

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sebagai negara yang menganut paham demokrasi, Indonesia sudah tidak asing lagi dengan Pemilihan Umum (Pemilu), khususnya dalam pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu yang demokratis telah dilangsungkan sejak tahun 1955 dan masih aktif hingga saat ini. Keberlangsungan Pemilu yang dilaksanakan tiap 5 tahun sekali menjadi sebuah pesta bagi hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Masyarakat sebagai aktor utama dalam Pemilu menjadi sebuah perhatian besar dimulai dari kontestasi para calon hingga keberlangsungan Pemilu itu sendiri, yang meliputi segala level pemilihan baik di tingkat daerah maupun di tingkat nasional. Kampanye dari masing-masing calon juga merupakan suatu hal yang penting dalam mempengaruhi preferensi memilih masyarakat (Nurcholis & Putra, 2020).

Penelitian ini ingin melihat dinamika di balik dampak sosial media instagram pada Generasi Z dalam menyikapi kontestasi pemilu 2024. Fokus penelitian ini brada di Generasi Z. Tema ini merarik di teliti karena beberapa tahun kebelakang jumlah penggunaan media sosial terutama Instagram terus melonjak pesat, tak terkecuali di Indonesia. Semakin maraknya penggunaan media sosial di Indonesia berimplikasi nyata di berbagai bidang terutama politik. Fenomena ini di manfaatkan secara baik oleh calon presiden dan calon wakil presiden untuk menyampaikan gagasan yang mereka bawa pada pemilihan presiden 2024.

Menuju pemilu 2024 hal yang paling banyak di perbincangkan adalah bagaimana dampak sosial media pada Generasi Z dalam menyikapi pemilu 2024. Hampir sebagian dari pemilih adalah Generasi Z yang merupakan pemilih pemula pada 2024. Secara umum pemilih pemula atau Generasi Z merupakan suatu golongan yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilu. Pemilih pemula atau Generasi Z tidak jarang di anggap sebelah mata suaranya karena produksi pengetahuan politik yang masih awam dan di asumsikan relatif tidak

sebanding dengan pemilih yang berusia matang. Namun, pada pemilu 2024 suara Generasi Z justru menjadi perhitungan bagi para calon karena jumlah Generasi Z yang relatif besar. Dengan produksi pengetahuan politik yang masih awam, Generasi Z terkesan mudah untuk di pengaruhi preferensi memilih politiknya. Ditambah fakta bahwa kebanyakan para calon saat ini menyampaikan kampanyenya melalui media sosial.

Tiga calon presiden yang berlaga pada pemilihan presiden 2024 di Indonesia adalah Anies Rasyid Baswedan – Abdul Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto – Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo – Mohammad Mahfud Mahmodin. Pilpres 2024 bukan pemilihan umum pertama di Indonesia di mana media sosial digunakan oleh kandidat untuk menarik perhatian pemilih. Hal ini didukung oleh survei tentang pengaruh media sosial terhadap preferensi politik masyarakat oleh Charta Politika pada periode 19-25 Maret 2019. Pada tahun 2019, media sosial menjadi lebih populer jika dibandingkan dengan media mainstream seperti televisi atau surat kabar. Hal ini kemudian menempatkan peluang besar bagi ketiga kandidat untuk meyakinkan pemilih dengan mempengaruhi preferensi politik melalui tampilan pencitraan pada platform media sosial masing-masing kandidat.

Media sosial memiliki peran penting karena membuat masyarakat menerima banyak informasi dari media sosial. Media sosial membentuk bagaimana orang menafsirkan dan mengamati informasi politik, terutama liputan terkait pemilu dan peristiwa politik lainnya. Media sosial secara eksplisit berupaya melibatkan masyarakat secara langsung dalam aktivitas politik, seperti dalam hal pemungutan suara, berkomunikasi kepada pejabat publik, dan keikutsertaan dalam gerakan protes terhadap pemerintah. Media sosial membuat berbagai politisi berlomba- lomba untuk menampilkan citra yang baik untuk ditunjukkan demi menarik simpatian dari masyarakat. Selain itu, besar kemungkinan bahwa preferensi politik masyarakat telah dipengaruhi oleh perilaku politik para politisi melalui media sosial (Sellita, 2019).

Media sosial saat ini memiliki banyak jenisnya mulai dari twitter, facebook, instagram, dan sebagainya. Dengan banyaknya media sosial, maka masyarakat khususnya generasi muda dapat dengan bebas menentukan pilihan media sosial untuk keperluan hiburan dan komunikasi. Hal ini bisa dilihat dari pengguna aktif media sosial di Indonesia yang relatif besar dengan jumlah 79 juta pengguna aktif. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia membuktikan bahwa media sosial masih menjadi andalan sebagian besar masyarakat Indonesia guna sebagai media hiburan ataupun komunikasi (Nurcholis & Putra, 2020).

Akibat dari banyaknya penggunaan media sosial di Indonesia banyak konten tentang politik yang tersebar di media sosial. Di media sosial, komunikasi bisa tersebar melalui individu atau kelompok sehingga informasi bisa cepat menyebar secara luas. Hal inilah yang menyebabkan banyak politisi memanfaatkan media sosial sebagai *platform* untuk mempopulerkan namanya atau biasa disebut kampanye. Selain itu, sebagian besar media massa memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan artikel atau konten beritanya untuk dinikmati oleh konsumen. Semakin mudahnya mengakses sosial media maka semakin mudah setiap masyarakat dalam mendapatkan konten mengenai politik dan secara langsung akan berpengaruh pada dirinya.

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah membawa dampak yang signifikan pada partisipasi politik Generasi Z dalam pemilihan umum. Sebagai *platform* berbagi foto dan video, Instagram memberikan akses yang cepat dan visual terhadap informasi politik. Generasi Z dapat dengan mudah mengikuti perkembangan pemilu melalui fitur *Stories*, yang memungkinkan mereka terlibat secara aktif dan menyampaikan pandangan politik mereka. Selain itu, pengaruh influencer politik juga memainkan peran penting. Tokoh politik dan influencer seperti Najwa Sihab yang memiliki 23,7 Juta pengikut yang aktif di Instagram memiliki daya tarik besar terhadap Generasi Z, memengaruhi opini politik dan nilai-nilai yang dianut oleh para tokoh politik. *Platform* ini juga menjadi wadah untuk

pembentukan identitas politik, di mana Generasi Z dapat mengekspresikan pandangan mereka melalui berbagai konten visual dan caption yang mereka bagikan.

Namun, perlu diingat bahwa Instagram juga membawa risiko, terutama terkait dengan *filter bubble* dan *echo chamber*. Meskipun memberikan akses ke beragam pandangan politik, pengguna cenderung terpapar pada konten yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri, membatasi keragaman perspektif politik. Selain itu, peredaran disinformasi dan informasi palsu di *platform* ini menjadi tantangan serius. Generasi Z perlu dilengkapi dengan keterampilan kritis untuk memfilter informasi dan menghindari penyebaran berita palsu yang dapat memengaruhi pemahaman mereka terhadap isu politik. Dengan demikian, sementara Instagram membuka pintu bagi keterlibatan politik Generasi Z, penting untuk memahami secara kritis dampak positif dan negatifnya dalam rangka meningkatkan partisipasi yang informasional dan bermakna dalam konteks pemilihan umum.

Dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer di kalangan Generasi Z, jumlah pengguna aktif Instagram di kalangan generasi ini terus meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi dan akses internet yang semakin meluas. Media sosial Instagram telah menjadi saluran utama untuk berkomunikasi dan berbagi informasi selama kampanye pemilu, banyak pemimpin politik dan partai politik menggunakan Instagram untuk mencapai pemilih dan mempengaruhi opini publik. Generasi Z adalah kelompok pemilih yang semakin signifikan dalam pemilu-pemilu terkini, mereka memiliki pandangan politik dan sosial yang unik dan cenderung lebih terbuka terhadap informasi yang mereka temui di media sosial. Pemilu-pemilu terkini di berbagai negara telah menunjukkan perubahan dalam dinamika kampanye politik akibat penggunaan media sosial. Perubahan ini dapat mempengaruhi hasil pemilu dan peran Generasi Z dalam pemilu.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pemilih Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Generasi**

No	Daftar Pemilih Pemilu Tahun 2024 Berdasarkan Generasi			
	Generasi	Tahun Lahir	Usia	Jumlah Pemilih
1	<i>Preboomer</i>	Sebelum 1945	105 - 79 Tahun	1,74 %
2	<i>BabyBoomer</i>	1946 - 1964	78 – 59 Tahun	13,73 %
3	Gen X	1965 - 1980	58 – 43 Tahun	28,07 %
4	Milenial	1981 - 1995	42 – 27 Tahun	33,60 %
5	Gen Z	1997- 2009	< 26 Tahun	22,85 %
Total Pemilih				204.807.222

Sumber : Instagram KPU RI

Dengan memahami latar belakang ini, penelitian mengenai dampak sosial media Instagram pada Generasi Z dalam kontestasi pemilu 2024 dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana sosial media memengaruhi proses politik dan keputusan pemilih, serta membantu merumuskan kebijakan yang relevan dalam konteks digital ini.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang **“Dampak Media Sosial Instagram Pada Generasi Z Dalam Menyikapi Kontestasi Pemilu 2024 Studi Di Kabupaten Langkat”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak media sosial instagram pada Generasi Z dalam menyikapi kontestasi pemilu 2024 studi di kabupaten langkat.
2. Bagaimana pihak berwenang mengatasi dampak negatif dari media instagram yang di gunakan pada Generasi Z dalam menghadapi pemilu.

### **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi fokus kajian penelitian ini sebagai berikut:

1. Meneliti dampak media sosial instagram pada Generasi Z dalam menyikapi kontestasi pemilu 2024 di kabupaten langka.
2. Meneliti bagaimana pihak berwenang mengatasi dampak negatif dari media instagram yang digunakan oleh Generasi Z dalam menghadapi pemilu.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan dan fokus masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana dampak media sosial instagram pada Generasi Z dalam menyikapi kontestasi pemilu 2024 dikabupaten langkat.
2. Untuk mengetahui bagaimana pihak berwenang mengatasi dampak negatif dari media instagram yang digunakan oleh Generasi Z dalam menghadapi pemilu.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian bermanfaat secara teoritis yaitu melalui sumbangan teori dan analisisnya untuk kepentingan penelitian di masa yang akan datang dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Secara Praktis

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan perkuliahan penulis di Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh, dan untuk menambah koleksi pustaka untuk bahan bacaan dan kajian terkhususnya

mahasiswa Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Malikussaleh.