis dalam mempromosikan produk kepada pelanggan secara efisien dan efektif. Saat ini, para politisi cenderung menggunakan komunikasi media sosial sebagai strategi untuk terhubung dengan audiens target mereka (Nulty, Theocharis, Popa, Parnet, & Benoit, 2016), karena media sosial kini telah menjadi saluran utama untuk kampanye politik dalam menarik dukungan dari pemilih, mengumpulkan dana untuk partai politik, dan tujuan politik lainnya.

Media sosial berperan penting dalam mendorong partisipasi politik, khususnya di kalangan generasi muda selama pemilu yang berlangsung pada tahun 2024. Media sosial memberikan wadah bagi publik untuk mengekspresikan pandangan politik dan melakukan beragam aktivitas politik hanya dengan menggunakan perangkat seluler, kapan saja dan di mana saja. Ini berarti tidak ada lagi alasan untuk malas berpartisipasi dalam politik, terutama bagi generasi muda yang sangat bergantung pada penggunaan media sosial.

Dengan demikian, para calon dapat melihat ini sebagai awal dari seluruh proses untuk berinovasi, meningkatkan citra, serta menarik perhatian dan dukungan melalui media sosial. Kendala-kendala yang ditemui dalam pemilu sebelumnya dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan proses pemilu yang lebih baik. Media sosial telah memberikan dampak signifikan pada dunia politik. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan partisipasi politik di kalangan generasi muda harus terus dilakukan, salah satunya melalui penggunaan media sosial untuk mencapai suara generasi muda di pemilu 2024.

Berikut ini adalah beberapa peran penting media sosial untuk komunikasi politik, yaitu :

1) **Media Sosial Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Kampanye Politik**

Kampanye politik menggunakan media sosial dapat lebih efektif dan efisien dalam menysasar calon pemilih. Contoh empiris telah menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk kampanye politik dan mendukung strategi kampanye offline. Salah satu contoh keberhasilan penggunaan media sosial adalah dalam pemilihan presiden Amerika Serikat 2008. Selama kampanye pemilu, Barack Obama secara sistematis menggunakan platform media sosial sebagai sarana utama untuk menjalankan kampanyenya. Pada saat itu, ada lima belas platform media sosial yang digunakan oleh Obama bersama dengan situs webnya sendiri (Effing et al., 2011), dan ketika ia secara efektif menggunakan media sosial untuk kampanye politiknya, ia akhirnya terpilih sebagai presiden Amerika Serikat pada tahun 2008.

2) **Media Sosial Mendekatkan Politisi dengan Pemilihnya**

Berbeda dengan media tradisional, media sosial memungkinkan politisi dan audiens mereka untuk langsung berkomunikasi. Komunikasi ini dapat berlangsung di mana-mana pada waktu yang berbeda dan agenda yang berbeda. Di Meksiko, misalnya, seorang politisi Jaime Rodriguez Calderon yang dikenal sebagai 'El Bronco' telah berhasil menggunakan media sosial untuk menjaga komunikasi dan kedekatan dengan konstituennya. Dia menggunakan media sosial untuk kampanye politik di kampanye pemilihan gubernatorial dan terus menggunakannya jauh melampaui hari pemilihan untuk diskusi sehari-hari tentang kehidupan publik dengan publik negara bagian Nuevo Leon (Howard et al., 2016).

3) **Media Sosial Memediasi Komunikasi Politik dengan Audiens yang Lebih Luas**

Penggunaan media sosial dalam konteks politik internasional telah membantu politisi untuk berkomunikasi dengan audiens yang lebih luas dari berbagai kebangsaan dan bahasa. Dalam pemilihan parlemen Eropa 2014, misalnya, kandidat pemilu dan partai mereka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan audiens di 28 negara anggota Uni Eropa. Media sosial telah menyediakan sarana teknologi yang unik untuk menjembatani pemisahan linguistik, serta untuk memperluas jangkauan komunikasi politik oleh kandidat dan partai kepada para pemilih yang terletak di sistem politik multi-nasional Uni Eropa.(Nulty et al., 2016)

<https://jst.publikasiindonesia.id/index.php/jst/article/download/61/180>.

https://www.setneg.go.id/baca/index/politik_digital_keterlibatan_media_sosial_dalam_meningkatkan_partisipasi_politik_generasi_muda_pada_ pesta_demokrasi_2024

4) **Mempererat Interaksi antara Politisi dan Pemilih**

Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya untuk menciptakan interaksi dua arah. Politisi dapat berkomunikasi langsung dengan pemilihnya melalui fitur seperti komentar, balasan,

atau siaran langsung. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara politisi dan masyarakat, sehingga membangun kepercayaan dan meningkatkan keterlibatan pemilih.

Contoh suksesnya adalah bagaimana Presiden Joko Widodo memanfaatkan akun media sosialnya untuk menyampaikan pesan pemerintah, membalas komentar warga, dan menjelaskan program kerja secara langsung, yang memberikan kesan keterbukaan dan kedekatan dengan masyarakat.

5) **Demokratisasi Akses Informasi Politik**

Media sosial telah meruntuhkan batasan akses terhadap informasi politik. Setiap orang, terlepas dari latar belakang sosial atau ekonomi, kini memiliki peluang yang sama untuk berbagi opini dan terlibat dalam diskusi politik. Media sosial juga memberikan ruang bagi kelompok marginal untuk menyuarakan aspirasi mereka. Dengan adanya platform seperti Twitter atau Instagram, suara yang sebelumnya tidak terdengar dapat menjadi bagian dari diskursus politik yang lebih besar.

6) **Membantu Pembentukan Personal Branding**

Media sosial memungkinkan politisi untuk mengontrol narasi tentang diri mereka melalui konten yang dipersonalisasi. Hal ini penting untuk membangun citra positif di mata publik. Misalnya, politisi dapat menggunakan media sosial untuk menunjukkan sisi pribadi mereka, seperti berbagi momen keluarga atau kegiatan sehari-hari, sehingga menciptakan kesan humanis dan dekat dengan masyarakat. Strategi ini tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga memperkuat loyalitas pemilih.

7) **Meningkatkan Partisipasi Politik**

Media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk memobilisasi masyarakat, terutama generasi muda, dalam aktivitas politik. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter digunakan untuk menyebarkan informasi tentang pemilu, mendorong masyarakat untuk memberikan suara, atau bahkan menggalang dukungan untuk suatu gerakan politik.

Sebagai contoh, pada pemilu AS 2020, generasi muda menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu penting seperti perubahan iklim dan keadilan sosial, yang berdampak signifikan terhadap hasil pemilu.

8) **Memfasilitasi Mobilisasi Massa dan Aktivisme Digital**

Media sosial mempermudah mobilisasi massa dengan memungkinkan pengorganisasian yang cepat dan efisien. Gerakan sosial yang didorong oleh media sosial seperti *Black Lives Matter* dan gerakan perubahan iklim yang dipelopori oleh Greta Thunberg memperlihatkan bagaimana media sosial bisa menyebarkan pesan ke seluruh dunia dalam waktu singkat. Misalnya, dalam kasus *Black Lives Matter*, hashtag dan video yang dibagikan di Twitter dan Instagram menjadi sarana untuk menyebarkan kesadaran dan menggalang dukungan luas.

Bennett dan Segerberg (2012) menjelaskan bahwa mobilisasi ini dilakukan melalui "connective action," di mana orang-orang dengan tujuan yang sama dapat berkolaborasi meskipun mereka tidak memiliki hubungan pribadi sebelumnya. Media sosial memungkinkan hal ini dengan mempertemukan individu yang memiliki kepentingan politik yang serupa dalam satu ruang virtual.

9) **Pembentukan dan Pembagian Opini Publik**

Media sosial memungkinkan pembentukan opini publik yang lebih langsung dan lebih terbuka. Generasi Z, misalnya, dapat dengan mudah mengakses informasi politik melalui Twitter, Instagram, dan platform lainnya. Keberadaan algoritma yang mengarahkan konten berdasarkan minat pengguna memfasilitasi pemanfaatan media sosial untuk menciptakan diskusi seputar isu-isu politik yang relevan. Sebuah penelitian oleh Loader dan Mercea (2011) menyoroti pentingnya media sosial dalam "jaringan demokrasi" karena platform-platform ini memberikan ruang bagi suara yang sebelumnya tidak terdengar di media tradisional.

Namun, aspek ini juga membawa risiko, seperti polarisasi politik dan penyebaran informasi yang salah atau misinformasi. Contoh

terkenal adalah peran media sosial dalam pemilu, di mana informasi yang tidak akurat atau propaganda dapat menyebar dengan cepat.

10) Pengaruh pada Partisipasi Politik

Media sosial telah memperluas partisipasi politik, terutama di kalangan generasi muda. TikTok dan Instagram, misalnya, telah digunakan untuk mengedukasi pemilih muda tentang proses pemilu, menyediakan informasi tentang kandidat, dan mendorong mereka untuk memberikan suara. Pada Pemilu Presiden AS 2020, misalnya, TikTok digunakan untuk menyebarkan informasi pemilu dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, yang berkontribusi pada tingginya tingkat partisipasi pemilih muda. Namun, tantangan juga ada, seperti fenomena *slacktivism*, di mana seseorang menunjukkan dukungan terhadap sebuah isu dengan cara yang minim usaha, seperti menyukai atau membagikan konten, tetapi tidak terlibat lebih jauh dalam aksi nyata.

11) Penyebaran Misinformasi dan Polarisasi

Salah satu tantangan utama dari penggunaan media sosial dalam komunikasi politik adalah penyebaran misinformasi. Informasi yang salah atau menyesatkan sering kali tersebar dengan cepat di platform-platform ini, terutama jika konten tersebut mengandung unsur yang memicu emosi. Selain itu, penggunaan algoritma yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna dapat memperburuk polarisasi, menciptakan "echo chambers" di mana individu hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, dan tidak terbuka terhadap perspektif lain.

Menurut van Dijck (2013), media sosial membawa dampak besar dalam bentuk peningkatan kontrol yang dimiliki oleh perusahaan teknologi terhadap informasi yang dikonsumsi oleh masyarakat. Kontrol ini sering kali mengarah pada penyebaran informasi yang lebih terpolarisasi dan lebih sulit untuk dikoreksi.

Kesimpulannya bahwa media sosial telah mengubah paradigma komunikasi politik secara mendalam. Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan, seperti efektivitas kampanye, demokratisasi akses informasi, dan peningkatan partisipasi politik, tantangan seperti penyebaran hoaks dan polarisasi politik harus diatasi. Penting bagi pengguna dan penyelenggara platform media sosial untuk lebih bertanggung jawab dalam memanfaatkan teknologi ini demi memperkuat nilai-nilai demokrasi dan keterbukaan. Kombinasi literasi digital yang baik, regulasi yang tepat, dan inovasi dalam teknologi dapat membantu memaksimalkan manfaat media sosial dalam komunikasi politik sambil meminimalkan dampak negatifnya.

4.2 Kasus Studi : Kampanye Politik yang Berhasil di Kalangan Gen Z

Media sosial telah menjadi kekuatan utama dalam membentuk kampanye politik yang sukses, terutama di kalangan generasi Z. Berikut ini adalah beberapa contoh kampanye politik yang berhasil memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan mereka.

Politik Identitas dan Gerakan *Black Lives Matter* dalam Kampanye Politik Joe Biden – Kamala Harris pada Pemilu Amerika Serikat Tahun 2020

Politik identitas dalam Gerakan *Black Lives Matter* menjadi dinamika politik bagi warga Afrika Amerika dalam mencari aspirasi dan keadilan politik. Namun juga, politik identitas dan Gerakan *Black Lives Matter* juga digunakan sebagai alat politik untuk meraih dukungan suara. Dalam karya tulis ini dapat dilihat adanya keterkaitan antara politik identitas, gerakan *Black Lives Matter* dalam kampanye Politik Biden – Harris. Pasangan ini hadir sebagai kandidat yang lebih simpatik dan peduli terhadap masyarakat kulit hitam dan kulit berwarna lainnya daripada Donald Trump. Dan hal ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemberian dukungan terhadap Biden – Harris dalam Pemilu Amerika Serikat 2020.

<https://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/GIJ/article/view/5661>

Pada Pemilu Presiden Amerika Serikat 2020, politik identitas dan gerakan *Black Lives Matter* (BLM) memainkan peran penting dalam membentuk arah kampanye Joe Biden dan Kamala Harris. Kedua isu ini tidak hanya mencerminkan ketegangan rasial yang mendalam di AS tetapi juga mempengaruhi cara kampanye politik dijalankan, terutama dalam menarik perhatian pemilih dari berbagai latar belakang etnis, usia, dan sosial.

Kesimpulannya ialah Dalam Pemilu 2020, politik identitas dan gerakan Black Lives Matter memainkan peran krusial dalam membentuk citra dan kebijakan kampanye Joe Biden dan Kamala Harris. Kampanye mereka berhasil menarik dukungan dari kelompok minoritas dan komunitas yang terpinggirkan, serta memberikan respon terhadap tuntutan perubahan yang diajukan oleh BLM. Kampanye ini menunjukkan bagaimana gerakan sosial dapat memengaruhi hasil pemilu melalui platform politik yang berbasis pada pengakuan dan perlindungan hak-hak kelompok-kelompok yang terpinggirkan.

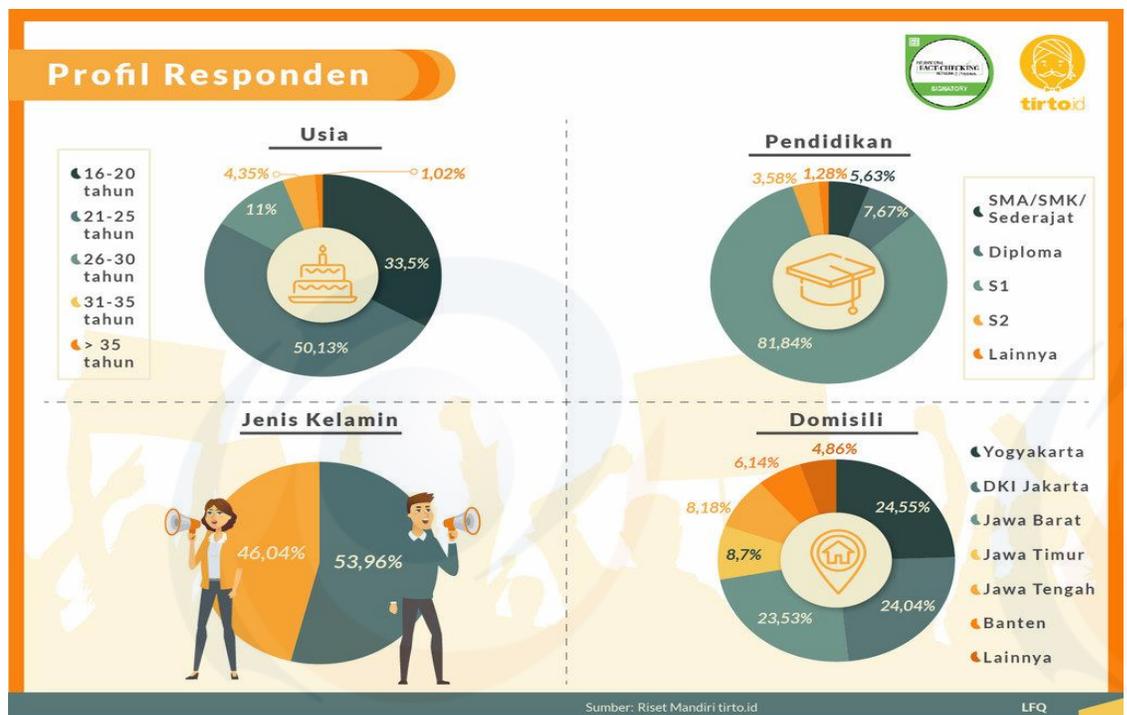
Gerakan Aksi #ReformasiDikorupsi (Indonesia)

**“Gen Z Bukan Generasi Apolitis: Survei Aksi
”#ReformasiDikorupsi”**

Kampanye ini berhasil memobilisasi banyak mahasiswa dan Gen Z di Indonesia melalui media sosial untuk memprotes kebijakan yang mereka anggap merugikan, seperti revisi RKUHP dan isu-isu terkait UU KPK. Media sosial menjadi sarana utama bagi generasi muda untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka terhadap kinerja DPR dan pemerintah. Mereka menggunakan Twitter, Instagram, dan Facebook untuk menyebarkan informasi dan mengorganisir aksi massa. Sebagian besar peserta aksi adalah mahasiswa yang terlibat dalam diskusi politik melalui platform digital, memperlihatkan bahwa Gen Z sangat peduli terhadap isu-isu sosial dan politik yang mempengaruhi kehidupan mereka.

<https://tirto.id/gen-z-bukan-generasi-apolitis-survei-aksi-reformasidikorupsi-ei7G>

Pada survei ini, mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebesar 53,96 persen. Dari sisi usia, responden didominasi kelompok usia 21-25 tahun (50,13 persen). Kelompok usia terbanyak kedua adalah responden berusia 16-20 tahun (33,50 persen). Sementara dari segi pendidikan, sebagian besar responden tengah menempuh pendidikan sarjana tingkat satu (S1), yaitu 81,84 persen. Selain itu, kebanyakan responden berdomisili di Yogyakarta (24,55 persen), DKI Jakarta (24,04 persen), dan Jawa Barat (23,53 persen).



Jika dilihat dari lokasi aksi, mayoritas responden berdemonstrasi di DKI Jakarta (49,87 persen), tepatnya di kawasan Gedung DPR RI. Lokasi aksi terbanyak berikutnya ada di Jawa Timur (8,7 persen) dan di Jawa Tengah (7,16 persen). Sementara lokasi lainnya berada di Sulawesi Selatan, Lampung, Kalimantan Barat, dan Bali.

Gerakan #MeToo (Global)

Gerakan #MeToo yang dimulai di media sosial oleh aktivis wanita dan didukung oleh banyak pengguna media sosial muda, termasuk Gen Z, berhasil mengungkap skandal seksual besar di berbagai industri. Media sosial menjadi tempat di mana korban kekerasan seksual dapat berbagi cerita mereka dan menemukan dukungan. Gerakan ini membuka diskusi tentang pelecehan seksual dan ketidaksetaraan gender secara lebih luas, menunjukkan bahwa Gen

Z menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempengaruhi perubahan sosial yang signifikan.

Fridays for Future (FFF)

Aksi gerakan Fridays for Future (FFF) adalah aksi mogok sekolah yang dilakukan setiap hari Jumat untuk menuntut tindakan dari para pemimpin politik dalam mencegah perubahan iklim. Gerakan ini diprakarsai oleh Greta Thunberg, seorang remaja dari Swedia, yang memulai aksinya pada Agustus 2018.

Aksi Greta Thunberg membolos sekolah dan melakukan unjuk rasa di luar gedung Parlemen Swedia untuk menyerukan upaya yang lebih kuat untuk menangani perubahan iklim. Aksi tersebut mendapat perhatian internasional dan diikuti oleh anak-anak lain.

Pada tahun 2019, gerakan ini berkembang menjadi gerakan global yang melibatkan sekitar 4 juta pelajar di 150 negara. Beberapa tuntutan yang diusung oleh gerakan Fridays for Future adalah

- a. Menjaga kenaikan suhu global di bawah 1,5C dibandingkan dengan tingkat pra-industri
- b. Patuhi Perjanjian Paris dan pastikan keadilan iklim
- c. Dengarkan sains terpadu terbaik yang tersedia saat ini

Meskipun memiliki tujuan mulia, gerakan FFF tidak lepas dari tindakan represif, seperti penggunaan kekuatan fisik, pembatasan kebebasan berbicara, dan penangkapan terhadap aktivis.

<https://lestari.kompas.com/read/2023/09/12/140000386/aksi-iklim-greta-thunberg-berpengaruh-besar-ubah-perilaku-masyarakat?page=all#:~:text=Fridays%20for%20Future,lain%20hingga%20mendapat%20perhatian%20internasional.&text=Mereka%20mengusung%20slogan%20Fridays%20for,dan%20menggelorakan%20Fridays%20for%20Future.>

Kasus-kasus ini menunjukkan bagaimana Gen Z memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam kampanye politik, baik itu untuk memobilisasi dukungan, memperjuangkan hak-hak sipil, atau menyuarakan ketidakpuasan terhadap kebijakan pemerintah. Dalam setiap kasus, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi

juga platform untuk membangun gerakan yang dapat mengubah pandangan politik masyarakat secara keseluruhan.

4.3 Dampak Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z

Partisipasi politik merupakan salah satu elemen kunci dalam kehidupan Demokrasi. Di era Digital saat ini, media sosial telah mengubah citra partisipasi politik secara signifikan. Media sosial juga telah menjadi arena baru bagi politik, terutama dari kalangan generasi muda seperti Gen Z.

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang tumbuh di tengah revolusi digital. Internet, ponsel pintar, dan terutama media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka.

Salah satu dampak paling nyata dari media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z adalah kemampuannya untuk memobilisasi dukungan dalam skala besar dan cepat. Platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dan opini politik secara real-time. Dalam hitungan menit, sebuah isu lokal dapat menjadi sorotan nasional atau bahkan global, menarik perhatian ribuan atau jutaan orang. Hal ini telah menciptakan peluang baru bagi aktivisme politik, terutama di kalangan anak muda yang mungkin merasa terpinggirkan dari saluran politik tradisional.

Gerakan-gerakan sosial besar seperti **Black Lives Matter**, **Fridays for Future**, dan gerakan **#MeToo** mendapatkan daya dorong yang signifikan dari kekuatan media sosial. Gen Z, yang sering kali lebih sadar akan isu-isu keadilan sosial dan lingkungan, berperan aktif dalam menyebarkan pesan-pesan gerakan ini melalui platform digital. Tagar menjadi alat mobilisasi yang efektif, mengundang partisipasi dan solidaritas dari berbagai penjuru dunia.

Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan cepat menyebarkan informasi, membangun komunitas, dan mengatur tindakan kolektif. Kemampuan ini sangat penting dalam mengatasi kendala

geografis dan temporal yang sebelumnya menjadi hambatan besar bagi mobilisasi politik. Bahkan, media sosial mampu memberikan suara kepada mereka yang sebelumnya terpinggirkan atau tidak memiliki platform untuk mengekspresikan pandangan politik mereka.

Namun, dampak media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z tidak hanya positif. Media sosial juga memiliki potensi untuk menciptakan fragmentasi politik dan polarisasi. Algoritma media sosial sering kali mengarahkan pengguna ke dalam "filter bubble" atau ruang gema, di mana mereka hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan opini mereka sendiri.

Ini dapat mengurangi keterbukaan terhadap ide-ide berbeda dan memperburuk perpecahan politik. Gen Z, meskipun lebih terbuka terhadap keragaman sosial, juga rentan terhadap efek ini. Ketika informasi politik disaring dan disajikan melalui algoritma, perbedaan pendapat sering kali tidak mendapatkan ruang yang cukup untuk berkembang menjadi diskusi yang sehat.

Selain itu, media sosial juga menyebarkan misinformasi dan berita palsu. Di era di mana informasi dapat disebar dengan cepat tanpa verifikasi yang memadai, Gen Z harus menghadapi tantangan dalam memilah mana informasi yang akurat dan mana yang tidak. Hal ini semakin rumit oleh fakta bahwa banyak anak muda lebih percaya pada apa yang dibagikan oleh teman atau influencer mereka dibandingkan sumber berita tradisional.

Dampak Jangka Panjang terhadap Demokrasi

Pertanyaannya selanjutnya adalah, bagaimana keterlibatan politik Gen Z di media sosial dapat berdampak pada demokrasi dalam jangka panjang? Di satu sisi, media sosial telah membuka ruang partisipasi yang lebih inklusif, memungkinkan suara-suara yang selama ini terpinggirkan untuk didengar. Gen Z, dengan kreativitas dan antusiasme mereka, telah membuktikan bahwa mereka bisa memimpin perubahan sosial yang nyata melalui gerakan-gerakan berbasis media sosial.

Namun, di sisi lain, tantangan seperti polarisasi, misinformasi, dan fragmentasi politik dapat melemahkan proses demokrasi. Jika Gen Z tidak dilengkapi dengan kemampuan literasi digital yang memadai, mereka dapat dengan mudah terjebak dalam jebakan informasi yang menyesatkan dan opini yang bias.

Pakar Komunikasi dan Politik Universitas Indonesia, Prof. Drs. Effendi Gazali, M.Si., MPS., Ph.D., menekankan pentingnya etika komunikasi dalam ruang publik, termasuk di media sosial. Menurutnya, komunikasi politik yang etis harus didasarkan pada fakta yang lengkap dan tidak boleh menyebarkan kebohongan atau hoaks untuk kepentingan tertentu. Ia juga menekankan bahwa komunikasi yang efektif dan beretika mampu mencerdaskan publik dengan informasi yang benar dan bermanfaat.

Media sosial adalah pedang bermata dua. Di satu sisi, ia dapat memperluas partisipasi politik dan demokrasi. Namun di sisi lain, tanpa literasi yang baik, media sosial dapat menjadi ladang bagi polarisasi dan disinformasi. Di masa depan, media sosial akan terus menjadi medan penting bagi politik dan partisipasi, dan bagaimana generasi mendatang, terutama Gen Z, beradaptasi dengan tantangan-tantangan ini yang akan sangat menentukan arah demokrasi kedepannya.

<https://langgam.id/dari-meme-hingga-gerakan-dampak-media-sosial-terhadap-partisipasi-politik-gen-z/>

Secara umum, sosial media sendiri menjadi tempat yang berskala luas untuk mengajak masyarakat untuk menilai seberapa layak calon-calon dalam pemilu untuk dipilih, jadi sebelum kampanye pun, kita sebagai pemilih bisa mengukur siapa yang akan kita pilih nantinya merupakan salah satu dampak positif media sosial. Selain itu, Memberikan informasi terkait berita yang diterima, membuat masyarakat lebih paham akan pemimpin mereka, masyarakat lebih teliti dalam pengambilan keputusan. Media sosial juga memungkinkan kandidat dan partai politik untuk sosialisasi dan komunikasi dengan masyarakat secara efektif, menyampaikan informasi tentang kandidat, program, dan visi para calon dalam pemilu 2024.

Dampak negatif dari media sosial adalah mudahnya berita bohong tersebar dengan cepat, sehingga masyarakat dunia maya juga dengan mudah percaya terhadap berita tersebut. Hal ini tentu sangat merugikan bagi pihak terkait yang terdampak dari berita bohong atau yang lebih dikenal dengan Hoaks. Literasi media digital merupakan alat pendidikan preventif yang memberikan masyarakat kewaspadaan ketika bekerja dengan media digital.

Literasi digital sangat penting dalam melawan fenomena post-truth yang ditandai dengan meningkatnya disinformasi, disinformasi, dan berita palsu. Literasi digital membangun kemampuan mengenali, memahami, menerjemahkan, membuat, dan mengkomunikasikan media cetak dan audiovisual dengan mengedepankan nilai-nilai. Nilai-nilai semangat yang membangun sinergi kejujuran, empati dan saling menghormati. Selain itu, penggunaan bahasa yang tidak baik dalam bermedia sosial ketika membahas tentang perbedaan pilihan dalam pemilu juga dapat menimbulkan perpecahan dalam masyarakat, sehingga timbul konflik-konflik baru yang dapat mengancam kesatuan Republik Indonesia.

<file:///C:/Users/Acer/Downloads/2+Suntra+Yanti.pdf>

Media sosial telah merevolusi cara kita berkomunikasi dan mengakses informasi, termasuk dalam hal politik. Bagi generasi Z, yang tumbuh dengan teknologi digital sebagai bagian integral dari kehidupan mereka, media sosial memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap partisipasi politik mereka.

Berikut adalah beberapa dampak utama media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z :

a. Peningkatan Akses Informasi

Media sosial telah mengubah cara informasi politik disebarkan dan diterima, memberikan Gen Z akses langsung ke berbagai sumber berita, analisis, dan pendapat politik. Dengan platform seperti Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube, generasi muda dapat dengan mudah mengikuti perkembangan berita terkini, komentar dari ahli politik, aktivis, serta perspektif dari masyarakat biasa yang terlibat dalam diskusi politik. Akses ini jauh lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan

dengan cara tradisional yang mengandalkan media cetak atau siaran televisi.

Generasi Z, yang sering kali lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima, cenderung memanfaatkan media sosial untuk memperoleh beragam perspektif dan membentuk opini yang lebih mandiri. Mereka tidak hanya terpapar pada satu sumber berita, tetapi dapat mengeksplorasi pandangan yang berbeda-beda dari berbagai sumber, baik yang berasal dari media mainstream, organisasi independen, atau bahkan individu dengan pandangan alternatif. Hal ini memungkinkan mereka untuk menyaring dan mengevaluasi informasi secara lebih mendalam dan kritis.

b. Fomalisasi Opini Publik

Media sosial juga memungkinkan Gen Z untuk mengekspresikan opini politik mereka dengan lebih terbuka dan lebih bebas. Sebelumnya, dalam media tradisional, akses untuk berbicara di depan publik terbatas pada segelintir orang yang memiliki platform besar, seperti politisi atau tokoh media. Namun, di media sosial, siapa saja dapat berbicara dan berinteraksi dengan orang lain, tanpa ada batasan yang signifikan. Hal ini memfasilitasi terbentuknya opini publik yang lebih luas dan lebih beragam, serta meningkatkan pluralitas suara dalam diskursus politik.

Keterlibatan dalam diskusi politik di media sosial memberi Gen Z ruang untuk menyuarakan pendapat mereka, berdialog dengan orang yang memiliki pandangan serupa, maupun dengan mereka yang memiliki perspektif berbeda. Dengan demikian, media sosial turut berperan dalam memperkuat pembentukan opini publik yang lebih dinamis dan terbuka. Selain itu, media sosial juga memberi kesempatan kepada kelompok-kelompok yang sebelumnya tidak terdengar untuk mengekspresikan pandangan mereka, seperti kelompok minoritas atau mereka yang tidak memiliki akses ke platform media mainstream.

c. Mobilisasi Aksi Politik

Media sosial memainkan peran penting dalam mobilisasi aksi politik, baik itu dalam bentuk demonstrasi, petisi online, atau kampanye kesadaran. Salah satu contoh yang paling jelas adalah bagaimana media

sosial digunakan dalam gerakan-gerakan sosial seperti Black Lives Matter dan #MeToo. Platform seperti Twitter dan Instagram memungkinkan individu untuk berbagi pengalaman, informasi, dan mengorganisir aksi-aksi protes atau demonstrasi dengan cara yang jauh lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan metode tradisional.

Bagi Gen Z, media sosial adalah alat yang sangat efektif untuk berpartisipasi dalam aksi politik tanpa batasan geografis. Dengan hanya memposting atau berbagi informasi, mereka dapat menyebarkan pesan ke audiens yang lebih luas. Kampanye kesadaran seperti yang dilakukan oleh generasi muda mengenai isu perubahan iklim, kesetaraan gender, dan hak asasi manusia banyak dilakukan melalui media sosial. Bahkan, pada Pemilu AS 2020, gerakan politik yang dikampanyekan melalui TikTok dan Twitter memiliki dampak signifikan terhadap tingkat partisipasi pemilih muda.

d. Peran dalam Kampanye Politik

Media sosial telah merubah lanskap kampanye politik, memberikan para politisi dan calon legislatif cara yang lebih langsung dan efisien untuk menjangkau pemilih, terutama pemilih muda. Kampanye politik yang mengandalkan media sosial tidak hanya dapat menyampaikan pesan lebih cepat dan lebih personal, tetapi juga mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan kampanye media tradisional.

Beberapa kampanye pemilu modern yang sukses, seperti kampanye Barack Obama pada tahun 2008, menunjukkan bagaimana penggunaan media sosial dapat mengubah jalannya pemilu. Obama, misalnya, memanfaatkan berbagai platform untuk berinteraksi dengan pemilih muda, menggalang dana, dan memobilisasi dukungan. Kampanye semacam ini tidak hanya efektif dalam meningkatkan kesadaran politik, tetapi juga dalam menciptakan kedekatan antara politisi dan pemilih mereka. Bagi Gen Z, media sosial memungkinkan mereka untuk terlibat lebih aktif dalam mendukung calon yang mereka percayai tanpa perlu menunggu acara kampanye fisik.

e. Munculnya Influencer Politik

Salah satu dampak menarik dari media sosial adalah munculnya influencer politik yang memiliki pengaruh besar terhadap opini publik,

terutama di kalangan Gen Z. Influencer politik ini sering kali bukan politisi atau tokoh mainstream, melainkan individu yang memiliki basis pengikut besar di platform seperti Instagram, TikTok, atau YouTube. Mereka menggunakan platform ini untuk menyuarakan pandangan politik mereka, mengkritisi kebijakan pemerintah, atau bahkan mendukung calon politik tertentu.

Di kalangan Gen Z, influencer politik ini memiliki dampak yang sangat besar. Mereka mampu menyampaikan informasi politik dengan cara yang lebih santai dan mudah dicerna, yang seringkali lebih menarik bagi generasi muda dibandingkan dengan pidato politik formal. Influencer ini juga berperan dalam memperkenalkan isu-isu politik yang mungkin tidak mendapatkan perhatian di media mainstream, sekaligus mengedukasi audiens mereka mengenai pentingnya berpartisipasi dalam pemilu dan gerakan politik.

Sebagai contoh, influencer di platform seperti TikTok dapat dengan mudah membuat video yang mengedukasi audiens mereka tentang kebijakan atau calon tertentu, sambil mengajak mereka untuk lebih aktif terlibat dalam politik. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa media sosial, khususnya TikTok, sangat populer di kalangan Gen Z, karena platform ini memungkinkan pesan politik disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan interaktif.

Namun secara keseluruhan, dampak media sosial terhadap partisipasi politik Gen Z sangat besar, dengan mengubah cara mereka terlibat dalam politik dan memberikan mereka akses yang lebih luas terhadap informasi serta kesempatan untuk mengekspresikan pendapat mereka. Media sosial juga memungkinkan mobilisasi gerakan sosial dan aksi politik dengan cara yang lebih cepat dan efisien, sekaligus memperkuat keterlibatan Gen Z dalam kampanye politik. Dengan adanya influencer politik dan kemudahan dalam berbagi informasi, generasi ini semakin terdorong untuk berpartisipasi aktif dalam dunia politik.

<http://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/1490>

https://www.setneg.go.id/baca/index/politik_digital_keterlibatan_media_sosial_dalam_meningkatkan_partisipasi_politik_generasi_muda_pada_pesta_demokrasi_2024

BAB 5

MISINFORMASI DAN TANTANGAN

5.1 Tantangan Misinformasi di Era Digital

Misinformasi adalah informasi yang salah atau tidak akurat yang disebarakan tanpa niat jahat. Namun, meskipun niat penyebarannya bukan untuk menipu, misinformasi dapat tetap menimbulkan dampak negatif karena orang-orang mempercayai dan menyebarkannya lebih lanjut. Dalam konteks politik, misinformasi dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap suatu isu atau calon pemimpin.

Sehingga, misinformasi di era digital menjadi salah satu tantangan yang signifikan dalam komunikasi politik, terutama dalam konteks Generasi Z (Gen Z) yang sangat terhubung dengan media sosial. Gen Z yang lahir antara 2010-a, sudah tumbuh bersama perkembangan teknologi digital dan media sosial, yang menjadikan media sosial sebagai platform sumber utama informasi yang mereka dapatkan.

Komunikasi politik di era digital sangat dipengaruhi oleh media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan luas. Namun, hal ini juga membawa tantangan besar berupa misinformasi yang dapat memengaruhi opini politik, khususnya di kalangan Gen Z. Oleh karena itu, edukasi literasi media yang efektif sangat penting untuk membantu Gen Z mengenali dan mengatasi misinformasi. Beberapa tantangan utama dalam menghadapi misinformasi di era digital antara lain:

Kecepatan Penyebaran Informasi

Media sosial memungkinkan informasi tersebar dalam hitungan detik. Hal ini mempermudah penyebaran misinformasi, terutama dalam konteks politik, yang bisa memengaruhi opini publik dengan cepat, tanpa adanya pemeriksaan atau klarifikasi fakta yang memadai. Seperti misinformasi dan hoaks dapat tersebar luas dalam waktu yang singkat yang dapat mempengaruhi persepsi politik Gen Z.

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), terdapat lebih dari 800.000 situs web di Indonesia yang dianggap menyebarkan informasi palsu. Era digital ditandai oleh konektivitas global, yang memungkinkan informasi tersebar dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Teknologi digital, terutama media sosial, berperan besar dalam mempercepat distribusi informasi.

Dalam hitungan detik, sebuah pesan dapat mencapai jutaan orang di berbagai belahan dunia, menjadikan waktu sebagai faktor penting dalam komunikasi politik. Media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan Facebook memungkinkan informasi baik fakta maupun misinformasi disampaikan secara instan. Generasi Z (Gen Z), yang sebagian besar hidup berdampingan dengan teknologi ini, menjadi kelompok yang sangat dipengaruhi oleh cepatnya aliran informasi.

Dalam hal ini, terdapat beberapa karakteristik kecepatan penyebaran informasi, diantaranya ;

- 1) Instantaneitas: Informasi yang diunggah di media sosial dapat langsung terlihat oleh audiens dalam hitungan detik.
- 2) Jangkauan Global: Dengan pengguna media sosial yang tersebar di seluruh dunia, informasi dapat dengan mudah melintasi batas negara.
- 3) Efek Viral: Informasi yang menarik atau kontroversial cenderung menjadi viral, didistribusikan oleh ribuan atau bahkan jutaan pengguna.
- 4) Interaktivitas: Pengguna dapat menyukai, mengomentari, atau membagikan informasi, yang semakin mempercepat penyebaran.
- 5) Algoritma yang Memperkuat Kecepatan: Platform media sosial menggunakan algoritma yang dirancang untuk memprioritaskan konten populer, mempercepat distribusi informasi tertentu.

Dalam hal kecepatan penyebaran informasi, terdapat 2 pengaruh dalam kecepatan penyebaran informasi terhadap komunikasi politik, kecepatan penyebaran informasi membawa dampak positif dan negatif terhadap komunikasi politik, terutama untuk Gen Z yang merupakan target utama kampanye politik digital.

- **Pengaruh Positif ;**

Penyebaran Ide dan Pesan Politik, informasi tentang isu-isu politik, agenda kampanye, dan kebijakan dapat dengan mudah disampaikan kepada audiens yang lebih luas. Politisi dan partai politik memanfaatkan kecepatan ini untuk menyampaikan pesan mereka kepada masyarakat.

Peningkatan Partisipasi Politik, informasi yang cepat tersedia memungkinkan Gen Z untuk segera terlibat dalam diskusi politik, aksi protes online, atau kampanye digital.

Akses ke Berbagai Perspektif Media sosial memungkinkan Gen Z untuk mengakses berbagai sudut pandang terkait isu politik dalam waktu singkat.

- **Pengaruh Negatif ;**

Penyebaran Misinformasi dan Disinformasi, salah satu dampak negatif dari kecepatan penyebaran informasi adalah penyebaran informasi palsu yang dapat memengaruhi opini publik. Dalam komunikasi politik, misinformasi sering digunakan untuk menciptakan persepsi yang salah terhadap lawan politik.

Polarisasi Politik, informasi yang menyebar cepat seringkali diperkuat oleh algoritma media sosial, menciptakan ruang gema (echo chamber) yang memperkuat pandangan tertentu dan memisahkan kelompok dengan pandangan berbeda.

Kesulitan Verifikasi Informasi, kecepatan penyebaran informasi membuat audiens sulit memverifikasi kebenaran informasi sebelum membagikannya, yang dapat memperkuat penyebaran hoaks.

Kecepatan Penyebaran Informasi di Kalangan Gen Z, generasi Z memiliki karakteristik unik dalam konsumsi informasi digital :

Ketergantungan pada Media Sosial, menurut survei *GlobalWebIndex*, lebih dari 60% Gen Z menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi mereka, dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi atau surat kabar.

Preferensi untuk Konten Cepat dan Visual, gen Z lebih menyukai informasi dalam bentuk video pendek, infografik, atau cerita singkat yang dapat mereka konsumsi dengan cepat.

Partisipasi Aktif dalam Penyebaran Informasi, gen Z tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga produsen informasi melalui unggahan, komentar, dan konten buatan mereka sendiri.

Dalam hal ini, terdapat studi kasus yang membahas kecepatan penyebaran informasi politik terkait komunikasi politik yang terjadi di era digital, hal ini menyangkut peran media sosial mempengaruhi Gen Z di dunia politik Indonesia.

Dalam konteks politik, kecepatan penyebaran informasi memainkan peran penting dalam berbagai peristiwa. Contohnya adalah pada pemilu 2024 di Indonesia, selama masa kampanye, media sosial menjadi platform utama untuk menyampaikan pesan politik kepada pemilih muda, terutama Gen Z. Informasi tentang kandidat, kebijakan, dan isu-isu terkini menyebar dengan cepat melalui platform seperti TikTok dan Instagram. Serta, protes Black Lives Matter (2020), dimana informasi tentang aksi protes menyebar dengan sangat cepat melalui Twitter dan Instagram, memungkinkan orang di seluruh dunia untuk terlibat dalam diskusi dan aksi solidaritas.

Kurangnya Literasi Digital

Meskipun Gen Z dianggap melek terhadap teknologi, kemampuan mereka dalam menilai keabsahan informasi seringkali terbatas, hal ini dianggap karena kurangnya literasi digital yang membuat mereka rentan terhadap misinformasi yang memengaruhi partisipasi dan persepsi mereka terhadap politik di Indonesia. Sehingga sampai saat ini, banyak orang mengakses informasi dari sumber yang tidak terverifikasi, seperti akun anonim atau situs tidak resmi.

Di platform media sosial, siapa saja dapat menjadi "jurnalis" atau menyebarkan pandangan politik. Literasi digital merujuk pada kemampuan individu untuk memahami, menganalisis, dan memanfaatkan informasi yang diperoleh melalui media digital secara efektif dan etis. Ini mencakup kemampuan untuk menilai kredibilitas sumber, memahami konten digital, serta berpartisipasi dalam komunitas online dengan cara yang bertanggung

jawab. Tanpa literasi digital yang memadai, pengguna rentan terhadap misinformasi dan manipulasi.

Dalam hal permasalahan ini, terdapat beberapa faktor penyebab kurangnya literasi digital, diantaranya ;

- 1) Pendidikan formal yang belum memadai, kurikulum pendidikan formal seringkali belum memasukkan literasi digital sebagai komponen penting, sehingga siswa tidak mendapatkan pembelajaran yang cukup mengenai penggunaan media digital secara kritis.
- 2) Kurangnya kesadaran akan pentingnya literasi digital, banyak individu yang belum menyadari pentingnya literasi digital dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks komunikasi politik.
- 3) Cepatnya perkembangan teknologi, perkembangan teknologi yang pesat membuat banyak orang kesulitan untuk terus mengikuti dan memahami cara kerja platform digital terbaru.

Implikasi dalam komunikasi politik, dalam konteks komunikasi politik, kurangnya literasi digital di kalangan Gen Z dapat menyebabkan ; manipulasi opini publik dimana pihak-pihak tertentu dapat memanfaatkan kurangnya literasi digital untuk menyebarkan propaganda atau informasi yang menyesatkan guna mempengaruhi opini publik, adanya diskusi politik di media sosial dapat didominasi oleh informasi yang tidak akurat, yang menghambat dialog yang konstruktif dan berbasis fakta, adanya paparan terus-menerus terhadap misinformasi dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpercayaan terhadap sistem politik, yang pada akhirnya mendorong apatisisme di kalangan Gen Z.

Salah satu studi kasus yang membahas mengenai pengaruh literasi digital terhadap partisipasi politik Gen Z, yaitu ; Sebuah penelitian yang dilakukan di Universitas Pendidikan Indonesia menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk membangun komunikasi politik di kalangan mahasiswa jika disertai dengan literasi digital yang memadai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas media sosial sebagai sarana literasi digital dinilai efektif, dan media sosial sangat berpengaruh terhadap komunikasi politik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kurangnya literasi digital di kalangan Gen Z dalam penggunaan media sosial merupakan tantangan signifikan dalam komunikasi politik di era digital. Meskipun mereka adalah generasi yang paling terhubung dengan teknologi, tanpa literasi digital yang memadai, mereka rentan terhadap misinformasi dan manipulasi. Oleh karena itu, upaya kolektif dari pemerintah, institusi pendidikan, komunitas, dan platform media sosial diperlukan untuk meningkatkan literasi digital, sehingga Gen Z dapat berpartisipasi dalam diskusi politik secara kritis dan bertanggung jawab.

Algoritma yang Memperkuat Polarisasi

Platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menggunakan algoritma yang menampilkan konten berdasarkan minat pengguna, yang sering kali memperkuat pandangan politik yang sudah ada. Hal ini menyebabkan terjadinya "echo chambers" di mana informasi yang sejalan dengan pandangan politik pengguna semakin diperkuat, sementara pandangan yang berbeda dihindari. Algoritma media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk pengalaman pengguna, termasuk Generasi Z (Gen Z). Meskipun dirancang untuk meningkatkan keterlibatan dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi individu, algoritma ini sering kali memperkuat polarisasi dengan membatasi paparan terhadap perspektif yang berbeda.

Berikut adalah analisis mendalam mengenai bagaimana algoritma media sosial dapat memperkuat polarisasi di kalangan Gen Z ;

1) Algoritma dan Personalisasi Konten

Algoritma media sosial menganalisis perilaku pengguna seperti konten yang disukai, dibagikan, atau dikomentari untuk menampilkan konten serupa di masa mendatang. Tujuannya adalah meningkatkan keterlibatan dan waktu yang dihabiskan di platform tersebut. Namun, personalisasi ini dapat menyebabkan "filter bubble," di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka, mengisolasi mereka dari perspektif alternatif.

2) Pembentukan 'Echo Chamber'

'Echo chamber' terjadi ketika individu hanya berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan serupa, memperkuat keyakinan mereka tanpa tantangan dari sudut pandang berbeda. Algoritma yang memprioritaskan konten sesuai preferensi pengguna berkontribusi pada pembentukan 'echo chamber' ini, yang dapat memperdalam polarisasi politik di kalangan Gen Z.

3) Dampak pada Gen Z

Paparan yang terbatas pada pandangan yang berbeda dapat menghambat pemahaman Gen Z terhadap kompleksitas isu politik, membuat mereka rentan terhadap pandangan yang sempit, dengan terus-menerus menerima informasi yang sejalan dengan keyakinan mereka, bias kognitif Gen Z dapat semakin kuat, mengurangi kemampuan mereka untuk berpikir kritis. Serta interaksi yang terbatas dengan pandangan berbeda dapat memperkuat polarisasi politik, menghambat dialog konstruktif, dan meningkatkan konflik sosial.

4) Studi Kasus

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat mempengaruhi selektivitas konsumsi berita politik di kalangan Gen Z di Indonesia. Algoritma ini membuat mereka lebih cenderung melihat berita yang sejalan dengan opini politik mereka, memperkuat pandangan pada satu sisi dan mengurangi paparan terhadap perspektif berbeda.

Algoritma media sosial memiliki dampak signifikan terhadap polarisasi di kalangan Gen Z dengan membatasi paparan mereka terhadap perspektif yang berbeda. Memahami mekanisme ini dan mengambil langkah proaktif untuk meningkatkan literasi digital serta mendorong interaksi yang lebih inklusif dapat membantu mengurangi dampak negatif algoritma terhadap polarisasi politik.

- Pengaruh Berita Palsu dalam Pemilu

- Misinformasi, terutama yang berkaitan dengan politik, dapat memengaruhi keputusan pemilih. Hoaks yang beredar menjelang pemilu bisa merusak kredibilitas calon, partai politik, atau bahkan sistem demokrasi itu sendiri. Berita palsu atau hoaks telah menjadi fenomena yang mengkhawatirkan dalam konteks Pemilu 2024, terutama dengan meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z (Gen Z). Sebagai digital natives, Gen Z sangat terpapar pada arus informasi yang beragam di platform digital, yang sayangnya sering kali mencakup informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Berikut adalah analisis mendalam mengenai pengaruh berita palsu dalam Pemilu 2024 terhadap Gen Z dalam bermedia sosial ;

- Tingginya Paparan Gen Z terhadap Berita Palsu

- Gen Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi digital. Mereka menghabiskan banyak waktu di media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook untuk mendapatkan informasi, termasuk berita politik. Namun, platform-platform ini sering kali menjadi lahan subur bagi penyebaran berita palsu. Menurut sebuah artikel, menjelang Pemilu 2024, berbagai hoaks seputar calon presiden, partai politik, dan penyelenggara pemilu mulai bermunculan di media sosial dan aplikasi pesan instan.

- Dampak Berita Palsu terhadap Persepsi Politik Gen Z

- Pembentukan Opini yang Salah: Berita palsu dapat membentuk opini yang keliru tentang kandidat atau partai politik. Gen Z yang menerima informasi tanpa verifikasi dapat terpengaruh dalam pengambilan keputusan politik mereka. Sebuah artikel menyebutkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap calon presiden dan partai politik, serta menjadi alat penting dalam kampanye politik.
- Polarisasi dan Fragmentasi Sosial: Berita palsu sering kali dirancang untuk memecah belah masyarakat dengan menyebarkan informasi yang memicu emosi negatif. Gen Z yang terpapar konten semacam ini dapat mengalami peningkatan polarisasi dalam pandangan politik mereka. Menurut sebuah artikel, dalam era digital, tantangan muncul

ketika media sosial melakukan penyebaran informasi palsu/hoaks, polarisasi opini, dan manipulasi.

- Sumber yang Tidak Terpercaya dan Manipulasi Media

- Sumber informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan sering kali dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan yang bias, menyesatkan, atau bahkan memanipulasi opini publik. Misalnya, pihak-pihak tertentu dapat menciptakan dan menyebarkan informasi palsu untuk mendukung agenda politik mereka. Dalam era digital, media sosial telah menjadi platform utama bagi Generasi Z (Gen Z) untuk mengakses informasi, berinteraksi, dan membentuk opini politik. Namun, kemudahan akses ini juga membuka peluang bagi penyebaran informasi dari sumber yang tidak terpercaya dan manipulasi media, yang dapat mempengaruhi persepsi dan partisipasi politik Gen Z. Berikut adalah analisis mendalam mengenai isu tersebut:
- Sumber tidak terpercaya merujuk pada entitas atau individu yang menyebarkan informasi tanpa verifikasi, seringkali dengan tujuan tertentu seperti propaganda, keuntungan finansial, atau sensasionalisme. Informasi dari sumber semacam ini cenderung tidak akurat, bias, dan dapat menyesatkan audiens.
- Penyebaran di kalangan Gen Z yang sebagai digital natives, menghabiskan banyak waktu di media sosial dan cenderung mengonsumsi konten yang menarik secara visual dan emosional. Sumber tidak terpercaya memanfaatkan preferensi ini dengan menyebarkan konten yang menarik namun tidak diverifikasi kebenarannya. Menurut sebuah penelitian, Gen Z sering terpapar pada berita palsu di media sosial, yang dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap isu politik.
- Manipulasi media dalam komunikasi politik, melibatkan distorsi informasi atau penyajian konten dengan cara yang menyesatkan untuk mempengaruhi opini publik. Ini dapat mencakup penggunaan gambar atau video yang diedit, penyebaran narasi palsu, atau framing berita dengan sudut pandang tertentu. Dampak pada Gen Z dalam manipulasi media dapat membentuk opini politik Gen Z berdasarkan informasi yang tidak akurat. Sebagai contoh, penggunaan deepfake atau konten yang

dimanipulasi secara digital dapat menciptakan persepsi yang salah tentang seorang kandidat atau isu politik. Hal ini dapat mengarah pada keputusan politik yang didasarkan pada informasi palsu.

5.2 Strategi Mengatasi Pengaruh Negatif Sumber Tidak Terpercaya dan Manipulasi Media

Peningkatan Literasi Digital: Pendidikan yang menekankan kemampuan untuk menilai kredibilitas sumber, memahami bias media, dan keterampilan verifikasi fakta sangat penting untuk membekali Gen Z dalam menghadapi informasi yang menyesatkan. Menurut sebuah artikel, dengan literasi media yang baik, diharapkan Gen Z dapat menjadi garda terdepan dalam memerangi penyebaran hoaks dan misinformasi.

Kampanye Kesadaran Publik: Pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan platform media sosial perlu bekerja sama dalam mengadakan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya sumber tidak terpercaya dan manipulasi media, serta cara mengidentifikasinya.

Regulasi Platform Media Sosial: Mendorong platform untuk lebih proaktif dalam mendeteksi dan menghapus konten yang menyesatkan, serta memberikan tanda peringatan pada informasi yang belum terverifikasi, dapat membantu mengurangi penyebaran informasi yang tidak akurat.

Mendorong Skeptisisme Sehat: Mendorong Gen Z untuk tidak menerima informasi secara langsung tanpa verifikasi, serta membiasakan mereka untuk mencari sumber alternatif dan melakukan cross-check terhadap informasi yang diterima.

Sumber tidak terpercaya dan manipulasi media dalam komunikasi politik di era digital merupakan tantangan signifikan yang mempengaruhi Gen Z. Untuk memastikan partisipasi politik yang sehat dan informed di kalangan generasi ini, diperlukan upaya kolektif dalam meningkatkan literasi digital, regulasi platform media sosial, dan promosi budaya skeptisisme yang sehat terhadap informasi yang diterima.

Strategi Menghadapi Misinformasi

Media sosial mempunyai kekuatan buat membuat berita menggunakan sangat cepat. Hal ini sanggup sebagai keuntungan, namun jua sebagai kasus besar. Misinformasi bisa menyebar lebih cepat daripada penjelasan yang benar, terutama pada platform menggunakan prosedur pemecahan yang cenderung menonjolkan berita yang kontroversial atau provokatif. Konten yang menarik perhatian lebih banyak orang yang akan lebih banyak dibagikan, tanpa mempedulikan kebenarannya.

Untuk mengatasi tantangan misinformasi, perlu adanya aneka macam taktik yang bisa diterapkan baik sang individu, pemerintah, juga platform media umum. Berikut merupakan beberapa langkah yang bisa diambil ;

a. Verifikasi Fakta Sebelum Membagikan

Sebelum mempercayai & menunjukkan berita, krusial buat memverifikasi keakuratan berita tersebut. Masyarakat, terutama Gen Z, perlu menyebarkan norma mempelajari keterangan melalui situs pengecekan keterangan (fact-checking) atau membandingkan berita berdasarkan aneka macam asal yang terpercaya. Dalam era digital yang serba cepat, media sosial telah menjadi platform utama bagi Generasi Z (Gen Z) untuk mengakses dan berbagi informasi.

Namun, kemudahan ini juga meningkatkan risiko penyebaran misinformasi. Oleh karena itu, verifikasi fakta sebelum membagikan informasi menjadi strategi krusial dalam menghadapi misinformasi. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai pentingnya verifikasi fakta dan langkah-langkah yang dapat diambil oleh Gen Z ;

b. Pentingnya Verifikasi Fakta

Dapat mencegah penyebaran misinformasi, dengan memverifikasi fakta sebelum membagikan, individu dapat memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan adalah akurat, sehingga mencegah penyebaran berita palsu yang dapat menyesatkan orang lain.

Dapat menjaga kredibilitas pribadi, dengan membagikan informasi yang salah dapat merusak reputasi dan kredibilitas seseorang di mata teman dan pengikutnya. Verifikasi fakta membantu menjaga integritas pribadi dalam komunitas digital.

Dapat mendukung diskusi publik yang sehat, dimana dalam hal ini informasi yang akurat adalah dasar dari diskusi dan debat yang konstruktif. Dengan memastikan kebenaran informasi, Gen Z dapat berkontribusi pada dialog yang lebih bermakna dalam masyarakat.

Langkah-langkah Verifikasi Fakta

Periksa sumber informasi terlebih dahulu, dengan selalu identifikasi sumber asli dari informasi yang diterima. Sumber yang kredibel biasanya memiliki reputasi yang baik dan transparan mengenai asal-usul informasi mereka.

Mengevaluasi kredibilitas sumber, dengan mempertimbangkan apakah sumber tersebut memiliki otoritas atau keahlian dalam topik yang dibahas. Sumber resmi, seperti lembaga pemerintah atau organisasi berita terkemuka, cenderung lebih dapat dipercaya.

Memeriksa tanggal publikasi, dimana informasi lama yang dibagikan kembali tanpa konteks dapat menyesatkan. Pastikan informasi tersebut masih relevan dengan situasi terkini.

Mencari konfirmasi dari sumber lain, dan jangan bergantung pada satu sumber saja. Cari informasi serupa dari sumber lain untuk memastikan konsistensi dan akurasi.

Menggunakan bantuan alat verifikasi fakta, dengan memanfaatkan situs web dan aplikasi yang didedikasikan untuk pengecekan fakta, seperti Snopes, FactCheck.org, atau TurnBackHoax.id di Indonesia.

Menganalisis konten visual, dimana untuk gambar atau video, gunakan alat seperti Google Reverse Image Search untuk memeriksa apakah media tersebut telah digunakan sebelumnya dalam konteks yang berbeda.

Dampak Positif Verifikasi Fakta

Dapat meningkatkan kualitas informasi, karena dengan memverifikasi fakta, kualitas informasi yang beredar di media sosial akan meningkat, yang pada gilirannya mendukung masyarakat yang lebih terinformasi.

Dapat mengurangi polarisasi, karena dengan adanya informasi yang akurat dapat mengurangi kesalahpahaman dan ketegangan yang sering timbul akibat misinformasi, sehingga membantu menciptakan lingkungan sosial yang lebih harmonis.

Dapat mendorong partisipasi politik yang informed, hal ini dalam konteks komunikasi politik, verifikasi fakta memastikan bahwa keputusan politik didasarkan pada informasi yang benar, yang esensial untuk fungsi demokrasi yang sehat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa memverifikasi fakta sebelum membagikan informasi adalah tanggung jawab individu yang memiliki dampak signifikan pada kualitas diskursus publik, terutama di kalangan Gen Z yang aktif di media sosial. Dengan menerapkan langkah-langkah verifikasi dan mendorong budaya literasi digital, Gen Z dapat menjadi agen perubahan dalam memerangi misinformasi dan mendukung komunikasi politik yang lebih sehat di era digital.

Pengembangan Literasi Media & Digital

Pendidikan literasi media yang baik wajib diberikan pada Gen Z semenjak dini. Literasi ini mencakup kemampuan buat menilai keaslian & dapat dipercaya berita, dan tahu bagaimana prosedur pemecahan bekerja pada media umum. Dengan demikian, mereka bisa lebih kritis terhadap berita yang diterima & disebarkan. Pengembangan literasi media dan digital merupakan aspek krusial dalam memahami komunikasi politik di era digital, khususnya terkait dengan pengaruh media sosial terhadap Generasi Z (Gen Z). Gen Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh bersama perkembangan pesat teknologi digital dan internet. Mereka sangat akrab dengan media sosial dan berbagai platform digital lainnya.

Namun, kedekatan ini tidak selalu sejalan dengan kemampuan kritis dalam memanfaatkan media tersebut, terutama dalam konteks komunikasi politik.

Dalam definisi literasi media dan digital, yaitu (1) literasi media adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan dalam berbagai bentuk media. Ini mencakup pemahaman tentang bagaimana media bekerja, bagaimana pesan disampaikan, dan bagaimana interpretasi dapat bervariasi di antara audiens yang berbeda. Sedangkan (2) literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif dan efisien. Ini melibatkan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat digital, serta kemampuan kritis dalam menilai informasi yang ditemukan secara online.

Dalam hal ini, pentingnya literasi media dan digital bagi Gen Z dalam komunikasi politik ;

- Dapat meningkatkan partisipasi politik, dengan literasi yang baik, Gen Z dapat lebih aktif dan efektif dalam partisipasi politik, seperti memahami program kandidat, berpartisipasi dalam diskusi politik online, dan membuat keputusan pemilu yang berdasarkan informasi.
- Dapat mencegah penyebaran misinformasi, karena dengan adanya kemampuan untuk mengevaluasi kebenaran informasi yang ditemukan di media sosial membantu Gen Z menghindari jebakan berita palsu dan propaganda politik.
- Dapat mengembangkan pemikiran lebih kritis, dengan literasi media dan digital mendorong Gen Z untuk tidak menerima informasi secara mentah-mentah, tetapi mempertanyakan sumber, konteks, dan tujuan dari pesan yang diterima.
- Terdapat studi kasus yang dapat memperkuat mengenai pengaruh literasi digital terhadap partisipasi politik Gen Z di Indonesia ; Sebuah penelitian yang dilakukan di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi politik Gen Z. Generasi ini cenderung menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi politik dan platform untuk mengekspresikan

pandangan mereka. Namun, kurangnya literasi digital dapat menyebabkan mereka terpapar misinformasi dan propaganda, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan politik mereka.

- Dalam pembahasan tersebut, pengembangan literasi media dan digital di kalangan Gen Z merupakan kebutuhan mendesak dalam era digital saat ini. Dengan literasi yang baik, Gen Z dapat menjadi partisipan aktif dan kritis dalam komunikasi politik, serta berkontribusi pada pembentukan masyarakat yang lebih informatif dan demokratis. Upaya kolaboratif antara individu, institusi pendidikan, pemerintah, dan platform digital diperlukan untuk mencapai tujuan ini.

Pemanfaatan Teknologi buat Deteksi Misinformasi

Penggunaan kecerdasan buatan (AI) & prosedur pemecahan buat mendeteksi & menandai konten yang mencurigakan bisa membantu mengurangi penyebaran hoaks. Platform media umum jua sanggup bekerja sama menggunakan organisasi pihak ketiga buat memverifikasi berita yang tersebar. Oleh karena itu, pengembangan dan penerapan teknologi deteksi misinformasi menjadi sangat penting. Sebelumnya pahami mengenai definisi misinformasi ; misinformasi: Informasi yang salah atau menyesatkan yang disebarkan tanpa niat jahat. Berbeda dengan disinformasi, yang disebarkan dengan tujuan menipu, misinformasi sering kali tersebar karena kurangnya verifikasi fakta oleh individu.

Di era digital, misinformasi dapat menyebar dengan cepat melalui platform media sosial, mempengaruhi opini publik, dan menciptakan polarisasi dalam masyarakat. Gen Z, meskipun melek teknologi, sering kali kesulitan membedakan antara informasi yang akurat dan yang menyesatkan.

Dengan bantuan teknologi yang dapat membantu kita untuk mendeteksi adanya misinformasi, diantara lain ;

- Algoritma pembelajaran mesin (Machine Learning), dimana algoritma ini dilatih untuk mengenali pola dalam data yang menunjukkan kemungkinan misinformasi. Dengan menganalisis teks, gambar, dan

metadata, algoritma dapat menandai konten yang mencurigakan untuk ditinjau lebih lanjut.

- Pemrosesan bahasa alami (Natural Language Processing - NLP), dimana teknologi NLP memungkinkan analisis konteks dan sentimen dalam teks, membantu dalam mengidentifikasi informasi yang mungkin menyesatkan atau salah.
- Jaringan saraf tiruan (Neural Networks) yang dapat digunakan untuk menganalisis dan mengenali pola kompleks dalam data, jaringan saraf tiruan dapat membantu dalam mendeteksi misinformasi dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi.
- Alat pemeriksa fakta otomatis (Automated Fact-Checking Tools), beberapa platform telah mengembangkan alat yang secara otomatis memverifikasi klaim yang dibuat dalam konten digital, memberikan peringatan kepada pengguna jika informasi tersebut diragukan.

Terdapat berbagai Implementasi Teknologi dalam Platform Media Sosial, yaitu ;

1. Facebook: Menggunakan kombinasi algoritma dan pemeriksa fakta manusia untuk mengidentifikasi dan menandai misinformasi. Konten yang dianggap menyesatkan diberi label peringatan, dan distribusinya dikurangi.
2. Twitter: Menerapkan label peringatan pada tweet yang mengandung informasi yang dipertanyakan, serta membatasi penyebarannya untuk mencegah viralnya misinformasi.
3. YouTube: Menggunakan algoritma untuk mendeteksi konten yang melanggar pedoman komunitas terkait misinformasi dan bekerja sama dengan pemeriksa fakta independen untuk meninjau konten yang dilaporkan.

Dalam hal ini, peran Gen Z penting dalam menghadapi misinformasi, karena : (1) Gen Z memiliki keahlian dalam menggunakan alat digital yang dapat dimanfaatkan untuk mendeteksi dan melawan penyebaran hoaks dan misinformasi. Mereka dapat belajar menggunakan algoritma pencarian, situs pemeriksa fakta, dan platform media sosial untuk menyebarkan informasi

yang benar dan memerangi konten yang salah. (2) Meskipun terbiasa dengan teknologi, Gen Z perlu terus mengembangkan kemampuan berpikir kritis untuk menilai kredibilitas sumber informasi dan tidak mudah terpengaruh oleh konten yang viral tanpa verifikasi. (3) Gen Z dapat menjadi advokat untuk kebenaran dan integritas informasi dengan mempromosikan literasi digital di komunitas mereka, membantu orang lain memahami pentingnya verifikasi informasi sebelum membagikannya.

Terdapat studi kasus yang membahas mengenai inisiatif pemerintah Indonesia dalam menangani misinformasi, dimana pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), telah mengimplementasikan tiga strategi utama dalam menangani hoaks dan misinformasi:

1. Peningkatan Literasi Digital, dengan meningkatkan kecakapan digital masyarakat untuk menghadapi ancaman keamanan siber non-teknis seperti scam, phishing, hoaks, dan disinformasi.
2. Kolaborasi dengan Platform Digital, dengan bekerja sama dengan platform media sosial untuk mendeteksi dan menghapus konten yang mengandung misinformasi.
3. Penegakan Hukum, dengan menindak tegas penyebar hoaks melalui jalur hukum untuk memberikan efek jera dan menjaga integritas informasi di ruang digital.

Peningkatan Peran Pemerintah & Regulasi

Pemerintah bisa mengimplementasikan kebijakan yang mendorong transparansi pada penyebaran berita pada media umum & memastikan bahwa berita yang tersebar mematuhi baku kebenaran. Hal ini juga meliputi pemberlakuan regulasi yang lebih ketat terhadap platform media umum yang membuat berita palsu. Peningkatan peran pemerintah dan regulasi dalam strategi menghadapi misinformasi menjadi aspek krusial dalam komunikasi politik di era digital, khususnya terkait pengaruh media sosial terhadap Gen Z yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi informasi, sering kali terpapar oleh berbagai jenis informasi, termasuk misinformasi yang dapat memengaruhi pemahaman dan sikap politik mereka.

Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melindungi masyarakat dari dampak negatif misinformasi, terutama yang dapat memengaruhi proses demokrasi dan pemilu. Langkah-langkah yang dapat diambil antara lain :

Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami dan menganalisis informasi digital untuk membedakan antara fakta dan hoaks. Program seperti Gerakan Nasional Literasi Digital (Siberkreasi) yang diinisiasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bertujuan untuk meningkatkan kecakapan digital masyarakat melalui kampanye, kelas pendidikan, dan pelatihan literasi digital.

Menyusun regulasi yang mengatur penyebaran informasi di media sosial, termasuk sanksi bagi penyebar misinformasi. Pemerintah dapat bekerja sama dengan platform digital untuk menutup akses konten atau akun yang terindikasi menyebarkan hoaks.

Bekerja sama dengan penyedia platform digital untuk memoderasi konten dan menghapus informasi yang tidak akurat atau menyesatkan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa platform digital tidak menjadi sarana penyebaran misinformasi yang merugikan masyarakat.

Mendukung penegakan hukum oleh aparat penegak hukum terhadap individu atau kelompok yang menyebarkan misinformasi dengan niat jahat. Penegakan hukum yang tegas dapat memberikan efek jera dan mencegah penyebaran misinformasi lebih lanjut.

Regulasi yang relevan dalam mengatasi misinformasi, terdapat pada regulasi ;

- Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE): Mengatur tentang penyebaran informasi elektronik yang melanggar hukum, termasuk penyebaran hoaks. UU ITE memberikan dasar hukum bagi pemerintah untuk menindak penyebaran informasi yang merugikan masyarakat.
- Peraturan Pemerintah tentang Penanganan Konten Negatif di Internet: Mengatur mekanisme penanganan konten negatif di internet, termasuk misinformasi, dengan melibatkan berbagai pihak seperti Kominfo, penyedia layanan internet, dan masyarakat.

- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Penanganan Konten Negatif di Internet: Memberikan pedoman teknis bagi Kominfo dalam menangani konten negatif di internet, termasuk prosedur pemblokiran dan penghapusan konten yang melanggar.

Dalam hal ini, terdapat studi kasus yang membahas mengenai upaya pemerintah Indonesia dalam mengatasi misinformasi, yaitu dimana pemerintah Indonesia melalui Kominfo telah mengimplementasikan tiga strategi utama dalam menangani hoaks dan misinformasi:

1. Upstream (Hulu), yaitu melakukan peningkatan literasi digital masyarakat melalui kampanye, kelas pendidikan, dan pelatihan literasi digital. Gerakan Nasional Literasi Digital (Siberkreasi) menjadi salah satu inisiatif untuk meningkatkan kecakapan digital masyarakat.
2. Midstream (Tengah), yaitu melakukan pengecekan fakta dan validasi informasi yang mengandung hoaks melalui moderasi konten dan pemutusan akses konten hoaks. Langkah ini melibatkan kolaborasi dengan platform digital untuk menandai atau menghapus konten yang tidak akurat.
3. Downstream (Hilir), yaitu mendukung penegakan hukum oleh aparat penegak hukum terhadap individu atau kelompok yang menyebarkan misinformasi dengan niat jahat. Penegakan hukum yang tegas diharapkan dapat memberikan efek jera dan mencegah penyebaran misinformasi lebih lanjut.
4. Kampanye Publik untuk Edukasi Media Sosial

Kampanye pencerahan pada media umum bisa membantu buat menaikkan pemahaman masyarakat, khususnya Gen Z, mengenai bahaya misinformasi & pentingnya menyebarkan berita yang benar. Kampanye ini sanggup berbentuk video edukatif, artikel, atau konten visual yang menarik. Kampanye publik untuk edukasi media sosial merupakan inisiatif yang bertujuan meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya Generasi Z (Gen Z), dalam memahami, menganalisis, dan memanfaatkan media sosial secara bijak, sehingga penting bagi mereka untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang dinamika dan dampak media sosial terhadap kehidupan pribadi, sosial, dan politik.

Edukasi media sosial bertujuan untuk membekali Gen Z dengan keterampilan kritis dalam menavigasi dunia digital, sehingga mereka dapat ;

- Membedakan informasi yang valid dan hoaks, dimana kemampuan ini penting untuk mencegah penyebaran misinformasi yang dapat merugikan individu maupun masyarakat.
- Memahami dampak penggunaan media sosial terhadap kesehatan mental, dengan kesadaran ini membantu mereka mengelola waktu dan interaksi di media sosial secara sehat.
- Berpartisipasi secara positif dalam diskusi online, dengan memahami etika berkomunikasi di dunia maya, Gen Z dapat terlibat dalam diskusi yang konstruktif dan menghargai perbedaan pendapat.
- Terdapat studi kasus yang membahas mengenai kampanye edukasi media sosial di Indonesia ; Di Indonesia, berbagai inisiatif telah dilakukan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan Gen Z. Salah satu contohnya adalah program yang diselenggarakan oleh Universitas Negeri Jember bekerja sama dengan Dinas Kominfo Kabupaten Lumajang. Dalam acara tersebut, mahasiswa Fakultas Hukum mengajak rekan-rekannya untuk bijak dalam menggunakan media sosial dan lebih selektif dalam menyaring informasi, khususnya menjelang Pilkada 2024. Mereka menekankan pentingnya memahami etika dan tanggung jawab dalam berkomunikasi di media sosial agar tidak mudah terjebak dalam isu yang memecah belah masyarakat.
- Selain itu, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Kota Kediri memanfaatkan media sosial sebagai upaya peningkatan partisipatif Gen Z dalam pengawasan pemilu 2024. Mereka menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menyebarkan informasi edukatif mengenai pentingnya partisipasi dalam pengawasan pemilu, dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan keterlibatan Gen Z dalam proses demokrasi.

Terdapat dampak positif dari kampanye edukasi media sosial, antara lain ;

- Meningkatkan Literasi Digital: Gen Z menjadi lebih mampu memilah informasi yang akurat dan tidak mudah terpengaruh oleh hoaks atau misinformasi.
- Mendorong Partisipasi Politik yang Informed: Dengan pemahaman yang lebih baik tentang media sosial, Gen Z dapat terlibat dalam diskusi politik secara lebih kritis dan konstruktif, serta membuat keputusan yang lebih baik dalam pemilu.
- Membangun Komunitas Online yang Sehat: Edukasi mengenai etika berinternet dapat mengurangi perilaku negatif seperti cyberbullying dan hate speech, serta mendorong interaksi yang lebih positif di dunia maya.

5.3 Edukasi Media untuk Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang sangat peka terhadap media sosial dan teknologi digital. Oleh karena itu, pendidikan media yang tepat diperlukan agar tidak mudah terpengaruh oleh misinformasi, terutama dalam konteks komunikasi politik. Untuk Gen Z, Anda dapat mengikuti langkah-langkah pendidikan media berikut:

A. Mengidentifikasi sumber informasi yang dapat dipercaya

Generasi Z harus diajarkan untuk mengidentifikasi sumber informasi yang dapat dipercaya dan diverifikasi. Hal ini termasuk memahami perbedaan antara media arus utama dan media alternatif serta mengevaluasi kredibilitas sumber.

B. Lebih kritis terhadap konten yang dibagikan

Generasi Z perlu dilatih berpikir kritis dalam melihat informasi politik di media sosial. Mengajari mereka untuk selalu memeriksa fakta dan mengevaluasi sumber sebelum membagikan atau menyebarkan informasi dapat membantu mengurangi penyebaran informasi yang salah.

C. Memahami Dampak Media Sosial terhadap Politik

Generasi Z perlu dibekali pendidikan politik digital untuk membantu mereka memahami bagaimana media sosial memengaruhi persepsi dan keputusan politik mereka. Kita perlu menyadari bahwa media sosial dapat digunakan untuk memanipulasi opini publik dan mempengaruhi keputusan politik seperti pemilu.

D. Memanfaatkan Platform untuk Edukasi Positif

Platform seperti TikTok, YouTube, dan Instagram dapat digunakan untuk mengedukasi Gen Z tentang literasi media. Pelajari cara mengidentifikasi misinformasi dan terlibat dalam debat politik yang sehat melalui video menarik dan konten interaktif.

E. Kampanye anti-misinformasi dengan pendekatan kreatif

Kampanye kesadaran yang menasar Generasi Z harus didasarkan pada pendekatan yang relevan dengan cara mereka berinteraksi dengan media. Penggunaan humor, gambar yang menarik, dan pesan yang ringkas bisa lebih efektif dalam menarik perhatian dan mendidik tentang bahaya misinformasi politik.

F. Mengajarkan Etika dalam Percakapan Politik di Media Sosial

Generasi Z perlu diajarkan pentingnya etika dalam perbincangan politik di media sosial. Termasuk menghormati pendapat orang lain, menghindari penyebaran ujaran kebencian, dan tidak menyebarkan berita yang belum terverifikasi.

Referensi

https://kumparan.com/salsabila-nur-shandrina/dampak-media-sosial-terhadap-persepsi-politik-gen-z-kritis-atau-mudah-terkecoh-23bGBca7oeV?utm_source

https://www.kompasiana.com/zahraavisa9374/659b6713c57afb6f1e12ed82/etika-komunikasi-politik-di-era-digital-tantangan-dan-solusi-menuju-pemilu-serentak-2024?utm_source

https://timesindonesia.co.id/kopi-times/517973/algoritma-dan-pilihan-politik-gen-z?utm_source

https://pchukumsosial.org/index.php/pchs/article/download/68/56/256?utm_source

https://kpi.iainpare.ac.id/2023/12/opini-pengaruh-media-sosial-terhadap.html?utm_source

https://jurnal.uns.ac.id/jurnalpustakailmiah/article/download/85775/47241?utm_source

https://langgam.id/dari-meme-hingga-gerakan-dampak-media-sosial-terhadap-partisipasi-politik-gen-z/?utm_source

https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/iptekkom/article/view/3378/1474?utm_source

https://www.tempo.co/politik/digital-native-atau-naive-generasi-z-di-indonesia-cenderung-percaya-info-dari-pemerintah-tapi-kesulitan-mendeteksi-hoaks-833558?utm_source

https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/5b2orA6k-google-dan-youtube-bekali-masyarakat-untuk-deteksi-misinformasi?utm_source

<https://m.antaranews.com/berita/3481137/gen-z-dinilai-punya-kesadaran-untuk-uji-kebenaran-informasi-medsos>

https://aptika.kominfo.go.id/2023/11/kementerian-kominfo-lawan-hoaks-dari-hulu-ke-hilir-untuk-cegah-disinformasi/?utm_source

https://setkab.go.id/inilah-tiga-langkah-pemerintah-cegah-penyebaran-hoaks-melalui-medsos/?utm_source

BAB 6

KETERLIBATAN GEN Z DALAM PEMILU

6.1 Keterlibatan Gen Z dalam Pemilu

Generasi Z (Gen Z), yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 memainkan peran signifikan dalam dinamika politik Indonesia, khususnya dalam konteks Pemilihan Umum (Pemilu) tahun ini (2024). Sebagai kelompok yang tumbuh bersama teknologi digital, Gen Z memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi partisipasi politik mereka. Point – point yang akan dibahas pada bagian ini meliputi :

A. Tingkat Partisipasi Politik Gen Z

Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU), Gen Z merupakan kelompok pemilih terbesar ketiga dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) Pemilu 2024, yang bisa dikatakan bahwa pada pemilu 2024 di dominasi oleh generasi muda dengan 33,60% dari generasi milenial dan 22,85% dari generasi Z, yang mencakup lebih dari separuh total pemilih dengan jumlah sekitar 46,8 juta pemilih.

Generasi Z dikenal aktif di media sosial, yang berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan informasi politik dan memengaruhi opini publik²³. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap partisipasi politik mereka, dengan 80,3% responden merasa lebih terinformasi dan terlibat⁴⁶. Keterlibatan ini mencerminkan potensi mereka dalam membentuk arah kebijakan publik yang lebih responsif terhadap kebutuhan generasi muda.

Meskipun jumlahnya signifikan, partisipasi politik Gen Z di Indonesia masih terbilang rendah. Muhammad Danu Winata, pakar Komunikasi Politik Universitas Negeri Surabaya, menyatakan bahwa dari aspek kuantitas, sebanyak 60 persen pemilih berasal dari Generasi Z, namun partisipasi politik mereka masih perlu ditingkatkan.

Gen Z juga lebih mudah terhubung dengan kandidat, partai politik, dan isu politik melalui media sosial. Mereka aktif berdiskusi, berbagi informasi, bahkan melakukan kampanye melalui platform-platform media sosial. Melalui media sosial, Gen Z dapat mengeksplorasi berbagai isu politik, mendapatkan perspektif yang berbeda, dan berpartisipasi dalam kegiatan politik seperti kampanye digital, petisi online, atau bahkan mempengaruhi teman-teman mereka untuk memilih.

Data terbaru menunjukkan bahwa Gen Z memiliki potensi yang besar dalam menentukan hasil Pemilu 2024. Menurut beberapa survei dan riset yang dilakukan oleh lembaga seperti Lembaga Survei Indonesia (LSI) dan Indo Barometer, berikut adalah beberapa data penting mengenai tingkat partisipasi politik Gen Z ;

1. Survey Pemilih Muda

- Sebuah survei oleh **Indo Barometer** (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% pemilih muda (dalam rentang usia 18-24 tahun) memiliki kecenderungan untuk menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi politik mereka.
- Survei **LSI** (2023) mencatat bahwa sekitar 40-45% pemilih muda menyatakan bahwa mereka akan memilih berdasarkan informasi yang mereka dapatkan di media sosial, baik dari influencer politik maupun media digital lainnya.

2. Tingkat Partisipasi dalam Kampanye Digital

- Penelitian oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023) mengungkapkan bahwa 56% Gen Z yang aktif di media sosial terlibat dalam kegiatan kampanye digital, seperti berbagi posting, mengunggah konten politik, atau mendukung calon tertentu di platform media sosial.
- Gen Z juga dikenal aktif dalam diskusi politik melalui grup-grup WhatsApp atau Facebook, yang menjadi ruang untuk bertukar opini dan memperdebatkan isu-isu penting, termasuk Pemilu 2024.

3. Pemilih Gen Z dalam Pemilu 2024

- Berdasarkan data dari **Komisi Pemilihan Umum** (KPU), sekitar 25% dari total pemilih di Pemilu 2024 akan berasal dari generasi Z. Dengan populasi

sekitar 72 juta orang yang masuk dalam kategori Gen Z, angka ini menunjukkan pengaruh besar mereka dalam menentukan hasil Pemilu.

- Gen Z juga diperkirakan akan lebih memilih kandidat yang mereka anggap berhubungan dengan isu-isu sosial dan ekonomi yang penting bagi mereka, seperti perubahan iklim, pendidikan, dan ekonomi digital.

Dengan adanya data – data yang berkaitan dengan partisipasi Gen Z dalam pemilu tahun ini, tidak langsung berjalan begitu saja, melainkan lahirnya beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat partisipasi politik Gen Z dalam Pemilu 2024 antara lain, seperti ;

- Gen Z sangat dipengaruhi oleh influencer dan tokoh digital yang mereka ikuti di med osial. Banyak influencer yang terlibat dalam kampanye politik atau berbicara tentang pentingnya berpartisipasi dalam pemilu. Ini membuka peluang besar untuk meningkatkan kesadaran politik di kalangan pemilih muda.
- Gen Z cenderung lebih terlibat dalam gerakan-gerakan sosial yang berfokus pada keadilan sosial, lingkungan hidup, dan hak asasi manusia. Kampanye yang menekankan nilai-nilai ini seringkali menarik perhatian mereka dan memotivasi mereka untuk ikut berpartisipasi dalam Pemilu.
- Akses yang lebih luas terhadap teknologi dan internet memungkinkan Gen Z untuk lebih mudah mengakses informasi tentang calon, partai politik, dan isu-isu penting yang akan dihadapi dalam Pemilu 2024. Namun, kesenjangan digital di beberapa daerah masih menjadi tantangan.

Tingkat partisipasi politik Gen Z dalam Pemilu 2024 memiliki potensi yang sangat besar, terutama dengan adanya pengaruh media sosial yang sangat kuat. Namun, tantangan dalam meningkatkan pemahaman politik dan mengatasi disinformasi masih perlu diperhatikan. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan literasi politik di kalangan Gen Z, serta memastikan bahwa mereka memiliki akses yang cukup untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan menjelang Pemilu 2024.

B. Strategi untuk Mendorong Partisipasi

Untuk mendorong partisipasi Gen Z dalam pemilu 2024, kita perlu memahami karakteristik khas dari generasi ini dan bagaimana mereka berinteraksi dengan

media sosial. Gen Z, yang lahir antara 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan media sosial. Oleh karena itu, strategi untuk melibatkan mereka dalam proses pemilu harus berbasis pada pemahaman tentang cara mereka berkomunikasi, mencari informasi, dan membuat keputusan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mendorong partisipasi Gen Z dalam pemilu 2024, khususnya melalui pendekatan komunikasi politik di era digital ;

1. Penyuluhan melalui Platform Digital yang Populer

Gen Z sangat aktif di media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang efektif harus memanfaatkan platform-platform ini. Kampanye pemilu dapat dijalankan melalui konten visual dan video singkat yang menarik perhatian mereka, seperti:

- Video Edukasi dan Infografis, yaitu membuat video yang menjelaskan cara memilih, hak suara, dan pentingnya partisipasi dalam pemilu.
- TikTok dan Instagram Reels dengan menggunakan fitur video pendek untuk menyampaikan pesan yang informatif dan mudah dicerna, dengan gaya yang santai dan relevan.
- Kolaborasi dengan Influencer, dengan menggandeng influencer yang memiliki pengaruh besar di kalangan Gen Z untuk menyebarkan pesan penting terkait pemilu dan pentingnya partisipasi politik.

2. Penggunaan Bahasa yang Akrab dan Tidak Formal

Gen Z cenderung tidak menyukai komunikasi yang terlalu formal atau terkesan "berjarak". Oleh karena itu, penting untuk menggunakan bahasa yang lebih santai dan bersahabat namun tetap informatif. Hal ini dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dan mudah diterima oleh mereka, dengan cara ;

- Pemanfaatan Memes dan GI, dengan memasukkan elemen humor seperti meme, GIF, atau humor ringan yang relevan dengan isu politik dapat membuat pesan menjadi lebih menarik dan mudah diingat.

- Hashtags Kreatif, dengan membuat hashtag yang mudah diingat dan dapat digunakan secara viral di media sosial, misalnya #SuaraGenZ atau #PemiluJamanNow.

3. Interaktivitas dan Keterlibatan Langsung

Gen Z menginginkan komunikasi yang bersifat dua arah, bukan hanya menerima informasi. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan ruang interaktif di mana mereka bisa mengajukan pertanyaan, berdiskusi, dan memberikan pendapat tentang isu-isu pemilu. Beberapa cara untuk mendorong keterlibatan langsung adalah:

- Polling dan Kuis di Instagram Stories, dengan membuat polling atau kuis terkait isu-isu pemilu untuk menarik perhatian mereka.
- Live Streaming, dengan mengadakan sesi tanya jawab langsung dengan politisi atau ahli di media sosial, sehingga Gen Z dapat berinteraksi secara langsung dan memperoleh informasi yang lebih dalam tentang kandidat atau proses pemilu.

4. Transparansi dan Kejelasan Informasi

Gen Z sangat peduli dengan keaslian dan transparansi, serta sering kali skeptis terhadap informasi yang tidak jelas sumbernya. Untuk meningkatkan kepercayaan mereka, kampanye politik harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, jujur, dan mudah diakses.

- Infografis yang Mudah Dipahami, bisa dengan membuat infografis yang sederhana namun lengkap mengenai proses pemilu, program kandidat, serta hak-hak pemilih.
- Fakta vs Hoax, karena kampanye pemilu perlu proaktif dalam membasmi hoaks atau informasi yang salah yang dapat menyesatkan Gen Z, dengan menyajikan fakta yang jelas dan terpercaya.

5. Menghubungkan Isu Pemilu dengan Nilai-nilai yang Dihargai Gen Z

Gen Z cenderung sangat peduli dengan isu-isu sosial, seperti perubahan iklim, keadilan sosial, hak asasi manusia, dan kesejahteraan mental. Oleh

karena itu, penting untuk mengaitkan isu-isu pemilu dengan nilai-nilai yang mereka hargai.

- Kampanye yang Berfokus pada Isu Sosial, dengan menyuarakan bagaimana pemilu 2024 akan mempengaruhi isu-isu yang dekat dengan mereka, seperti kebijakan iklim, pendidikan, atau hak-hak pekerja muda.
- Konten yang Menginspirasi, dengan mengangkat cerita sukses atau tokoh muda yang berperan dalam perubahan sosial dan politik untuk menginspirasi Gen Z agar mereka merasa bahwa suara mereka penting.

6. Fasilitasi Akses dan Kemudahan untuk Voting

Salah satu kendala terbesar yang dapat menghambat partisipasi Gen Z adalah ketidaktahuan tentang cara untuk memilih atau kesulitan dalam mengakses tempat pemungutan suara. Oleh karena itu, kampanye pemilu harus memastikan bahwa mereka tahu cara untuk terlibat secara praktis.

- Panduan Pemilu Digital, dengan menyediakan panduan tentang cara mendaftar untuk memilih, di mana dan bagaimana mereka bisa memberikan suara, dan apa yang harus dipersiapkan.
- Aplikasi Pemilu, dengan mengembangkan aplikasi atau website yang memudahkan pemilih untuk mencari informasi terkait pemilu, seperti lokasi TPS, jadwal pemilu, atau prosedur pencoblosan.

7. Membuat Proses Pemilu Lebih Menarik dan Relevan

Gen Z lebih tertarik pada hal-hal yang dapat memberikan dampak langsung pada kehidupan mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengkomunikasikan bahwa pemilu bukan hanya tentang memilih presiden, tetapi juga mempengaruhi kebijakan yang langsung berkaitan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

- Kampanye yang Menyoroti Dampak Langsung, dengan mengajak Gen Z untuk melihat bagaimana pilihan mereka di pemilu dapat memengaruhi isu-isu penting seperti pendidikan, peluang kerja, dan hak-hak digital.
- Konten yang Dapat Diterima dan Relatable, dengan menggunakan narasi yang relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari dan

menunjukkan bahwa pemilu adalah kesempatan mereka untuk mengubah masa depan.

8. Membangun Kepercayaan pada Proses Demokrasi

Kepercayaan terhadap sistem demokrasi di kalangan Gen Z bisa bervariasi, terutama jika mereka melihat ketidakadilan atau kurangnya transparansi. Kampanye pemilu harus berfokus pada pemahaman dan pemeliharaan integritas sistem pemilu. Dengan kampanye tentang transparansi pemilu yang dapat menerangkan bagaimana proses pemilu dilakukan dengan jujur dan adil, serta berikan bukti kProses pemilu dengan menampilkan tokoh-tokoh atau figur publik yang dipercaya oleh Gen Z untuk berbicara tentang pentingnya mengikuti proses pemilu.

9. Penyuluhan Mengenai Teknologi dan Keamanan Digital

Mengingat banyaknya penyebaran informasi yang salah melalui media sosial, penting untuk memberikan edukasi mengenai cara memilah informasi yang benar dan aman. Gen Z harus diberi pemahaman tentang bagaimana memastikan bahwa informasi yang mereka terima adalah valid dan berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Dengan cara mengedukasi Gen Z tentang cara memverifikasi informasi yang mereka terima di media sosial dan pentingnya berpikir kritis sebelum membagikan konten.

10. Gamifikasi dan Penghargaan

Gamifikasi dapat membuat partisipasi politik terasa lebih menyenangkan dengan dilakukannya penggunaan aplikasi atau platform yang memberikan insentif virtual untuk keterlibatan dalam kampanye politik serta dapat mengadakan kompetisi berbasis kreativitas, seperti membuat video atau desain poster bertema pemilu, dengan hadiah menarik.

Strategi untuk mendorong partisipasi Gen Z dalam pemilu 2024 perlu mengintegrasikan teknologi digital dengan cara yang relevan dan menarik bagi mereka, diibantu dengan cara memahami karakteristik Gen Z, yaitu pendekatan kreatif, interaktif, dan berbasis isu yang relevan dengan kehidupan mereka mencerminkan bagaimana media sosial dapat digunakan secara efektif

untuk melibatkan mereka. Serta literasi digital dimana dalam era digital, hoaks dan disinformasi menjadi tantangan utama. Strategi literasi digital dan edukasi anti-hoaks mengatasi masalah ini dengan meningkatkan kemampuan Gen Z memverifikasi informasi. Melalui pendekatan yang berbasis pada media sosial, komunikasi yang transparan, interaktif, dan berfokus pada nilai-nilai yang penting bagi Gen Z, partisipasi mereka dapat dimaksimalkan. Pemilu 2024 dapat menjadi momentum untuk meningkatkan kesadaran politik di kalangan Gen Z dan memastikan mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga kontributor aktif dalam proses demokrasi.

6.3 Analisis Pemilu Terakhir (Pemilu tahun 2024): Peran Gen Z

Dalam Pemilu 2024, Gen Z menunjukkan antusiasme yang meningkat dalam berpartisipasi. Meskipun demikian, tantangan seperti apatisme politik dan kurangnya informasi yang akurat masih menjadi hambatan. Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik memiliki dampak positif, namun juga rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak valid. Secara keseluruhan, peran Gen Z dalam Pemilu 2024 menjadi penentu arah masa depan politik Indonesia. Dengan jumlah yang signifikan dan karakteristik yang unik, Gen Z memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif dalam proses demokrasi, asalkan didukung dengan strategi yang tepat untuk meningkatkan partisipasi dan kesadaran politik mereka.

Dalam Pemilu 2024, Generasi Z yang mencakup individu berusia antara 11 hingga 26 tahun menunjukkan peningkatan antusiasme dalam berpartisipasi. Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU), dari total **204.807.222** pemilih, sekitar **46,8 juta** merupakan Gen Z, menjadikan mereka salah satu kelompok pemilih terbesar. Antusiasme Gen Z terlihat dari keterlibatan mereka dalam berbagai diskusi politik di media sosial, partisipasi dalam kampanye digital, dan kehadiran di berbagai acara politik. Mereka memanfaatkan platform digital untuk menyuarakan opini, mendukung kandidat, dan mengadvokasi isu-isu yang mereka anggap penting, seperti lingkungan hidup, kesetaraan gender, dan keadilan sosial.

Namun, tantangan signifikan masih dihadapi, apatisme politik di kalangan Gen Z disebabkan oleh ketidakpercayaan terhadap sistem politik, merasa suara mereka tidak berdampak, atau kurangnya pemahaman mendalam tentang proses politik. Selain itu, kurangnya informasi yang akurat menjadi hambatan, terutama dengan maraknya disinformasi dan hoaks di media sosial yang dapat membingungkan dan menyesatkan pemilih muda.

Media sosial memainkan peran ganda dalam konteks ini. Di satu sisi, platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi sumber utama informasi politik bagi Gen Z, memungkinkan akses cepat dan interaksi langsung dengan kandidat atau isu tertentu. Di sisi lain, media sosial rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak valid, yang dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan politik mereka.

Secara keseluruhan, peran Gen Z dalam Pemilu 2024 sangat signifikan dan berpotensi menentukan arah masa depan politik Indonesia. Dengan jumlah yang besar dan karakteristik yang unik, terutama dalam hal literasi digital dan kepedulian terhadap isu-isu progresif, Gen Z memiliki kapasitas untuk membawa perubahan positif dalam proses demokrasi. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, diperlukan strategi yang tepat guna meningkatkan partisipasi dan kesadaran politik mereka. Strategi tersebut meliputi edukasi politik yang komprehensif, peningkatan literasi digital untuk menangkal disinformasi, dan penyediaan platform yang memungkinkan partisipasi aktif mereka dalam proses politik.

Dengan adanya karakteristik – karakteristik Gen Z yang unik, terutama dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial, menjadi faktor utama yang memengaruhi pola partisipasi mereka dalam pemilu 2024, seperti ; Gen Z aktif memanfaatkan media sosial untuk menyuarakan opini politik, mendukung kandidat, dan membahas isu-isu penting yang relevan dengan kehidupan mereka. Platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube

menjadi arena utama bagi Gen Z untuk terlibat dalam diskusi politik. Mereka cenderung tertarik pada kandidat atau partai yang mampu menyampaikan pesan dengan cara kreatif, otentik, dan berbasis data. Kampanye digital yang dilakukan oleh para kandidat pada Pemilu 2024 terbukti berhasil menarik perhatian Gen Z, terutama yang menggunakan pendekatan interaktif seperti video pendek, infografik, dan live streaming. Menurut penelitian terbaru, sekitar 65% pemilih muda di Indonesia mendapatkan informasi politik melalui media sosial, dan lebih dari 40% dari mereka terlibat dalam aktivitas politik daring, seperti membagikan konten kampanye, berpartisipasi dalam polling, atau berdiskusi dalam forum online. Fakta ini menunjukkan bahwa keterlibatan Gen Z dalam Pemilu 2024 tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif dalam membentuk opini publik di dunia digital.

Meskipun ada peningkatan antusiasme, tantangan yang dihadapi Gen Z dalam Pemilu 2024 masih cukup signifikan. Apatisme politik tetap menjadi salah satu kendala utama, terutama di kalangan pemilih muda yang merasa bahwa suara mereka tidak akan memberikan dampak signifikan dalam perubahan politik. Selain itu, maraknya disinformasi dan hoaks di media sosial juga menjadi tantangan besar. Banyak dari Gen Z yang terpapar informasi yang tidak akurat, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kandidat atau partai tertentu.

Penelitian menunjukkan bahwa 70% pemilih muda di Indonesia pernah terpapar hoaks terkait politik di media sosial selama periode kampanye Pemilu 2024. Kurangnya kemampuan untuk memverifikasi informasi ini membuat sebagian dari mereka mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak valid. Oleh karena itu, literasi digital dan edukasi politik menjadi elemen penting untuk mengatasi masalah ini.

Media sosial memiliki peran sentral dalam membentuk pandangan politik Gen Z pada Pemilu 2024. Platform ini memberikan akses cepat dan luas terhadap informasi politik, sekaligus memungkinkan interaksi langsung dengan kandidat atau isu tertentu. Namun, meskipun media sosial dapat

meningkatkan kesadaran politik, penggunaannya yang tidak terkontrol juga membuka peluang bagi penyebaran informasi yang bias atau palsu.

Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa inisiatif telah dilakukan, seperti kampanye anti-hoaks oleh penyelenggara pemilu dan komunitas digital yang fokus pada edukasi politik. Misalnya, beberapa lembaga menggunakan fitur interaktif seperti live streaming dengan para ahli politik untuk menjawab pertanyaan pemilih muda secara langsung. Selain itu, beberapa partai politik juga menggunakan pendekatan berbasis data untuk menyampaikan informasi secara transparan kepada pemilih Gen Z.

Secara keseluruhan, peran Gen Z dalam Pemilu 2024 sangat signifikan karena jumlah mereka yang besar dan karakteristik mereka yang unik. Generasi ini tidak hanya menjadi pemilih, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk narasi politik melalui media sosial. Dengan kepedulian mereka terhadap isu-isu progresif seperti lingkungan, kesetaraan gender, dan keadilan sosial, Gen Z memiliki potensi untuk membawa perubahan positif dalam politik Indonesia.

Namun, untuk memastikan potensi ini dapat direalisasikan, diperlukan strategi yang tepat. Pendidikan politik yang komprehensif, peningkatan literasi digital, dan kampanye yang kreatif dan inklusif sangat penting untuk meningkatkan partisipasi mereka. Jika dioptimalkan, Gen Z dapat menjadi motor penggerak demokrasi yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan generasi muda di Indonesia. Berikut adalah analisis peran Gen Z dalam Pemilu 2024 beserta sumber referensinya ;

1. Dominasi Gen Z sebagai Pemilih Digital Natives

- Analisis: Gen Z menjadi salah satu kelompok pemilih terbesar dalam Pemilu 2024, dengan proporsi sekitar 22,85% dari total daftar pemilih tetap (DPT). Sebagai generasi digital natives, Gen Z memanfaatkan media sosial untuk mempelajari kandidat, berdiskusi, dan memengaruhi opini publik.

- Relevansi: Media sosial menjadi saluran utama komunikasi politik bagi Gen Z, menciptakan ruang dialog yang dinamis dan memungkinkan mereka menjadi agen perubahan dalam narasi politik.

2. Partisipasi Aktif di Media Sosial

- Analisis: Dalam Pemilu 2024, Gen Z menunjukkan partisipasi aktif dengan menciptakan dan menyebarkan konten politik, seperti meme, video edukasi, dan infografis. Mereka juga terlibat dalam kampanye digital dengan mendukung kandidat tertentu atau menyuarakan isu yang mereka anggap penting, seperti lingkungan hidup, hak asasi manusia, dan kesetaraan gender.
- Relevansi: Media sosial memungkinkan Gen Z menjadi produsen konten politik, bukan sekadar konsumen. Hal ini memperlihatkan peran media digital dalam memperkuat partisipasi politik generasi muda.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Pilihan Politik

- Analisis: Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi tetapi juga alat untuk membentuk persepsi politik. Gen Z terpapar kampanye politik digital yang interaktif, seperti video TikTok dari kandidat atau diskusi Twitter Space tentang isu-isu nasional. Kampanye ini sering kali lebih efektif dibandingkan kampanye konvensional. Namun, maraknya hoaks dan disinformasi menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keputusan politik Gen Z berbasis informasi yang valid.
- Relevansi: Literasi digital menjadi kunci dalam memahami bagaimana media sosial memengaruhi pilihan politik Gen Z, terutama dalam menangkal dampak negatif dari informasi yang salah.

4. Fokus pada Isu-isu Progresif

- Analisis: Gen Z cenderung lebih peduli terhadap isu-isu progresif, seperti perubahan iklim, keberlanjutan, hak digital, dan inklusivitas. Kandidat atau partai yang memprioritaskan isu ini sering kali lebih mudah mendapatkan dukungan dari kelompok pemilih muda ini.

- Relevansi: Pendekatan komunikasi politik melalui media sosial yang menyoroti isu-isu ini akan lebih efektif dalam menarik perhatian Gen Z dibandingkan dengan retorika politik tradisional.

5. Keterlibatan dalam Edukasi Politik Daring

- Analisis: Gen Z juga aktif dalam edukasi politik daring, baik melalui diskusi forum online maupun melalui komunitas digital. Mereka sering membagikan informasi tentang proses pemilu, cara memilih, dan pentingnya suara dalam menentukan masa depan politik.
- Relevansi: Edukasi politik yang dilakukan Gen Z menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat untuk meningkatkan partisipasi politik secara kolektif, menciptakan budaya politik yang lebih inklusif.

6. Tantangan Disinformasi dan Kepercayaan

- Analisis: Salah satu tantangan utama dalam keterlibatan Gen Z adalah terpapar hoaks dan disinformasi di media sosial. Kurangnya kemampuan untuk memverifikasi informasi secara kritis dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan politik. Selain itu, skeptisisme terhadap sistem politik dan partai tertentu dapat mengurangi kepercayaan Gen Z terhadap proses demokrasi.
- Relevansi: Pendidikan literasi digital menjadi penting untuk memastikan keterlibatan Gen Z tidak hanya aktif tetapi juga kritis dan berbasis fakta.

7. Peran Gen Z sebagai Pengawas Pemilu Digital

- Analisis: Dalam Pemilu 2024, Gen Z berperan aktif sebagai pengawas pemilu digital. Mereka menggunakan media sosial untuk memantau pelanggaran pemilu, menyebarkan informasi tentang praktik tidak etis, dan melaporkan kejadian yang mencurigakan secara real-time.
- Relevansi: Media sosial memberi Gen Z alat untuk memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam proses pemilu. Analisis ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam mengubah pola partisipasi politik Gen Z. Sumber referensi yang digunakan

memberikan wawasan mendalam tentang keterlibatan aktif mereka di Pemilu 2024.

Peran Gen Z dalam Pemilu 2024 tidak dapat dipisahkan dari pengaruh media sosial. Sebagai generasi digital, mereka menggunakan platform ini tidak hanya untuk menyerap informasi tetapi juga untuk menciptakan dan memengaruhi narasi politik. Untuk memaksimalkan keterlibatan Gen Z, strategi komunikasi politik harus berfokus pada literasi digital untuk mengatasi disinformasi, kampanye berbasis isu progresif, dan pendekatan interaktif melalui media sosial.

Referensi

https://setkab.go.id/moderasi-dan-modernisasi-pemilu-dalam-perspektif-generasi-muda/?utm_source

https://fh.unis.ac.id/node/123?utm_source

https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/cessj/article/view/5909?utm_source

https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/download/963/815/5531?utm_source

https://kurniajurnal.com/index.php/jpkp/article/view/117/272?utm_source

https://jurnal.kolibi.org/index.php/retorika/article/view/1490?utm_source

https://indonesiabaik.id/videografis/gen-z-dan-milenial-mendominasi-pemilih-pemilu-2024?utm_source

https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/cessj/article/download/5909/3143/21800?utm_source

<https://indonesiabaik.id/videografis/gen-z-dan-milenial-mendominasi-pemilih-pemilu-2024>

<https://kpi.iainpare.ac.id/2023/11/opini-peran-gen-z-di-era-pemilu.html>

<https://journal-nusantara.com/index.php/J-CEKI/article/view/3370>

<https://jurnal.unka.ac.id/index.php/fisip/article/download/1232/946>

BAB 7

STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK GEN Z

7.1 Komunikasi yang Autentik dan Transparan

Pentingnya Keaslian dalam Komunikasi

Generasi Z, sebagai generasi digital pertama yang tumbuh di tengah banjir informasi, memiliki kemampuan unik untuk menyaring informasi yang mereka terima. Mereka tidak hanya mencari produk atau layanan, tetapi juga pengalaman yang autentik dan relevan dengan nilai-nilai mereka. Komunikasi yang autentik dan transparan sangat penting dalam menjangkau Gen Z.

Generasi ini memiliki kemampuan untuk mendeteksi ketidakjujuran dan cenderung skeptis terhadap pesan yang tidak konsisten. Generasi ini tumbuh dalam era di mana informasi dapat diakses dengan mudah hanya dalam hitungan detik, membuat mereka sangat peka terhadap kejujuran. Mereka cenderung skeptis terhadap pesan yang terlalu "dipoles" atau terasa seperti hanya jargon pemasaran.

Sebaliknya, mereka menginginkan interaksi yang terasa nyata, personal, dan mencerminkan nilai-nilai yang relevan dengan mereka. Oleh karena itu, perusahaan dan organisasi perlu memastikan bahwa semua komunikasi yang dilakukan mencerminkan nilai-nilai yang sebenarnya dan tidak hanya sekedar jargon pemasaran. Komunikasi yang otentik menciptakan hubungan emosional yang lebih mendalam dengan audiens dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek.

1. Membangun Kepercayaan Melalui Keterbukaan

- **Transparansi Informasi**

Berikan informasi yang jelas, akurat, dan up-to-date. Hindari penyampaian informasi yang menyesatkan atau ambigu. Generasi Z sangat melek informasi dan memiliki akses mudah untuk memverifikasi kebenaran suatu informasi. Dengan memberikan

informasi yang transparan, Anda akan membangun kepercayaan dan kredibilitas.

Contoh: Jika perusahaan memutuskan untuk menaikkan harga produk karena alasan ekonomi global, sampaikan alasannya dengan jujur, seperti meningkatnya biaya bahan baku atau distribusi. Jelaskan pula langkah-langkah yang dilakukan untuk tetap menjaga kualitas produk.

- Akui Kesalahan

Jangan takut untuk mengakui kesalahan. Justru dengan mengakui kesalahan, Anda menunjukkan bahwa Anda adalah manusia biasa yang bisa melakukan kesalahan, namun Anda juga memiliki keberanian untuk bertanggung jawab. Hal ini akan membuat generasi Z merasa lebih terhubung dengan Anda.

Contoh: Perusahaan teknologi yang secara terbuka mengumumkan bug pada perangkat lunaknya, disertai solusi cepat untuk mengatasi masalah tersebut, akan lebih dihargai daripada perusahaan yang mencoba menutupi kesalahan.

- Jadilah Diri Sendiri

Tunjukkan sisi humanis dari merek atau organisasi Anda. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagi cerita di balik layar, menampilkan tim yang bekerja keras, atau bahkan menceritakan tantangan yang dihadapi dalam perjalanan membangun bisnis. Dengan cara ini, Gen Z akan merasa lebih dekat dan memahami bahwa di balik merek ada manusia yang sama seperti mereka.

Jangan takut untuk menunjukkan sisi lucu, unik, atau bahkan kekurangan. Generasi Z menghargai keaslian dan tidak suka dengan pencitraan yang terlalu sempurna. Mereka lebih menghargai merek yang berani menunjukkan sisi otentiknya.

Contoh: Sebuah merek pakaian dapat membagikan cerita tentang upaya mereka untuk beralih ke bahan ramah lingkungan, termasuk tantangan logistik dan biaya yang harus mereka hadapi dalam proses tersebut.

2. Menggunakan Cerita Nyata

Menggunakan narasi yang berbasis pada pengalaman nyata dapat membantu merek terhubung dengan Gen Z secara emosional. Cerita tentang pelanggan yang mendapatkan manfaat dari produk atau layanan dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat.

Contoh: Sebuah merek kosmetik bisa membagikan kisah pelanggan yang merasa lebih percaya diri setelah menggunakan produk mereka. Narasi ini tidak hanya mempromosikan produk tetapi juga menunjukkan dampak positif yang nyata.

Selain itu, cerita nyata dapat diperkuat melalui format visual, seperti video pendek, foto, atau testimonial langsung dari pelanggan. Dengan mendengar langsung dari orang-orang yang memiliki pengalaman nyata, Gen Z lebih mungkin percaya dan terhubung dengan merek tersebut.

3. Responsif Terhadap Umpan Balik

- Interaksi Langsung

Gen Z menghargai merek yang mendengarkan dan merespons umpan balik dari pelanggan. Mengimplementasikan sistem untuk menanggapi pertanyaan dan kritik dengan cepat menunjukkan bahwa merek peduli terhadap pengalaman pelanggan. Ini bisa dilakukan melalui media sosial, di mana interaksi dapat terjadi secara langsung dan terbuka.

Contoh: Seorang pelanggan mengeluhkan keterlambatan pengiriman melalui Twitter, dan perusahaan langsung merespons dengan permintaan maaf, pembaruan status pengiriman, serta kompensasi.

- Tindakan Konkret

Implementasikan perubahan berdasarkan umpan balik pelanggan untuk menunjukkan bahwa pendapat mereka dihargai. Hal ini menciptakan rasa memiliki di antara audiens.

Contoh: Jika pelanggan menyarankan variasi rasa baru untuk sebuah produk makanan, perusahaan dapat mengadakan polling untuk

menentukan rasa yang paling diminati, lalu meluncurkan produk baru berdasarkan hasil polling tersebut.

4. Menyampaikan Pesan dengan Kejujuran

Gen Z sangat menghargai kejujuran dalam komunikasi, terutama jika disertai dengan data atau bukti nyata. Mereka tidak menyukai klaim yang berlebihan atau tidak realistis, tetapi lebih menghargai pesan yang lugas dan transparan.

Pesan yang disampaikan harus jelas, jujur, dan tidak berlebihan. Penyampaian informasi dengan cara yang lugas akan lebih dihargai. Gunakan data atau bukti pendukung untuk memperkuat kejujuran dalam komunikasi.

Hindari klaim bombastis. Jika merek menyatakan bahwa produk mereka adalah "yang terbaik di dunia," mereka harus dapat mendukungnya dengan bukti atau penghargaan yang kredibel.

Gunakan bahasa yang relatable. Pendekatan santai namun profesional seringkali lebih efektif dibandingkan bahasa formal yang kaku.

Gen Z cenderung menghargai kejujuran dan transparansi dalam komunikasi. Mereka tumbuh di era informasi yang melimpah, sehingga mampu mendeteksi informasi yang tidak jujur atau manipulatif dengan cepat.

1. Menyampaikan Pesan dengan Jujur dan Terbuka

- Hindari penggunaan jargon yang terlalu formal atau terkesan manipulatif.
- Sampaikan informasi secara lugas dengan data atau bukti pendukung yang dapat diverifikasi.

2. Membangun Hubungan yang Personal

- Gunakan bahasa yang sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z, seperti bahasa santai tetapi tetap sopan.
- Jadilah responsif terhadap masukan atau pertanyaan dari audiens melalui platform digital.

3. **Memperlihatkan Nilai dan Visi yang Jelas**

- Komunikasikan nilai-nilai inti yang relevan, seperti keadilan sosial, keberlanjutan, atau inovasi.
- Pastikan semua pesan mencerminkan misi dan visi yang konsisten dari organisasi atau merek.

4. **Membuka Ruang Diskusi**

- Melibatkan audiens dalam diskusi dua arah melalui sesi tanya jawab atau forum online.
- Berikan transparansi tentang proses pengambilan keputusan yang relevan. Transparansi tentang proses pengambilan keputusan yang relevan dapat meningkatkan rasa percaya dari audiens.

7.2 Penggunaan Konten Kreatif (Meme, Video, dll.)

Mengapa Konten Kreatif Penting

Gen Z adalah generasi visual yang cenderung lebih tertarik pada konten yang memiliki elemen estetika dan hiburan. Di era di mana konsumsi informasi begitu cepat, konten kreatif menjadi alat yang sangat efektif untuk menarik perhatian Gen Z. Mereka terbiasa dengan format hiburan yang ringkas, visual yang menarik, dan pesan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Konten kreatif adalah kunci untuk menarik perhatian Gen Z, yang merupakan generasi visual. Mereka lebih suka mengonsumsi konten dalam bentuk gambar, video, atau meme daripada teks panjang. Mereka menghabiskan waktu lebih banyak di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, yang menampilkan konten visual dalam format yang kreatif dan mudah dicerna. Misalnya, kampanye "Don't Look Up" dari Netflix berhasil menarik perhatian Gen Z dengan memanfaatkan meme dan humor yang relevan dengan isu perubahan iklim.

1. Memanfaatkan Meme dan GIF

Meme adalah cara efektif untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lucu dan relevan. Dengan menciptakan meme yang sesuai dengan tren saat ini, merek dapat menarik perhatian Gen Z dan meningkatkan keterlibatan

mereka di media sosial. Meme juga memungkinkan penyampaian pesan dengan cara yang lebih santai dan relatable.

- **Relevansi**

Pilih meme atau GIF yang relevan dengan topik dan tren yang sedang populer di kalangan Gen Z. Meme yang sudah usang atau tidak relevan dapat memberikan kesan bahwa merek tidak memahami audiensnya.

- **Humor**

Gunakan humor yang ringan dan tidak menyinggung. Meme yang cerdas dan lucu dapat membuat pesan lebih mudah diterima.

- **Kreativitas**

Buat meme atau GIF yang unik dan menarik perhatian. Pastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan identitas merek.

- Contoh: Sebuah perusahaan teknologi dapat membuat meme lucu tentang perjuangan bekerja dari rumah, sambil mempromosikan perangkat mereka yang mempermudah pekerjaan jarak jauh.

2. Video Pendek

Platform seperti TikTok dan Instagram Reels sangat populer di kalangan Gen Z, sehingga membuat video pendek menjadi strategi komunikasi yang sangat efektif. Video harus menarik perhatian dalam beberapa detik pertama dan menyampaikan pesan secara langsung. Misalnya, tutorial singkat atau tantangan kreatif dapat mendorong pengguna untuk berinteraksi dengan konten.

- **Musik dan Tren**

Gunakan musik yang sedang tren untuk menarik perhatian lebih banyak orang. Video yang mengikuti tren sering kali mendapatkan visibilitas lebih tinggi di platform ini.

- **Kreativitas Format**

Eksplorasi berbagai gaya video seperti parodi, tutorial, atau tantangan untuk meningkatkan keterlibatan.

3. Konten Interaktif

Melibatkan audiens secara langsung dapat meningkatkan koneksi emosional antara merek dan pengguna. Konten interaktif memungkinkan audiens merasa menjadi bagian dari percakapan, bukan hanya sekedar target pemasaran. Konten interaktif seperti kuis, jajak pendapat, atau tantangan dapat meningkatkan partisipasi audiens. Gen Z suka berinteraksi dengan merek melalui konten yang memungkinkan mereka terlibat secara aktif.

- Merek makanan dapat membuat kuis tentang rasa baru mereka dan meminta pengikut untuk memilih favorit mereka.
- Gunakan fitur polling di Instagram untuk meminta pendapat audiens.
- Adakan kompetisi kreatif, seperti lomba membuat video yang melibatkan produk Anda.

4. Storytelling Visual

Menggunakan gambar berkualitas tinggi dan desain grafis menarik juga sangat penting dalam menarik perhatian Gen Z. Konten visual harus estetik dan mencerminkan identitas merek sambil tetap relevan dengan audiens target.

- **Aktualitas**
Posting stories yang up-to-date dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.
- **Interaksi**
Ajak audiens untuk berinteraksi melalui fitur-fitur seperti poll, quiz, atau pertanyaan.
- **Behind the Scenes**
Tunjukkan sisi lain dari merek Anda melalui stories.

Konten kreatif adalah elemen penting dalam menjangkau Gen Z, yang sering mengonsumsi informasi melalui format visual dan hiburan singkat.

1. Mengoptimalkan Format Konten yang Disukai Gen Z

- Gunakan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube untuk menyebarkan konten berbasis video pendek.
- Buat meme atau ilustrasi grafis yang relevan dengan isu terkini dan menarik perhatian.

2. Mengadopsi Tren Terkini

- Ikuti tren terbaru di media sosial untuk menciptakan konten yang relatable.
- Kombinasikan humor, cerita yang bermakna, atau elemen kejutan untuk meningkatkan daya tarik.

3. Memberikan Nilai Tambah pada Konten

- Selain menghibur, pastikan konten memberikan informasi atau inspirasi yang bermanfaat.
- Gunakan narasi yang mendorong audiens untuk berpikir kritis atau merasa terhubung secara emosional.

4. Menerapkan Desain Visual yang Profesional

- Gunakan warna, font, dan elemen visual yang menarik namun tetap sesuai dengan identitas merek.
- Pastikan kualitas video dan gambar yang digunakan memenuhi standar profesional.

4.3 Kolaborasi dengan Influencer dan Tokoh Muda

Mengapa Kolaborasi Penting

Gen Z cenderung lebih mempercayai orang yang mereka ikuti di media sosial dibandingkan iklan tradisional. Influencer memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang autentik dan relatable. Influencer memiliki pengaruh besar terhadap Gen Z karena mereka dipandang lebih autentik dibandingkan merek itu sendiri. Gen Z sering mencari pendapat dari orang-orang yang mereka percayai sebelum membuat keputusan pembelian.

Kolaborasi dengan influencer adalah strategi penting dalam menjangkau Gen Z karena mereka cenderung mempercayai rekomendasi dari orang-orang yang mereka anggap otentik. Misalnya, merek kosmetik Fenty Beauty milik Rihanna berhasil membangun basis penggemar yang kuat dengan menggandeng beauty vlogger dari berbagai latar belakang untuk mempromosikan produk mereka.

1. Memilih Influencer yang Tepat

- Penting untuk memilih influencer yang nilai dan visi yang sejalan dengan merek Anda. Influencer harus memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan merek Anda dan memiliki audiens yang relevan dengan target pasar Anda agar kolaborasi tersebut efektif.
 - Contoh: Jika merek Anda berfokus pada keberlanjutan, bekerja sama dengan influencer yang aktif dalam isu lingkungan akan memberikan dampak positif.
- Pastikan influencer memiliki nilai yang sejalan dengan merek Anda.

2. Kampanye Bersama

Gen Z sangat peduli pada isu sosial. Kampanye yang melibatkan isu-isu ini tidak hanya relevan tetapi juga dapat memperkuat reputasi merek sebagai entitas yang peduli. Menciptakan kampanye bersama di mana influencer dapat berbagi pengalaman menggunakan produk Anda sangat efektif dalam membangun kepercayaan di kalangan audiens mereka.

Ini memberikan bukti sosial bahwa produk Anda benar-benar digunakan dan dihargai oleh orang-orang terpercaya. Libatkan influencer

dalam pembuatan kampanye kreatif yang memungkinkan mereka menampilkan produk dengan cara yang unik. Beri mereka kebebasan untuk menyampaikan pesan sesuai dengan gaya komunikasi mereka sendiri.

3. Dukungan terhadap Isu Sosial

- Gen Z sangat peduli terhadap isu-isu sosial seperti perubahan iklim dan keadilan sosial. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh muda yang aktif dalam gerakan ini dapat memperkuat citra merek sebagai entitas yang peduli terhadap masalah-masalah penting ini.

4. Mengadakan Event atau Aktivitas Bersama

- Mengadakan acara atau aktivitas bersama influencer juga dapat meningkatkan keterlibatan audiens Gen Z dan menciptakan momen interaksi yang berharga.. Acara ini bisa berupa:
 - Peluncuran produk
 - Workshop kreatif
 - Sesi tanya jawab langsung di media sosial

Gen Z cenderung mempercayai orang yang mereka anggap autentik, termasuk influencer dan tokoh muda yang sesuai dengan nilai-nilai mereka.

1. Memilih Influencer yang Relevan

- Pilih influencer dengan audiens Gen Z yang memiliki minat dan nilai yang sejalan dengan merek atau kampanye.
- Pastikan influencer memiliki reputasi yang baik dan mampu menyampaikan pesan dengan autentik.

2. Memberikan Kebebasan Kreatif

- Biarkan influencer menciptakan konten dengan gaya mereka sendiri agar terasa lebih natural dan diterima audiens.
- Hindari skrip yang terlalu kaku dan beri ruang untuk improvisasi.

3. Melibatkan Tokoh Muda Inspiratif

- Gandeng tokoh muda yang memiliki pengaruh di bidang tertentu, seperti teknologi, seni, atau lingkungan.
- Gunakan cerita sukses mereka untuk memperkuat narasi yang ingin disampaikan.

4. Memonitor dan Mengevaluasi Dampak Kolaborasi

- Pantau hasil kolaborasi dengan melihat metrik seperti engagement, reach, dan konversi.
- Gunakan data ini untuk memperbaiki strategi di masa depan.

Dengan mengintegrasikan pendekatan komunikasi yang autentik, konten kreatif, dan kolaborasi strategis dengan influencer, merek dapat membangun hubungan yang kuat dengan Gen Z, serta menciptakan dampak komunikasi yang berkelanjutan. Pendekatan autentik, kreatif, dan kolaboratif akan memastikan bahwa pesan merek diterima dengan baik oleh generasi ini, menjadikan mereka sebagai bagian dari komunitas merek tersebut. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai seperti kejujuran, transparansi, kreativitas, dan kepedulian sosial ke dalam strategi komunikasi, merek dapat menjadi lebih dari sekadar penyedia produk. Mereka dapat menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari Gen Z, baik sebagai sumber inspirasi, edukasi, atau hiburan.

Strategi ini tidak hanya akan membantu merek menjangkau audiens mereka saat ini tetapi juga menciptakan hubungan yang berkelanjutan di masa depan. Dalam dunia yang terus berkembang, di mana tren dan preferensi berubah dengan cepat, merek yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan harapan Gen Z akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan.

Keberhasilan ini membutuhkan dedikasi untuk terus mendengarkan, berinovasi, dan menempatkan nilai autentik di pusat komunikasi mereka.

Dengan cara ini, merek tidak hanya menciptakan dampak komunikasi yang efektif tetapi juga membangun komunitas yang kuat dan loyal di sekitar produk atau layanan mereka, menjadikan mereka lebih relevan di era digital ini.

Artikel

https://komunikasi.untag-sby.ac.id/web/beritadetail/mengenal-gaya-komunikasi-genz.html?utm_source=chatgpt.com https://nextleader.id/2022/12/16/berkomunikasi-efektif-dengan-generasi-z/?utm_source=chatgpt.com

https://kumparan.com/pengetahuan-umum/cara-menghubungi-generasi-z-agar-komunikasi-menjadi-efektif-21M1Kvs5TbM?utm_source=chatgpt.com

https://redcomm.co.id/knowledges/trik-komunikasi-bikin-genz-terpikat?utm_source=chatgpt.com

https://youngontop.com/strategi-komunikasi-efektif-bagi-pemimpin-gen-z-di-era-digital/?utm_source=chatgpt.com

https://auliapersada.id/membangun-strategi-digital-marketing-generasi-z/?utm_source=chatgpt.com

https://www.doxadigital.com/doxa-tips/membangun-brand-yang-relevan-dengan-gen-z/?utm_source=chatgpt.com

https://www.prindonesia.co/detail/3977/Praktisi-PR-Ini-7-Strategi-Jitu-untuk-Mengikat-Hati-Gen-Z?utm_source=chatgpt.com

BAB 8

STUDI KASUS

8.1 Analisis Kampanye Digital oleh Gen Z

Kampanye digital oleh Generasi Z (Gen Z) di Indonesia menunjukkan dinamika yang unik, dengan penggunaan media sosial sebagai alat utama. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z, yang mendominasi pemilih pada Pemilu 2024, terlibat aktif dalam kampanye melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Mereka cenderung merespons konten visual dan interaktif, termasuk keterlibatan influencer dan artis. Namun, ada tantangan seperti sikap apatis politik dan kerentanan terhadap informasi yang tidak akurat, yang menuntut pendidikan politik lebih lanjut bagi mereka. Kampanye politik melalui media sosial ini dimanfaatkan untuk menjangkau audiens tertentu. Sementara itu Gen-Z pada saat pemilu 2024 memanfaatkan media sosial untuk mengakses informasi politik, berpartisipasi dalam diskusi politik, dan terhubung dengan kampanye politik. membangun dialog interaktif dengan seluruh kalangan masyarakat disetiap platform medianya membuat Gen-Z merasa dianggap berpartisipasi dalam bagian sistem politik yang mendorong terwujudnya pemerintahan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi generasi Z. Gen-Z menempati posisi sebagai pemilih pemula dalam kegiatan Pemilu. Posisi Gen-Z dalam lingkaran politik sangat diperhitungkan baik di Indonesia maupun di tahapan Internasional

8.2 Studi khusus komunikasi krisis yang efektif.

Studi kasus tentang komunikasi krisis yang efektif menunjukkan bahwa strategi yang terstruktur dan responsif sangat penting. Penelitian mengungkapkan bahwa penerapan Situational Crisis Communication Theory (SCCT) dan Integrated Crisis Mapping (ICM) membantu perusahaan menyesuaikan respons mereka berdasarkan jenis krisis dan emosi audiens. Komponen kunci termasuk respons cepat, transparansi, dan penggunaan media sosial untuk menjaga kepercayaan publik. Contoh sukses meliputi

Batik Air dan Kementerian Keuangan, yang menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dapat memulihkan dan bahkan memperkuat reputasi setelah krisis. Generasi Z mengalami krisis identitas, mereka mungkin mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan tuntutan sosial dan profesional, yang dapat mengganggu stabilitas sosial dan ekonomi. Misalnya, ketidakstabilan dalam memilih jalur karier atau tujuan hidup dapat mempengaruhi produktivitas dan keterlibatan sosial mereka. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang fenomena ini dapat membantu dalam merancang investasi yang lebih mendalam merancang investasi yang lebih efektif mendukung generasi gen z

Survei CSIS tahun 2002, menginformasikan bahwa 93,5% anak muda terhubung dengan internet. Kemudian sebesar 84,8% dari generasi muda terhubung atau memiliki akun facebook, 74,9% terhubung dengan YouTube, 74,5% terhubung dengan Instagram dan ada 56,0% terhubung dengan tiktok serta 24,8% terhubung dengan akun twitter (Mulyadi et al., 2024). Survei di atas semakin diperkuat dengan hasil Survei Internet 2023 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa 215.626.156 penduduk Indonesia terhubung dengan internet dengan tingkat penetrasi 78,19%. Mayoritas anak mudah berkontribusi besar terhadap pertumbuhan penetrasi internet pada tahun 2023, yaitu 44,24% pada usia 13-34 tahun dan mayoritas pengguna internet menyampaikan bahwa alasan mereka harus berselancar di internet yaitu karena untuk mengakses media social seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Youtube, Line, dan sebagainya munculnya media sosial ternyata dapat memengaruhi tindakan-tindakan ekspresi politik di kehidupan ini. Kemunculan media sosial menjelaskan bahwa politik dipengaruhi oleh komunikasi digital. Dengan kata lain, komunikasi digital secara fundamental membentuk politik.

Pengaruh media sosial terhadap komunikasi krisis dalam politik di era digital sangat signifikan, terutama bagi Generasi Z:

1. Kecepatan Respons: Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, sehingga organisasi harus merespons krisis dalam waktu singkat untuk menghindari dampak negatif yang lebih besar.

2. Interaksi Langsung: Platform seperti Twitter dan Instagram memberikan ruang bagi publik untuk berinteraksi langsung dengan institusi, memungkinkan dialog yang lebih transparan dan responsif.
3. Membangun Hubungan: Komunikasi krisis yang efektif bergantung pada hubungan yang sudah terbangun dengan audiens. Media sosial membantu memperkuat kepercayaan antara politisi dan pemilih.

Contoh : perusahaan multinasional seperti Starbucks berhasil menghadapi krisis dengan transparansi dan respons cepat saat menghadapi tuduhan diskriminasi. Mereka tidak hanya meminta maaf secara publik, tetapi juga mengambil langkah nyata untuk memperbaiki situasi, seperti memberikan pelatihan kepada staf mereka.

8.2 Pengaruh Budaya Pop dalam Politik

Budaya pop juga berperan penting dalam membentuk narasi politik, di mana elemen-elemen hiburan digunakan untuk menarik perhatian dan membangun koneksi emosional dengan audiens muda. Namun, tantangan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat dan polarisasi opini juga meningkat, menuntut pemahaman kritis dari masyarakat. Komunikasi politik di era digital, terutama dalam konteks pengaruh media sosial terhadap Generasi Z, menunjukkan perubahan signifikan dalam cara informasi politik disampaikan dan diterima.

Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara politisi dan pemilih, meningkatkan partisipasi politik di kalangan Gen Z yang merupakan pengguna aktif platform seperti Instagram dan TikTok. Budaya pop bersifat dinamis dan terus berubah. Apa yang populer hari ini bisa dengan cepat menjadi usang besok, tergantikan oleh tren baru. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi, perubahan sosial, dan kondisi politik. Sehingga, budaya pop seringkali menjadi cermin dari kondisi sosial dan budaya pada suatu waktu tertentu,

Meskipun memiliki daya tarik yang luas, budaya, dapat membentuk norma sosial, mempengaruhi perilaku, dan bahkan mempengaruhi politik. Sebagai contoh, kampanye sosial dan gerakan politik sering kali

menggunakan budaya pop untuk menyebarkan pesan mereka dan mencapai audiens yang lebih luas, budaya pop ditandai oleh konsumsinya yang luas di kalangan masyarakat. Produk budaya pop, seperti musik, film, dan fashion, dihasilkan untuk dan dinikmati oleh khalayak luas. Ciri ini menunjukkan bagaimana budaya pop berbeda dari budaya tinggi, yang biasanya terkait dengan karya-karya yang lebih elit dan tersegmentasi

Contoh komunikasi politik di era digital yang memahami pengaruh media sosial terhadap Gen Z dan pengaruh budaya pop dalam politik:

1. Kampanye Pemilu 2024: Politisi menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau Gen Z dengan konten kreatif dan relatable, meningkatkan partisipasi mereka dalam pemilu.
2. Gerakan Sosial: Media sosial memfasilitasi gerakan seperti Black Lives Matter, yang mengandalkan konten viral untuk mendukung dan menggerakkan massa, termasuk Gen Z.
3. Kampanye Anti-Disinformasi: Politisi dan organisasi menggunakan media sosial untuk melawan hoaks dengan informasi yang akurat, berusaha membangun kepercayaan di kalangan pemilih muda.
4. Dialog Interaktif: Politisi mengadakan sesi tanya jawab live di media sosial, memungkinkan Gen Z untuk berinteraksi langsung dan menyampaikan pertanyaan atau kekhawatiran mereka.
5. Penggunaan Influencer: Banyak kandidat politik berkolaborasi dengan influencer untuk mempromosikan pesan mereka, menjadikan kampanye lebih menarik bagi audiens muda.
6. Konten Edukasi: Beberapa organisasi menciptakan video pendek yang menjelaskan isu politik dengan cara yang mudah dipahami, menarik perhatian Gen Z yang lebih suka konten visual.
7. Hashtag Campaigns: Penggunaan hashtag untuk mengorganisir dukungan terhadap isu tertentu, seperti perubahan iklim, yang sangat relevan bagi Gen Z.
8. Polling Online: Menggunakan jajak pendapat di media sosial untuk mendapatkan masukan dari Gen Z tentang isu-isu yang mereka anggap penting.

9. Kampanye Viral: Video atau meme yang menyebar luas di media sosial seringkali memengaruhi pandangan politik dan mobilisasi pemilih muda.
10. Edukasi Literasi Digital: Inisiatif untuk meningkatkan pemahaman Gen Z tentang cara mengenali informasi yang benar dan salah di media sosial.

Referensi

1. <https://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/download/56107/23677>
2. [Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan Presiden 2024 | J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah](#)
3. [Politik Digital: Keterlibatan Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Muda Pada Pesta Demokrasi 2024 | Sekretariat Negara](#)
4. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/alfikr/article/download/51032/20674/>
5. [Komunikasi Krisis di Era Digital: Studi Kasus pada Perusahaan Besar – COMMUNICATION PROGRAM](#)
6. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/80707/1/Sumiati%201200110000022.pdf>

BAB 9

PENUTUP

9.1 Kesimpulan

1. Perubahan Paradigma Komunikasi Politik

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara komunikasi politik dilakukan. Media sosial kini menjadi alat utama bagi politisi untuk berinteraksi dengan publik, menyampaikan pesan, dan membangun dukungan. Dalam konteks ini, pentingnya memahami dinamika komunikasi yang terjadi di platform-platform ini tidak bisa diabaikan. Politisi harus mampu memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, serta untuk menciptakan dialog yang konstruktif dengan masyarakat.

2. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z, yang merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan informasi politik. Mereka adalah digital natives, terbiasa menggunakan teknologi sejak dini dan cenderung lebih teliti dalam menerima informasi. Aktivisme digital menjadi salah satu ciri khas mereka, di mana mereka menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu penting seperti keadilan sosial dan perubahan iklim. Memahami perilaku dan preferensi Gen Z sangat penting bagi politisi dalam merumuskan strategi komunikasi yang efektif.

3. Tantangan dalam Komunikasi Politik Modern

Meskipun media sosial menawarkan banyak peluang, tantangan juga muncul, seperti penyebaran berita palsu dan polarisasi opini. Politisi harus menyadari bahwa informasi yang tidak akurat dapat merusak kepercayaan publik dan mengganggu proses demokrasi. Oleh karena itu, keterampilan digital yang memadai sangat diperlukan untuk memastikan pesan politik diterima dengan baik oleh audiens.

4. Strategi Komunikasi Efektif

Politisi perlu merumuskan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik Gen Z, termasuk membangun keterlibatan emosional melalui konten yang autentik dan relevan. Penggunaan simbol-simbol dalam komunikasi, seperti emoji dan hashtag,

dapat meningkatkan daya tarik pesan di media sosial. Selain itu, memilih saluran komunikasi yang tepat menjadi krusial untuk mencapai audiens yang diinginkan.

5. Relevansi Teori Komunikasi

Teori-teori komunikasi seperti interaksi simbolik, agenda-setting, spiral keheningan, dan konstruktivisme sosial memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dinamika komunikasi politik di era digital. Politisi yang memahami teori-teori ini dapat lebih efektif dalam menjangkau audiens mereka dan mendorong partisipasi publik dalam proses demokrasi.

Dengan demikian, kesimpulan ini menekankan bahwa keberhasilan komunikasi politik di era digital sangat bergantung pada pemahaman mendalam tentang karakteristik audiens, terutama Generasi Z, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan tantangan dan peluang yang ada di dunia digital saat ini. Politisi harus berkomitmen untuk membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat melalui komunikasi yang transparan, autentik, dan responsif terhadap kebutuhan serta aspirasi publik.

9.2 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Dalam konteks perkembangan komunikasi politik dan peran Generasi Z, terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman dan praktik komunikasi politik di era digital. Berikut adalah beberapa area yang dapat dieksplorasi lebih lanjut:

1. Dampak Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z

Tujuan Penelitian: Menganalisis bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi tingkat partisipasi politik di kalangan Generasi Z.

Metodologi: Survei dan wawancara dengan generasi muda untuk memahami motivasi mereka dalam berpartisipasi dalam kegiatan politik melalui platform digital.

Hasil yang Diharapkan: Pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mendorong atau menghambat partisipasi politik Gen Z.

2. Persepsi Generasi Z terhadap Berita Palsu

Tujuan Penelitian: Meneliti bagaimana Generasi Z mengidentifikasi dan bereaksi terhadap berita palsu di media sosial.

Metodologi: Studi kualitatif dengan analisis konten dari interaksi di media sosial serta survei tentang kepercayaan mereka terhadap sumber informasi.

Hasil yang Diharapkan: Strategi untuk meningkatkan literasi media di kalangan Gen Z dan cara mereka dapat lebih efektif dalam menyaring informasi.

3. Strategi Komunikasi Politik yang Efektif untuk Gen Z

Tujuan Penelitian: Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam strategi komunikasi politik yang resonan dengan nilai-nilai dan preferensi Gen Z.

Metodologi: Eksperimen A/B dengan berbagai jenis konten di media sosial untuk melihat mana yang paling efektif dalam menarik perhatian Gen Z.

Hasil yang Diharapkan: Panduan praktis bagi politisi dan aktivis tentang cara berkomunikasi dengan Gen Z.

4. Peran Influencer dalam Komunikasi Politik

Tujuan Penelitian: Menganalisis pengaruh influencer media sosial terhadap opini politik dan perilaku pemilih di kalangan Gen Z.

Metodologi: Analisis jaringan sosial dan survei untuk mengukur dampak konten influencer pada pandangan politik pengikut mereka.

Hasil yang Diharapkan: Insight tentang bagaimana influencer dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan partisipasi politik.

5. Keterlibatan Emosional dalam Konten Politik

Tujuan Penelitian: Meneliti hubungan antara keterlibatan emosional dan efektivitas pesan politik di media sosial.

Metodologi: Analisis konten dengan pendekatan psikologis untuk mengevaluasi reaksi emosional audiens terhadap berbagai jenis pesan politik.

Hasil yang Diharapkan: Pemahaman mendalam tentang bagaimana emosi dapat digunakan untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

6. Perbandingan Komunikasi Politik antara Generasi

Tujuan Penelitian: Membandingkan cara Generasi Z berkomunikasi secara politik dengan generasi sebelumnya (Generasi Y, X, dll.).

Metodologi: Survei lintas generasi untuk mengidentifikasi perbedaan dalam preferensi media, gaya komunikasi, dan partisipasi politik.

Hasil yang Diharapkan: Wawasan tentang evolusi komunikasi politik dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi strategi kampanye.

7. Pengaruh Polarisasi Opini di Media Sosial

Tujuan Penelitian: Menganalisis bagaimana polarisasi opini mempengaruhi interaksi politik di kalangan Gen Z.

Metodologi: Studi kasus pada isu-isu kontroversial di media sosial untuk memahami dinamika interaksi antar kelompok.

Hasil yang Diharapkan: Strategi untuk menciptakan dialog konstruktif di platform digital.

8. Keterampilan Digital sebagai Kebutuhan Dasar

Tujuan Penelitian: Meneliti pentingnya keterampilan digital bagi Gen Z dalam berpartisipasi secara aktif dalam komunikasi politik.

Metodologi: Survei tentang keterampilan digital yang dimiliki oleh Gen Z dan hubungannya dengan partisipasi politik mereka.

Hasil yang Diharapkan: Rekomendasi program pendidikan atau pelatihan untuk meningkatkan keterampilan digital di kalangan generasi muda.

ARTIKEL YANG DIRUJUK :

<https://lestari.kompas.com/read/2023/09/12/140000386/aksi-iklim-greta-thunberg-berpengaruh-besar-ubah-perilaku-masyarakat?page=all#:~:text=Fraturdays%20for%20Future,lain%20hingga%20mendapat%20perhatian%20internasional.&text=Mereka%20mengusung%20slogan%20Fraturdays%20for,dan%20menggelorkan%20Fraturdays%20for%20Future.>

[https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/600/410/4735?
_cf_chl_tk=MnHS0qpNpmPA4J6VzKnYxqkNi_fJcP3KwXgNdOWyCsA-
1735726717-1.0.1.1-72TLwDNUXsvO_EPshRbnoI3kf1R6U7cdhT99Im_EHBU](https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/600/410/4735?_cf_chl_tk=MnHS0qpNpmPA4J6VzKnYxqkNi_fJcP3KwXgNdOWyCsA-1735726717-1.0.1.1-72TLwDNUXsvO_EPshRbnoI3kf1R6U7cdhT99Im_EHBU)

<https://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/download/56107/23677>

<https://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/download/56107/23677>

[Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Persepsi Gen Z dalam Pemilihan
Presiden 2024 | J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah](#)

[Politik Digital: Keterlibatan Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Politik
Generasi Muda Pada Pesta Demokrasi 2024 | Sekretariat Negara](#)

<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/alfikr/article/download/51032/20674/>

[Komunikasi Krisis di Era Digital: Studi Kasus pada Perusahaan Besar –
COMMUNICATION PROGRAM](#)

[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/80707/1/Sumiati%201200
110000022.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/80707/1/Sumiati%201200110000022.pdf)