JMI Jurnal Multidisiplin Indonesia

Volume 5 Number 6, 2026
E-ISSN: 2964-9048 | P-ISSN: 2963-2900
https://jmi.rivierapublishing.id/index.php/rp

Gen Z dan Politik: Analisis Peran serta Partisipasi Penting Gen Z pada Pemilihan Umum 2024 dalam Sosial Media Twitter

Saskia Arum Nafisah* , Sakir Ridho Wijaya, Arissy Jorgi Sutan
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
Email: saskiaarum17@gmail.com*

Keywords:
Election, Gen z partipation, Political

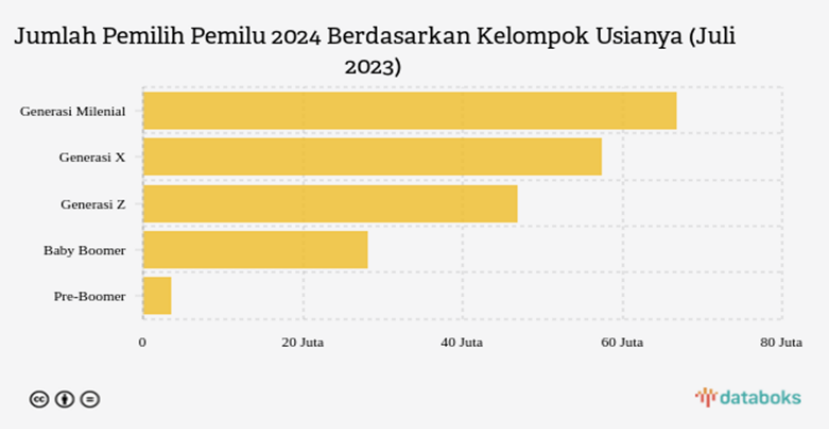
Abstract
The aim of this research is to explain the importance of generation Z's role and participation in facing the 2024 election in the context of the social media Twitter. Generation Z's participation in the election indicates people's concern, especially generation Z, for the progress of their nation and country. This research uses a qualitative method, which places emphasis on social phenomena. In carrying out this research, primary data comes from social media with details on influencer accounts. young people who focus on discussing the 2024 Election. This analysis is divided into several parts, namely divided into 4, First, Analysis of Gen Z Participation in Types of posts on 3 social media accounts. Second, Analysis of the Strategy used by 3 Political Accounts to attract Gen Z. Third, Analysis Narrative regarding Gen Z posts on 3 political accounts. Fourth, analyze the mapping of post types with existing strategic tendencies. From this analysis, it is concluded that there is an influence on the tweets of political accounts, namely KISP, TOTAL POLITIK, and POLITICAL INFORMATION CENTER on Twitter which have an impact on the level of understanding and participation of generation Z regarding political information ahead of the 2024 election. Thus, what is Generation Z's involvement in politics? ahead of the 2024 election, this is a necessity in implementing democratic values in Indonesia.

Kata kunci:
Pemilu, Partisipasi Gen z, Politik

Abstrak
Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pentingnya peran serta partisipasi generasi Z dalam menghadapi pemilu 2024 dalam konteks sosial media Twitter. Partisipasi generasi Z dalam pemilu menandakan kepedulian masyarakat terutama generasi Z akan kemajuan bangsa dan negaranya,Pada penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, yang mana tekanan pada penekanan Makana atas fenomena sosial. Dalam pelaksanaanya penelitian ini meggunakan Data primer berasal dari Sosial media dengan Terperinci pada akun influnecer muda yang fokus pada pembahasan Pemilu 2024 analisis ini terbagi menjadi dalam beberapa bagian yaitu terbagi menjadi 4,Pertama, Analisis Partisipasi Gen Z pada Jenis postingan di 3 akun sosial media.Kedua, Analisis Strategi digunakan 3 Akun Politik untuk menarik Gen Z. Ketiga, Analisis Narasi terkait postingan Gen Z pada 3 akun politik. Keempat, analisis pemetaan jenis postingan dengan kecenderungan strategi yang ada. Dari analisis tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap cuitan akun politik yaitu KISP, TOTAL POLITIK, dan PUSAT PENERANGAN POLITIK di twitter yang berdampak terhadap tingkat penyebaran pemahaman dan partisipasi generasi Z tentang informasi politik menjelang pemilu 2024. Dengan demikian, keterlibatan Generasi Z dalam politik yang mana menjelang pemilu 2024 ini menjadi suatu keharusan dalam mengimplementasikan nilai-nilai demokrasi di Indonesia.

PENDAHULUAN

Partisipasi politik generasi muda, khususnya Generasi Z, menjadi indikator penting bagi kemajuan demokrasi di Indonesia. Menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) 2024, peran serta Gen Z sangat dibutuhkan untuk memastikan keberlanjutan sistem politik yang partisipatif dan representatif. Data Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan bahwa jumlah pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu 2024 mencapai 204.807.222 orang, dengan 33,60% di antaranya berasal dari generasi milenial dan sebagian besar lainnya adalah Gen Z. Namun tingkat politik partisipatif Gen-Z yang masih rendah yang ditandai dengan bentuk-bentuk respon yang cenderung pasif terhadap konten-konten politik serta kesadaran yang bersifat voluntary untuk mengikuti konten-konten politik namun belum sampai pada tahap berbagi konten politik (Karim et al., 2020). Kajian ini menyimpulkan bahwa partisipasi milenial dan gen z sangat berpengaruh terhadap tingkat elektoral calon yang diusung dan menjaga semangat demokrasi, dan diperlukan beberapa strategi untuk meningkatkan pemilih di sektor milenial dan gen Z (Akmaluddin & Wempie, 2022).Partisipasi generasi Z dalam pemilihan umum sanagat dibutuhkan untuk kemajuan pemerintahan di Indonesia dengan didukung data dari Survei jumlah pemilih pemula di Indonesia.



Gambar 1. Jumlah Segmentasi Pemilih pada Pemilu 2024
Sumber: KPU RI (2023)

Dari data tersebut Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan daftar pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu 2024. Jumlahnya mencapai 204.807.222 pemilih. “Sebanyak 66.822.389 atau 33,60% pemilih dari generasi milenial,” kata Komisioner KPU RI Betty Epsilon Idroos dalam Rapat Pleno Terbuka Rekapitulasi DPT di kantor KPU, Jakarta, Minggu (2/7/2023). Sadar tidak sadar dalam perkembangan teknologi di massa sekarang, menurut (Akmal & Salman, 2015) khususnya media baru dan media sosial dapat mempengaruhi partisipasi politik masyarakat (Yolanda & Halim, 2020). Mudah nya akses internet di masa sekarang membuata generasi Z mudah dalam mencari dan memehami isu-isu politik di Indonesia,dengan kemudahan internet ini membuat generasi z secara tidak langsung mendapat Pendidikan politik yang membantu unduk bisa berpartisipasi dalam politik (Karim et al., 2020).

Sosial media adalah sebuah media komuniakasi yang mana memungkinakan setiap pengguna untuk membuat kontennya tersendiri (Miller et al., 2018). Internert dan sosial media memainkan peran penting dalam dari pelaksanaan komunikasi yang mana meneysuaiakan dengan keadaan sosial dan ekonomi yang berubah setiap zaman (Mano, 2014). Sosial media juga memainkan peran penting dalam bidang politik yang ada di sebuah kawasan, kebanyakan penggunaannya oleh pendukung yang ada di suatu wilayah seperti penggunaan sosial media facebook untuk mendukung salah satu calon pemimpin dengan cara menyebarkan post tentang kampanye calon tersebut (Miller et al., 2018).

Media sosial sebagai platform memungkinkan netizen untuk berinteraksi, berkomentar dan juga mendiskusikan masalah sosial yang terjadi di dunia nyata (Hill & Guthrie, 2018; Ronzhyn, 2016; Tsatsou, 2018). Selain itu platform media sosial juga banyak digunakan dalam berbagai gerakan dan protes, media sosial menggunakan palung untuk berkoordinasi, menyebarkan narasi, dan meninggikan suara tentang protes sosial (Kende, 2016). Dengan media sosial yang digunakan dalam unjuk rasa dapat kita lihat bahwa pelapisan media sosial berperan sebagai media yang sangat baik untuk membuat protes tersebut menarik perhatian warga. Media sosial juga dapat digunakan untuk mengubah konflik menurut Zeitzoff mengatakan bahwa "pertama, media sosial dapat memotong anggaran komunikasi, kedua, meningkatkan penyebaran narasi pada karya sosial, Ketiga, media sosial sebagai platform strategis untuk berinteraksi netizen dan sosial. gerakan, keempat, memberikan informasi secara "real time" (Zeitzoff, 2017).

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media sosial dapat memengaruhi partisipasi politik masyarakat (Yolanda & Halim, 2020). Komariah & Kartini (2019) menemukan bahwa generasi milenial saat ini tidak dapat dilepaskan dari media sosial, karena konten media sosial memberikan pengetahuan politik tentang profil calon, teknis pelaksanaan pemilu, serta visi-misi kandidat. Selain itu, generasi milenial memiliki komunitas yang menjadi wadah diskusi terkait konten media sosial tersebut. Sunarwan & Pieter Surlia (2021) menambahkan bahwa konten sangat berpengaruh dalam mengumpulkan dukungan politik, di mana konten akan dianalisis secara kualitatif untuk mengetahui jenis konten yang dapat menangguk dukungan melalui jumlah pengikut, *like*, *view*, dan komentar. Sementara itu, strategi kampanye partai politik melalui media sosial, seperti yang dilakukan PSI dengan mengkritik DPR RI melalui YouTube, terbukti berhasil menarik perhatian masyarakat (Alam, 2019). Penggunaan *buzzer* dalam Pilkada dan Pemilu juga menjadi ujung tombak kesuksesan kandidat, meskipun berpotensi menyebarkan ujaran kebencian (Juditha, 2019).

Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media sosial dapat memengaruhi partisipasi politik masyarakat (Yolanda & Halim, 2020). Komariah & Kartini (2019) menemukan bahwa generasi milenial saat ini tidak dapat dilepaskan dari media sosial, karena konten media sosial memberikan pengetahuan politik tentang profil calon, teknis pelaksanaan pemilu, serta visi-misi kandidat. Sunarwan & Pieter Surlia (2021) menambahkan bahwa konten sangat berpengaruh dalam mengumpulkan dukungan politik. Strategi kampanye partai politik melalui media sosial, seperti yang dilakukan PSI dengan mengkritik DPR RI melalui YouTube, terbukti berhasil menarik perhatian

masyarakat (Alam, 2019). Penggunaan *buzzer* juga menjadi ujung tombak kesuksesan kandidat, meskipun berpotensi menyebarkan ujaran kebencian (Juditha, 2019). Penelitian lain oleh Elfitri & Suryanef (2021) menunjukkan bahwa sosialisasi di media sosial dengan strategi ofensif dapat dijadikan pedoman peningkatan partisipasi pemilih. Themi & Perdana (2020) menemukan bahwa tagar politik lebih berpengaruh terhadap partisipasi *online* daripada *offline*. Kurniawan et al. (2024) menambahkan bahwa KPU menggunakan media sosial dan program seperti "Goes To School" untuk mengedukasi pemilih Gen Z.

Media sosial seperti Twitter memiliki karakteristik interaktif dan *real-time* yang memungkinkan komunikasi politik dinamis (Muzahid Akbar Hayat et al., 2021). Twitter menjadi bagian penting dalam kampanye politik dan komunikasi politik sehari-hari (Jakarta, 2014), serta memudahkan pengguna menunjukkan preferensi politik (Amal et al., 2020). Namun, etika bermedia sosial yang buruk dapat memicu *bullying* dan provokasi (Indainanto, 2020). Oleh karena itu, sosialisasi politik melalui media sosial perlu menumbuhkan kesadaran kolektif agar tidak mudah terprovokasi informasi yang salah (Nofiasari et al., 2024). Keberhasilan memanfaatkan media sosial dapat meningkatkan dukungan politik, sementara kegagalannya berisiko merusak citra (Nofiasari et al., 2024). Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji peran media sosial dalam partisipasi politik, sebagian besar masih berfokus pada generasi milenial atau platform secara umum. Kajian spesifik tentang partisipasi Gen Z di Twitter dalam konteks Pemilu 2024 masih terbatas. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut.

Pada penelitian terdahulu dalam partrtisipasi politik masih rendah karena belum merata nya internet dan Pendidikan politik, membuat masyarakat kurang berpartisipasi dalam politik. Pada penelitian ini berfokus menganalisis bagaimana peran serta partisipasi generasi z berpartisipasi dalam pemilihan umum 2024 dalam Dimensi Sosial Media. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Pertama, Bagiamana peran serta Partisipasi Gen Z dalam Pra-Pemilu 2024 dalam Dimensi Sosial Media. Kedua, Bagaimana penggunaan sosial media digunakan oleh Gen Z dalam mas Pra Pemilu 2024?

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pentingnya peran serta partisipasi dari generasi Z dalam menghadapi pemilu 2024 dalam konteks sosial media Twitter. Partisipasi generasi Z dalam pemilu menandakan pedulinya masyarakat terutama generasi Z akan kemajuan bangsa dan negaranya. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi politik dan partisipasi pemilih muda di era digital, khususnya dalam memahami bagaimana media sosial Twitter memfasilitasi partisipasi politik Gen Z. Secara praktis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi partai politik dan calon legislatif dalam merancang strategi komunikasi politik yang efektif di media sosial untuk menjangkau pemilih muda, bagi KPU dan penyelenggara pemilu dalam merumuskan program sosialisasi yang lebih tepat sasaran, serta bagi generasi Z sendiri sebagai bahan refleksi untuk meningkatkan partisipasi politik yang cerdas dan bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif, yang mana menekankan pada penekanan Makana atas fenomena sosial tertentu (Creswell, 2014). Dalam pelaksanaanya penelitian ini meggunakan Data primer berasal pada Sosial media dengan Terperinci pada akun influnecer muda yang berfokus pada pembahasan Pemilu 2024. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan analisis data Deskriptif yang mana menggunakan cara deskripsi untuk menjalaskan fenomena sosial yang terjadi. Dalam menjelaskan hasil penelitian ini menggunakan deskripsi, sehingga masuk pada penelitian deskriptif.

Pada analisis ini menggunakan analisis Crosstab, Wrold cloud dan Maps. Denagn tahpan penelitian sebagai berikut:

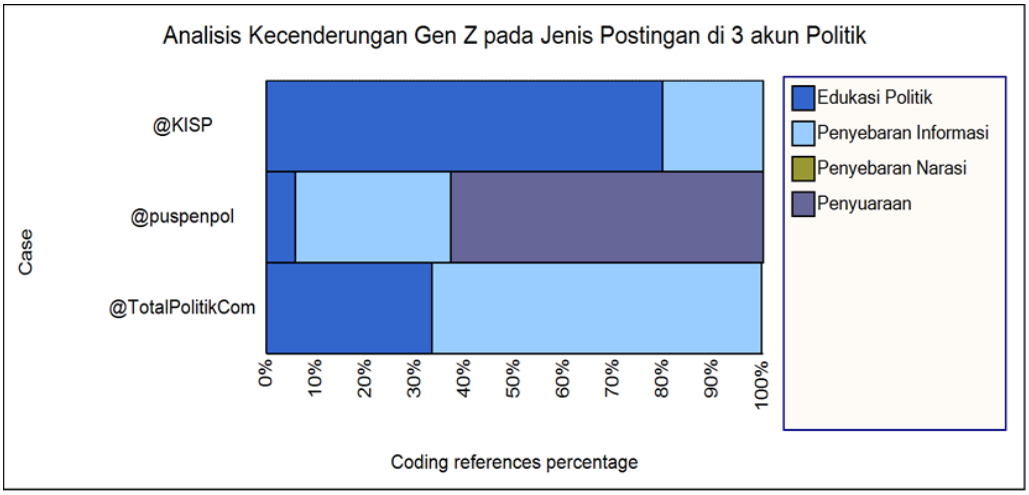
1. Filtering data, pada tahapan ini data direduksi dengan mengambil data yang sesaui dengan kriteria.
2. Coding Data, pada tahapan ini data dimasukan pada nodes atau indicator tretentu.
3. Analyisis data, pada tahapan ini data yang sudah dimasukan pada indicator dianalisis dengan tiga jenis analysis.
4. Presenting data, Data yang sudah dianaslisi ditampilkan dalam gambar dan Tabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada analisis ini terbagi menjadi dalam beberapa bagian yaitu terbagi menjadi 4 Bagian analisis yaitu: Pertama, Analisis Partisipasi Gen Z pada Jenis postingan di 3 akun sosial media. Kedua, Analisis Strategi digunakan 3 Akun Politik untuk menarik Gen Z. Ketiga, Analisis Narasi terkait postingan Gen Z pada 3 akun politik. Keempat, analisis pemetaan jenis postingan dengan kecenderungan strategi yang ada. Adapaun analisis dijelaskan pada beberapa bagian sebagai berikut.

Analisis konten yang digunakan 3 akun Politik untuk Gen Z

Pada analisis ini menggunaka 3 akun soail media twitter yaitu KISP (@kisp), Pusat Penerangan Politik (@Puspenpol), serta Total Politik (@TotalPolitikCom). Pada analisi ini digunakan untuk mengetahui terkait dengan kecenderungan Gen Z pada jenis Postingand ari ketiga akun tersebut. Analisis ini menggunakan analisis Crosstab dengan menggunakan Nodes/ Indikator yang telah dirancang sebelumnya. Pada analisis ini dijelakan pad agambar 1. Dan Tabel 1 berikut.



Gambar 2. Analisis Kecenderungan Gen Z pada Jenis Postingan di 3 akun politik
Sumber: Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI, Rapat Pleno Terbuka Rekapitulasi DPT, 2 Juli 2023

Table 1. Analisis Kecenderungan Gen Z pada Jenis Postingan di 3 akun politik

Akun	Edukasi Publik	Penyebaran Informasi	Penyebaran Narasi	Penyuaraan	Total
@KISP	80%	20%	0%	0%	100%
@Puspenpol	6,25%	31,25%	0%	62,5%	100%
@TotalPolitikCom	33,33%	66,67%	0%	0%	100%
Total	25%	33,33%	0%	41,67%	100%

Sumber: Analisis data primer

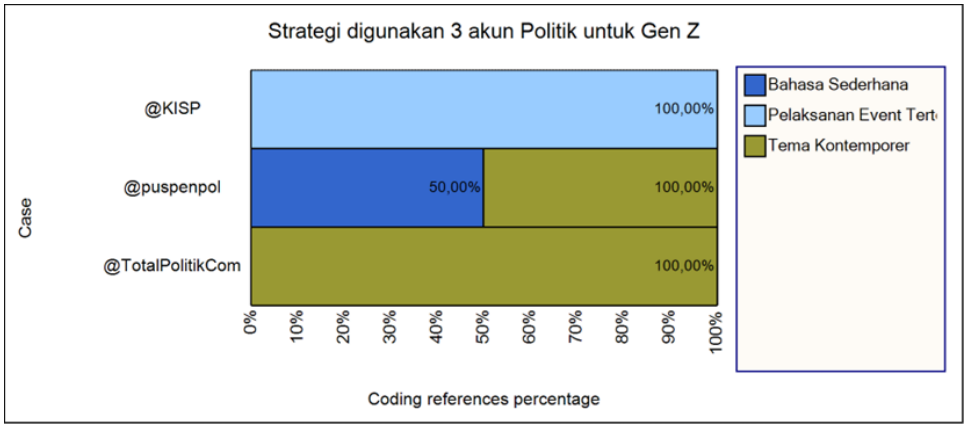
Pada gambar 1 dan gambar 2 menunjukan adanya kecederungan secara total dari ketiga akun tersebut memiliki paling tinggi pada tiap akun memiliki perbedaan. Pada Akun KISP fokus pada lingkup Edukasi Politik dan juga Penyebaran informasti terkait dengan Pemilihan dan Politik dengan pada Edukasi Politik memiliki nilai 80% dan Penyebaran informasi sebsar 20%. Pada akun pusat penerangan politik (Puspenpol) memiliki fokus pada penyuaraan dengan nilai dominan pada 62,5%, peneybaran informasi sebesar 31,25% dan Edukasi Politik sebsar 6,25%. Pada akun Total Politik memiliki dominasi pada lingkup penyebaran Informasi pada 66,67% dan Edukasi Politik pada 33,33%.

Pada analisi gambar dan tabel 1 tersebut menujukan adanya spesialsiasi pada setiap jenis akun dalam konten sosial media twitter. Hal ini menujukan adanya kecedrungan pada satu akun akan menggunakan jenis konten tersebut sbegai identitas akunnya (Flew & Iosifidis, 2020; Hoeven, 2019; Munger et al., 2019; Rampersad & Althiyabi, 2020). Dalam hal ini dibuktikan dengan adnaya dominaisi pada setiap akun pada satu ketagorisasi jenis postingan saja, missal pada KISP sangat dlekat dengan Pendidikan Politik, sedangkan pada Puspenpol memiliki kecennderungan pada penyuaraan , dan total politik dominan pada penyebaran informasi.

Dalam hal ini menjukan adanya partisipasi pada Gen Z dalam postingan tersebut dengan aktif berinteraksi dengan akun tersebut, serta akun tersebut memiliki indettitas dan rolenya sendiri bagi Gen Z untuk melek politik (Casero-Ripollés & Pepe-Oliva, 2021; Ferrara, 2020; Sibai et al., 2021). Dalam hal ini menjadikan setiap sosial media memiliki keunikan sendiri dan Gen Z dapat aktif pada setiap akun dengan tujuan yang berebda-beda. Dengan memiliki hubungan yang kompleks dengan media, dan berbagai platform.Sehingga generasi Z akan lebih mudah memahami dan mendapatkan informasi seputar pemilihan umum 2024 mendatang.

Analisis Strategi digunakan 3 akun Politik untk menarik Gen Z.

Pada analisis ini menggunakan 3 akun soail media twitter yaitu KISP (@kisp), Pusat Penerangan Politik (@Puspenpol), serta Total Politik (@TotalPolitikCom). Pada analisis menggunakan analisis Crosstab dengan menggunakan Nodes/ Indikator yang telah dirancang sebelumnya. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui terkait strategi yang digunakan oleh masing masing akun untuk mendapatkan atensi dari Gen Z. analisis ini dijealksan pad gambar dan tabel dibawah ini.



Gambar 3. Analisis Strategi 3 Akun Politik untuk Gen Z

Sumber: Analisis data primer

Table 2. Analisis Strategi 3 Akun Politik untuk Gen Z.

Akun	Bahasa Sederhana	Pelaksanaan Event Tertentu	Tema Kontenporer	Total
@KISP	0%	100%	0%	100%
@puspenpol	50%	0%	50%	100%
@TotalPolitikCom	0%	0%	100%	100%
Total	36%	20%	44%	100%

Sumber: Analisis data primer

Pada gambar 3 dan table 2 tersebut menujukan ada perebdanaan satrtegi yang digunakan pada setiap akun yang ada. Pada hal ini untuk menarik atensi Gen Z terdapat satrtegi yang dapat digunakan yaitu: Penggunaan Bahasa yang sederhana, Pelaksanan Event Tertentu yang merjuuk pada event offline dan online untuk Pendidikan politik, serta Tema Kontemporere yang merujuk pada fenomena politik yang ada. Pada analisis

ini menujukan adanya kecederunagn dari akun akun tersebut pada satu adatau dua setartegi saja. Pada akun Total Politik dominan pada penggunaan tema kontemporer, hal ini relevan juga dengan kecederunagn koten pada total politk yang fokus pada penyampian informasi, dalam hal ini untuk menyampiakan ifnromasi yang relevan perkembangan situasi politik maka menggunakan tema tema politik yang kontemporer pula (Hadjira et al., 2023). Pada akun KISP menggunakan satrtegi penyelanggaran event event tertentu dalam hal ini relevan dengan fokus pada KISP yang memang berfokus pada Pendidikan pemilih Pemula, sehingga dalam menarik minat Gen Z lebih diuatmakan event event Pendidikan politik yang sesaui untuk Gen Z sebagai pemilih pemula (Sutan et al., 2021). Sedangkan pada akun Psuat Penerangan Politik yang berfokus sebagai media pennyuaraan dan media informasi maka memerlukan penggunaan bahasa yang sederhanda dan tema tema yang kontemporer.

Analisis Narasi pada 3 akun Sosial Media

Pada analisis ini menggunakan 3 akun soail media twitter yaitu KISP (@kisp), Pusat Penerangan Politik (@Puspenpol), serta Total Politik (@TotalPolitikCom). Pada analisis menggunakan analisis narasi yaitu wordcloud dengan menggunakan kata yang tersebsar pada 30 besar di sosial media. Pada analisis ini digunakan untuk mengetahui tema atau narasi yang munccul pada 3 akun tersebut pada periode 1 Desember 2023 hingga 2 Januari 2024. Analisi diejlakan pada gambar dan tabel berikut



Gambar 4. Analisis Narasi Sosial Media

Sumber: Data Twitter dari akun @kisp, @Puspenpol, @TotalPolitikCom periode 1 Desember 2023 – 2 Januari 2024

Table 3. Top 10 Narasi di Sosial Media

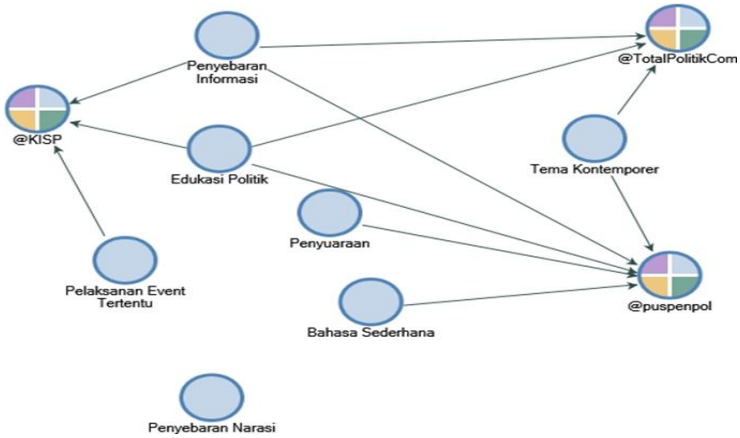
Word	Count
capres	10
pemilu	10
2024	9
debat	9
anies	8
kisp	8
cawapres	7
dalam	7
politik	6
etik	5

Sumber: Analisis data primer menggunakan *wordcloud*

Pada gambar 4 dan tabel 3 tersebut menujukan adanya beberapa narasi yang muncul, seperti narasi yang merujuk pada nama yang terdapat pada nama Prabowo, Mahfud, Ganjar, Gibran serta Anis. Pada analisis ini juga menujukan naras atau tema yang merujuk pada satu tema besar yang sama yaitu terkait dengan Pilpres 2024, hal ini dibuktikan dengan kata yang dominan dalam top 10 berkaitan dengan Pemilu 2024 seperti Capres, Pemilu, 2024, Debat, Anis, Politik, Etik, Cawapres. Dalam hal ini menujukan tema dalam awal desember hingga awal januari ini pada ketiga akun cenderung membahas terkait dengan Pemilihan Umum 2024. Dilain sisi dalam hal ini menujukan narasi pada sosial media pada tiga akun tersebut menyoroti terkait dengan tema besar yang sama yaitu terkait dengan Pemilu 2024. Selain itu hal ini menjadi bukti penggunaan tema dan narasi sosial media mengikuti pada tiga lingkup yaitu: Jenis Konten, Strategi dalam postingan serta fenomena kontemporer yang ada (Misran, 2021).

Analisis Pemetaan Tema dengan Strategi dan akun

Pada analisis digunakan untuk mengetahui terkait dengan relevansi dari setargei dari sosial media dengan jenis postingan yang digunkaan. Pada analisis ini menggunakan analisis Maps. Analisis mapas menguhubungkan terkaitt dengan Nodes/Indikator dengan Case. Analisi dijelakan pada gambar 5



Gambar 5. Analisis Maps

Sumber: Analisis data primer menggunakan analisis maps

Pada gambar 5 menujukan bahwa Pada akun KISP yang berfokus pada informasi dan Edukasi politik secara dominan menggunakan startegi yaitu penyelenggraan event tentang edukasi politik dalam event tertentu. Disamping itu dalam akun Pusat Penerangan Politik yang berfokus pada media informassi dan Penyuaraan menggunakan startegi dengan bahasa sederhana dan tema kontemporer. Pada akun Total politik berfokus pada media informasi menggunakan stategi pada tema kontemporer. Pada ketiga akun tersebut memiliki tema dan strategi yang berbeda beda. Dengan adanya akun akun seperti itu dapat meningkatkan partisipasi dan edukasi politik untuk generasi Z.Berikut adalah beberapa postingan dari 3 akun politik di twitter yang berpengaruh terhadap pemahaman politik generasi Z, yaitu sebagai berikut.

1. KISP

Sekjend KISP, Azka Abdi Amrurobbi menjadi pembicara dalam FGD Peningkatan Kapasitas Lembaga Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) pada 18-19 Desember 2023. Pada kesempatan tersebut, Azka memberikan gambaran atas tantangan yang dihadapi DKPP saat ini, seperti: masih banyak masyarakat yang belum mengenal DKPP, perlunya platform/hotline pelaporan bilamana masyarakat menemukan pelanggaran kode etik, perlunya membuat tata cara singkat bagaimana dan apa saja yang diperlukan ketika melaporkan prlanggaran, hingga perlunya merubah pola dari "menunggu" laporan menjadi "mencari" pelanggaran kode etik.

#BerkaryaKawalDemokrasi
#MudaPeduliDemokrasi
#BersamaJagaDemokrasi
#Pemilu2024



Gambar 6. Postingan Akun KISP (@kisp)
Sumber: Twitter @kisp, diakses Desember 2023 – Januari 2024

Dalam postinga akun KISP tersebut menunjukkan keterbukaan nya pemilihan umum 2024 dalam penyebarabn informasi politik.Sosialisasi politik melalui media sosial dilakukan dengan menumbuhkan kesadaran kolektif netizen agar tidak mudah terprovokasi informasi yang salah dan menyesatkan dan memassifkan kampanye literasi digital(Nofiasari et al., 2024).

2. TOTAL POLITIK

Diskusi yang seru banget bareng

@TotalPolitikCom

. Maraknya Podcast politik tentu positif untuk demokrasi.

Melalui podcast ini gagasan diuji, memperluas ruang interaksi dan publik juga terinformasi. Terima kasih Total Politik.



Gambar 7. Postingan Akun Total Politik (@TotalPolitikCom)

Sumber: Twitter @TotalPolitikCom, diakses Desember 2023 – Januari 2024

Pilpres 2019 hampir ada poros ketiga?

@eddy_soeparno

ceritakan pengalaman politiknya, dari dinamika Amien Rais dan SBY sampai Ganjar dan Prabowo.

Saksikan selengkapnya di Youtube Total Politik!

https://youtu.be/IdqEixy7kv4

3. PUSAT PENERANGAN POLITIK

JADWAL DEBAT CAPRES PART II

Tema: Pertahanan, Keamanan Hubungan Internasional, Geopolitik

#puspenpol #debatcapres

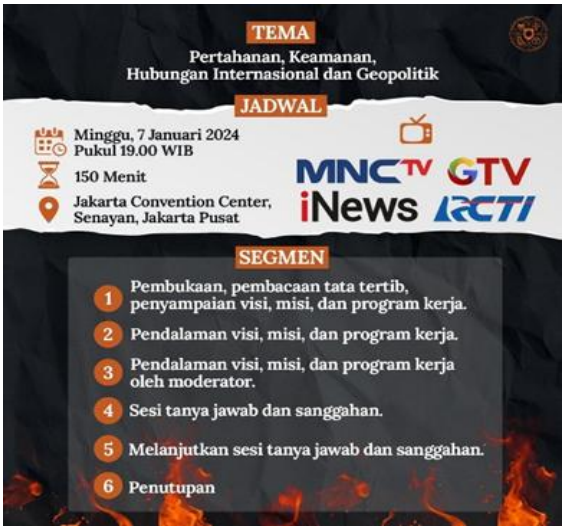
Berikut ini informasi detail terkait debat capres mendatang;

Tanggal

Lokasi

Daftar Siaran

Pembagian Segmen



Gambar 8. Postingan Akun Pusat Penerangan Politik (@puspenpol) – Informasi Debat Capres

Sumber: Twitter @puspenpol, diakses Desember 2023 – Januari 2024

Pusat Penerangan Politik
@puspenpol
.
4h
Pernyataan dan pandangan para Capres soal pertahanan dan hubungan internasional dari para Capres.



Gambar 9. Postingan Akun Pusat Penerangan Politik (@puspenpol) – Pernyataan Capres

Sumber: Twitter @puspenpol, diakses Desember 2023 – Januari 2024

Kehadiran Twitter dalam suatu masyarakat berje- jaring telah menggentarkan pemerintah- an pemerintahan otoriter; sementara di negara-negara relatif bebas, Twitter menjadi bagian penting kampanye politik atau pun komunikasi politik keseharian (Jakarta, 2014).oleh Mayfield (2008:32) dalam What is Sosial Media yang mencakup partisipasi, keterbukaan, saling terhubung, dan advokasi yang dimiliki oleh Twitter.

Kendati demikian, apabila kita telaah pula berkaitan dengan fasilitas dan keunikan yang dimiliki Twitter. Banyaknya fitur yang berbeda jika disandingkan dengan media sosial lain, membuat Twitter memiliki keunikan tersendiri yang membuat para informan tetap bertahan untuk menggunakan Twitter dalam kesehariannya.(Amal et al., 2020).Hal ini yang membuat generasi Z mudah berinteraksi dalam social media.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas terdapat pengaruh terhadap cuitan ke tiga akun politik yaitu KISP, TOTAL POLITIK, dan PUSAT PENERANGAN POLITIK di twitter yang berdampak terhadap tingkat penyebaran pemahaman dan partisipasi generasi Z tentang informasi politik menjelang pemilu 2024. Dengan adanya media social twitter dan akun akun politik menciptakan ruang interaksi antara politisi dengan publik serta dapat menarik minat generasi Z sehingga akun akun politik di twitter semakin penting bagi politisi. Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa penyebaran informasi terkait pemilu 2024 melalui media social twitter dapat mempengaruhi elektabilitas calon legislatif dengan mengimplementasikan unsur unsur yang menarik dalam postingan di media social dan dapat menarik perhatian generasi Z. Peneliktian ini dalam pelaksanaanya meggunakan Data primer berasal pada Sosial media dengan terperinci pada akun influnecer muda yang berfokus pada pembahasan Pemilu 2024. Dalam analisis data penelitian ini menggunakan analisis data Deskriptif yang mana menggunakan cara deskripsi untuk menjalaskan fenomena sosial yang terjadi. Dalam menjelaskan hasil penelitian ini menggunakan deskripsi, sehingga masuk pada penelitian deskriptif.

Dengan demikian, keterlibatan Generasi Z dalam politik yang mana menjelang pemilu 2024 ini menjadi suatu keharusan dalam mengimplementasikan nilai nilai demokrasi di Indonesia. Salah satu cara generasi Z melibatkan diri terhadap politik yaitu dengan mengunakan media social salah satunya yaitu twitter. Sebagai generasi penerus bangsa, Generasi Z harus berani bersuara demi mendorong suatu perubahan sosial bagi bangsa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Amal, M. I., Naryoso, A., & Nugroho, A. (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Presentasi Diri pada Preferensi Pollitik. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, *5*(3), 248–253.

Akmaluddin, A., & Wempie, M. A. R. (2022). Budaya Politik Pemilih Milenial Dalam Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Unbara, 1(1), 49–57.*

Alam, S. (2019). *Machine Translated by Google STRATEGI KAMPANYE PARTAI POLITIK DI MEDIA SOSIAL* (*Studi Kasus Partai Soldaritas Indonesia dalam Mengkritik DPR RI Melalui Youtube*).

Alhasbi, F., Hakim, R. I., Allya, D., & Alfauzi, I. (2023). Tinjauan Dramaturgi, Pengelolaan Kesan dalam Iklan Partai Politik "PAN PAN PAN." *Pawarta: Journal*

of Communication and Da'wah, 1(2), 110–125. https://doi.org/10.54090/pawarta.321

Amal, M. I., Naryoso, A., & Nugroho, A. (2020). Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Presentasi Diri pada Preferensi Pollitik. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan, 5(3), 248–253.*

Apandie, C. (2021). KONSTRUKSI EDUKASI BAGI WARGA NEGARA MUDA PADA AKUN MEDIA SOSIAL TWITTER @asumsico. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(1), 21–29. https://doi.org/10.31316/jk.v5i1.1291

Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, quantitative and mixed method approaches. Sage.*

Elfitri, M., & Suryanef, S. (2021). Upaya Peningkatan Partisipasi Politik Masyarakat oleh Relawan Demokrasi Basis Warganet pada Pemilu Serentak 2019 di Kota Padang. *Journal of Education, Cultural and Politics, 1(2), 39–47*. https://doi.org/10.24036/jecco.v1i2.7

Fakultas, N. S. F. (2020). Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif Millennial. NYIMAK *Journal of Communication, 4(1).* http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak

Fauzi, H. (2023). Budaya Politik Pemilih Milenial (Studi Kasus Pilkada Kabupaten Solok Selatan Tahun 2020).*Journal of Practice Learning and Educational Development, 3(1), 89–94*. https://doi.org/10.58737/jpled.v3i1.98

Hill, C. B., & Guthrie, K. M. (2018). *Free Speech, Student Activism, and Social Media Reflections from the Bowen Colloquium on Higher Education Leadership.*

Indainanto, Y. I. (2020). Relasi Politik, Bullying dan Etika Mengenai Isu "Muslim Uighur" di Media sosial. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, 4*(1), 68–85. https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.4014

Jakarta, B. L. (2014). Keterlibatan Digital Presiden Joko Widodo Melalui Twitter Pada Seputar Pelantikannya Sebagai Presiden Indonesia 2019-2024. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, *10*(1). https://doi.org/10.35968/jsi.v10i1.1003

Juditha, C. (2019). Buzzer di Media Sosial pada Pilkada dan Pemilu Indonesia. *Seminar Nasional Komunikasi Dan Informatika, 2019*, 199–212.

Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskrptif Tingkat dan Pola Politik Partisipasi Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Alikasi Instagram Tahun 2019). *Paradigma Polistaat, 3*(2), 116–131. https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i2.3093

Kende, A. (2016). Separating Social Science Research on Activism from Social Science as Activism. *Journal of Social Issues*, 72(2), 399–412. https://doi.org/10.1111/josi.12172

Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milineal dalam Pemilu. *Aristo,7*(2), 228. https://doi.org/10.24269/ars.v7i2.1608

Kurniawan, M. R., Erawati, D., Setiawan, H., Raya, I. P., Kpu, K., & Kalimantan, P. (2024). Digitalisasi : *Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024*. 3, 1375–1390.

Lawelai, H., Sadat, A., & Suherman, A. (2022). Democracy and Freedom of Opinion in Social Media: Sentiment Analysis on Twitter. PRAJA: *Jurnal Ilmiah Pemerintahan, 10*(1), 40–48. https://doi.org/10.55678/prj.v10i1.585

Mano, R. S. (2014). Social media, social causes, giving behavior and money contributions. *Computers in Human Behavior, 31*(1), 287–293.https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.044

Meifilina, A. (2021). Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Politik Partai Golkar dalam Melakukan Pendidikan Politik. *Jurnal Komunikasi Nusantara, 3(*2), 101–110. https://doi.org/10.33366/jkn.v3i2.80

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2018). How the World Changed Social Media. In *How the World Changed Social Media.* https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35

Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi, 2*(2), 144–151. https://doi.org/10.17933/diakom.v2i2.60

Muzahid Akbar Hayat, Sjaiful Jayadiningrat, Gunawan Wibisono, & Muhammad Iwu Iyansyah. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi, 2*(1), 104–114. https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61

Noer, Q., & Farabi, S. El. (2022). Kehadiran Media Sosial Dan Partisipasi Politik Bagi Pemilih Pemula. *Jurnal CommLine, 07*(02), 112–123.

Nofiasari, W., Saputra, I., & Tantra, S. (2024). *Urgensi Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Politik Menjelang Pemilihan Presiden 2024. 13*(November 2023).

Nurhidayat, I., & Garis, R. R. (2023). Trend Komunikasi Politik di Media Sosial. *Jurnal Lanskap Politik, 1*(2), 1. https://doi.org/10.31942/jlp.2023.1.2.8373

Oktama Andriyendi, D., & Fitria Dewi, S. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics, 101*(1), 2798–6020.

Pada, P., Tahun, P., & Kota, D. I. (2019). PERAN KOMISI PEMILIHAN UMUM DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK PEMILIH PEMULA PADA PEMILU TAHUN 2019 DI KOTA TANGERANG *Regan.Ipdn, 1*(1), 1–10. http://eprints.ipdn.ac.id/7761/%0Ahttp://eprints.ipdn.ac.id/7761/1/REGAN REPOSITORI.pdf

Panatra, A. J., Chandra, F. B., Darmawan, W., Warnars, H. L. H. S., Utomo, W. H., & Matsuo, T. (2019). Buzzer Detection to Maintain Information Neutrality in 2019 Indonesia Presidential Election. *Proceedings - 2019 8th International Congress on Advanced Applied Informatics, IIAI-AAI 2019*, 873–876. https://doi.org/10.1109/IIAI-AAI.2019.00177

Ronzhyn, A. (2016). Social media activism in post-euromaidan Ukrainian politics and civil society. *Proceedings of the 6th International Conference for E-Democracy and Open Government, CeDEM 2016*, 96–101. https://doi.org/10.1109/CeDEM.2016.17

Sunarwan, W., & Pieter Surlia, S. (2021). Strategi Pencitraan Politik Capres Jokowi Melalui Instagram : Sebuah Analisis Konten Kualitatif. *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora, 03*(01), 18–33.

Themi, M. I., & Perdana, A. (2020). *TheJournalish: Social and Government Pengaruh Tagar #2019gantipresiden Terhadap Partisipasi Politik Milenial. 1*(1995), 137–149.http://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/index

Tsatsou, P. (2018). Social Media and Informal Organisation of Citizen Activism: Lessons From the Use of Facebook in the Sunflower Movement. *Social Media and Society, 4*(1), 1–35. https://doi.org/10.1177/2056305117751384

Zeitzoff, T. (2017). How Social Media Is Changing Conflict. *Journal of Conflict Resolution, 61*(9), 1970–1991.https://doi.org/10.1177/0022002717721392