

## **PRAKTIK KOMUNIKASI POLITIK MAHASISWA GEN Z DALAM MERESPON ISU NASIONAL: ANALISIS PERILAKU, IDENTITAS DIGITAL, DAN POLA PARTISIPASI**

**Herry Setianto Wahyono**  
Universitas Halim Sanusi

E-mail : [herrysetiantow@gmail.com](mailto:herrysetiantow@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap komunikasi politik, terutama di kalangan generasi muda seperti Generasi Z (Gen Z). Sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital, Gen Z memiliki karakteristik unik dalam mengakses, memproduksi, dan menyebarluaskan informasi politik melalui berbagai platform media sosial. Berdasarkan survei We Are Social (2024), 90,4% pengguna internet di Indonesia berusia 18–24 tahun aktif di media sosial, menjadikan mereka aktor penting dalam pembentukan opini publik. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif yang berpijak pada paradigma konstruktivis. Pendekatan ini dipilih karena sejalan dengan tujuan penelitian untuk menelusuri makna, pengalaman, serta praktik komunikasi politik mahasiswa Gen Z dalam lingkungan sosial-digital yang bersifat dinamis dan berlapis. Paradigma konstruktivis memandang realitas sebagai sesuatu yang majemuk dan lahir dari proses interaksi sosial (Creswell & Poth, 2018). Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa Gen Z memperlihatkan ketergantungan kuat pada media sosial sebagai sumber utama informasi politik. Platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) menjadi rujukan utama mereka, menggantikan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. Sebagian besar informan menyebutkan bahwa mereka lebih mudah memahami isu politik melalui konten kreatif seperti video pendek, infografis, serta rangkaian thread edukatif yang disebar oleh para kreator atau komunitas politik digital. Penelitian ini menegaskan bahwa praktik komunikasi politik mahasiswa Gen Z dalam merespons isu nasional berlangsung dalam ekosistem digital yang sangat dinamis. Secara umum, terdapat tiga kesimpulan utama yang merepresentasikan perilaku komunikasi politik, pembentukan identitas digital, dan pola partisipasi politik generasi ini.*

**Kata kunci:** *Generasi Z, komunikasi politik, teknologi digital, media sosial, masyarakat digital.*

### **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap komunikasi politik, terutama di kalangan generasi muda seperti Generasi Z (Gen Z). Sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital, Gen Z memiliki karakteristik unik dalam mengakses, memproduksi, dan menyebarluaskan informasi politik melalui berbagai platform media sosial. Berdasarkan survei *We Are*

*Social* (2024), 90,4% pengguna internet di Indonesia berusia 18–24 tahun aktif di media sosial, menjadikan mereka aktor penting dalam pembentukan opini publik. Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital kini menjadi arena utama bagi mahasiswa Gen Z untuk mengekspresikan pandangan politiknya, baik melalui diskusi daring, partisipasi kampanye digital, maupun keterlibatan dalam gerakan sosial berbasis internet (Sulaiman & Fauzi, 2024).

Dalam konteks nasional, mahasiswa sebagai bagian dari Gen Z menempati posisi strategis sebagai agen perubahan sosial dan politik. Namun, bentuk partisipasi mereka kini lebih bersifat digital dibandingkan konvensional. Penelitian Antameng dan Hera (2024) menunjukkan bahwa komunikasi politik di media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, berpengaruh signifikan terhadap minat dan keterlibatan politik mahasiswa. Meski demikian, keterlibatan ini sering kali bersifat simbolik atau performatif—ditandai dengan tindakan seperti *posting*, *liking*, dan *sharing* tanpa diikuti aksi nyata di dunia offline. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana praktik komunikasi politik digital mencerminkan partisipasi politik yang substantif di kalangan mahasiswa Gen Z.

Selain itu, isu mengenai identitas digital juga menjadi sorotan penting dalam memahami perilaku komunikasi politik generasi ini. Gen Z membangun identitas politiknya bukan hanya melalui preferensi ideologis, tetapi juga melalui representasi diri di dunia maya yang sering kali berbaur antara aspek personal dan publik (El Qudsi & Syamtar, 2020). Dalam konteks ini, komunikasi politik tidak lagi sekadar penyampaian pesan politik, melainkan juga

praktik identitas dan ekspresi sosial. Fenomena ini menuntut analisis lebih mendalam terhadap bagaimana mahasiswa Gen Z memaknai isu nasional, seperti korupsi, perubahan iklim, hingga demokrasi digital, serta bagaimana mereka menegosiasikan posisi sosial-politik mereka di ruang digital yang sarat dinamika.

Kesenjangan penelitian muncul karena sebagian besar studi komunikasi politik di Indonesia masih berfokus pada perilaku pemilih umum atau generasi milenial, sementara kajian spesifik tentang praktik komunikasi politik mahasiswa Gen Z, terutama yang mengaitkan aspek perilaku, identitas digital, dan pola partisipasi, masih terbatas (Judijanto, Wandan, & Ayu, 2024; Kadir, 2022). Padahal, kelompok ini berpotensi menjadi penentu arah demokrasi digital di masa depan. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana mereka mengelola komunikasi politik di ruang digital menjadi penting, baik untuk pengembangan teori komunikasi politik modern maupun bagi strategi partisipasi politik yang inklusif di era media baru.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi politik mahasiswa Gen Z dalam merespons isu

nasional melalui tiga dimensi utama: perilaku politik digital, pembentukan identitas digital, dan pola partisipasi politik di ruang maya. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya khazanah kajian komunikasi politik kontemporer dengan pendekatan interdisipliner antara studi media, perilaku politik, dan identitas digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga pendidikan, pemerintah, serta organisasi politik untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan partisipatif dalam menjangkau generasi muda sebagai aktor politik masa depan Indonesia.

Transformasi ruang publik di era digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, berpendapat, dan berpartisipasi dalam isu politik. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) kini menjadi arena baru bagi wacana publik, menggantikan dominasi media arus utama. Ruang digital ini tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga wadah pembentukan identitas politik dan ekspresi diri. Generasi Z kelompok yang lahir antara tahun 1997–2012 menjadi aktor sentral dalam fenomena ini. Sebagai pengguna paling intensif media sosial, mahasiswa Gen Z tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen narasi politik. Mereka menggunakan media

digital untuk mengekspresikan opini, membentuk komunitas, dan mengorganisir aksi sosial yang seringkali viral, seperti gerakan *#ReformasiDikorupsi*, *#PapuaLivesMatter*, hingga *#TolakOmnibusLaw* dan hak asasi manusia.

Fenomena ini menandai munculnya budaya partisipasi digital (*digital participation culture*), di mana batas antara aktivitas politik formal dan informal menjadi kabur. Aksi digital seperti *hashtag movement* dan *cyber-participation* mencerminkan bentuk baru komunikasi politik yang bersifat kolaboratif dan berbasis jaringan (*networked public sphere*). Universitas Halim Sanusi Bandung, sebagai institusi pendidikan, menampung mahasiswa dari berbagai program studi yang memiliki latar belakang dan pola pikir yang beragam. Keberagaman ini mendorong terjadinya komunikasi politik yang dinamis dan konstruktif dalam merespons isu-isu nasional dan membentuk sikap politik di tengah berbagai isu nasional yang berkembang.

Penelitian ini menawarkan kontribusi kebaruan dengan mengintegrasikan analisis perilaku, identitas digital, dan pola partisipasi politik mahasiswa Gen Z dalam konteks isu nasional, yang selama ini masih jarang dikaji secara komprehensif di Indonesia. Temuan

ini memperluas kerangka teoritis komunikasi politik digital dengan memperlihatkan bagaimana interaksi antara identitas digital dan praktik partisipasi membentuk dinamika politik generasi muda di ruang maya.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berparadigma konstruktivis yang memandang makna sosial sebagai hasil konstruksi interaksi digital. Dengan metode fenomenologi dan observasi digital, penelitian menelusuri pengalaman dan interpretasi mahasiswa Gen Z dalam merespons isu politik nasional, sehingga memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap makna, motivasi, dan pola partisipasi mereka. (Creswell & Poth, 2018).

Pemikiran konstruktivis memberikan ruang bagi peneliti untuk menginterpretasikan praktik komunikasi politik bukan hanya sebagai tindakan yang dapat diukur, tetapi sebagai aktivitas sosial yang terus dibentuk melalui proses penafsiran di antara aktor-aktor digital. Paradigma ini menekankan upaya memahami makna subjektif yang diciptakan mahasiswa saat mereka berdiskusi, mengekspresikan opini, serta membangun posisi politik di media sosial.

Oleh karena itu, pendekatan kualitatif konstruktivis memungkinkan peneliti menangkap kedalaman makna yang tersimpan dalam narasi, interaksi, dan ekspresi digital, bukan sekadar menguji hubungan variabel atau menyajikan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan fenomenologi kualitatif, karena berupaya memahami pengalaman langsung mahasiswa Gen Z dalam melakukan komunikasi politik di ruang digital. Fenomenologi bertujuan menggali pemaknaan individu terhadap suatu fenomena, termasuk bagaimana mereka merespons isu nasional secara daring (Moustakas, 1994).

Fenomenologi sangat sesuai karena mahasiswa Gen Z memiliki pengalaman khas dalam berhadapan dengan politik digital—sesuatu yang membedakannya dari generasi lain. Pendekatan ini membantu peneliti menelusuri persepsi, emosi, dan makna subjektif yang muncul saat mereka terlibat dalam wacana isu nasional.

Di samping itu, penelitian ini juga menyertakan unsur etnografi digital secara ringan (Hine, 2015), guna memahami dinamika sosial dan budaya yang berkembang pada media sosial seperti TikTok, Twitter, dan Instagram, tempat

mahasiswa paling aktif menyampaikan pandangan politiknya.

Informan penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z berusia 18–25 tahun yang aktif berselancar di media sosial dan turut serta dalam percakapan mengenai isu nasional. Informan direkrut dari berbagai program studi perguruan tinggi swasta di Bandung, sehingga menggambarkan keberagaman konteks sosial, ekonomi, dan budaya di kalangan mahasiswa Gen Z.

Teknik pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling, yakni pemilihan berdasarkan kriteria relevan dengan tujuan penelitian (Patton, 2015). Kriteria tersebut meliputi:

- (a) Terdaftar sebagai mahasiswa aktif.
- (b) Masuk rentang usia 18–25 tahun.
- (c) Terlihat memiliki jejak komunikasi politik digital melalui unggahan, komentar, atau partisipasi kampanye daring.
- (d) Menyatakan kesediaan untuk terlibat dalam wawancara dan observasi.

Untuk memperluas lingkaran informan, peneliti menggunakan snowball sampling, yakni meminta rekomendasi dari informan awal untuk menemukan individu lain yang memiliki tingkat keterlibatan serupa dalam politik digital. Jumlah informan

diperkirakan berada pada kisaran 12–15 orang, menyesuaikan prinsip kejenuhan data (data saturation), yaitu ketika wawancara tambahan tidak lagi menunjukkan temuan baru (Guest, Bunce, & Johnson, 2006).

Pengumpulan data utama dilakukan melalui wawancara mendalam dengan format semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali kisah dan pengalaman informan secara fleksibel namun tetap terarah. Proses wawancara dilakukan secara daring melalui Zoom atau Google Meet, serta tatap muka bil memungkinkan. Setiap wawancara berlangsung sekitar 45–60 menit dan direkam setelah memperoleh persetujuan informan. Selain wawancara, peneliti melakukan observasi aktivitas digital informan pada platform seperti Twitter, TikTok, dan Instagram. Observasi meliputi analisis unggahan, komentar, *hashtag*, serta bentuk ekspresi politik seperti video pendek, meme, atau thread diskusi.

Observasi digital bersifat partisipatif-pasif, artinya peneliti hanya mengamati tanpa ikut terlibat dalam interaksi. Catatan lapangan digital dibuat untuk merekam pola komunikasi, penggunaan simbol, serta konteks percakapan yang muncul. Selain itu, penelitian menggunakan dokumentasi digital berupa tangkapan layar, postingan publik,

artikel media daring, maupun materi kampanye online yang relevan. Dokumen ini berfungsi memperkuat dan memvalidasi data wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman (1994) yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan/verifikasi. Tahap reduksi data melibatkan proses mengidentifikasi, menyederhanakan, serta mengelompokkan berbagai hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam kategori seperti perilaku politik digital, identitas digital, ataupun bentuk partisipasi.

Pada tahap penyajian data, peneliti menyusun tampilan data seperti tabel, matriks tema, dan peta konsep agar hubungan antar kategori dapat dilihat lebih jelas dan sistematis. Pada tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi, peneliti menginterpretasikan makna dari data dan menghubungkannya dengan teori komunikasi politik, teori identitas digital, dan konsepsi partisipasi masyarakat. Penelitian ini juga mengombinasikan analisis tematik Braun dan Clarke (2006) untuk menemukan pola makna (themes) yang berkembang dari data kualitatif. Teknik ini memudahkan peneliti menelusuri struktur pengalaman mahasiswa dalam merespons isu-isu nasional.

Validitas data dijaga melalui penerapan triangulasi, mencakup triangulasi antar sumber, metode, dan teori (Denzin, 2012). Triangulasi sumber dilakukan dengan melihat konsistensi data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi digital.

Triangulasi metode diperoleh dengan menggabungkan wawancara mendalam dengan observasi aktivitas online. Sementara itu, triangulasi teori dilakukan dengan memadukan berbagai pendekatan teoretis terkait komunikasi politik dan identitas digital untuk memperkuat interpretasi temuan. Peneliti juga mengadakan member check, yaitu meminta informan meninjau kembali hasil sementara penelitian guna memastikan interpretasi peneliti tidak melenceng dari pengalaman mereka.

Seluruh rangkaian penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan etika penelitian kualitatif, seperti menjaga anonimitas informan, memastikan penggunaan konten publik dilakukan secara bertanggung jawab, dan memperoleh persetujuan sadar sebelum pengumpulan data.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Perilaku Komunikasi Politik Mahasiswa Gen Z**

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa Gen Z sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi politik. Platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) menjadi rujukan utama, menggantikan media tradisional seperti televisi dan surat kabar. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka lebih mudah memahami isu politik melalui konten kreatif, seperti video pendek, infografis, dan thread edukatif yang dibagikan para kreator atau komunitas politik digital. Banyak mahasiswa membagikan atau membuat konten politik bukan karena ideologi tertentu, melainkan sebagai bentuk kepedulian sosial dan untuk membangun eksistensi di ruang digital. Konten yang disebarluaskan umumnya selaras dengan nilai moral seperti antikorupsi, isu HAM, atau lingkungan.

#### **Pembentukan Identitas Digital**

Identitas digital mahasiswa Gen Z terbentuk melalui ekspresi diri dalam merespons isu nasional. Media sosial menjadi ruang untuk menunjukkan orientasi politik, baik secara langsung melalui opini maupun secara simbolik melalui estetika akun, seperti mengganti foto profil dengan simbol gerakan.

Beberapa informan juga aktif dalam forum digital, seperti Youth for Climate Indonesia dan KampusBersuara, untuk memperdalam pemahaman isu tertentu. Identitas digital mereka bersifat dinamis dan dapat berubah menyesuaikan isu yang sedang berkembang.

#### **Pola Partisipasi Politik**

Pola partisipasi politik mahasiswa Gen Z bersifat hibrida, menggabungkan aktivitas daring (komentar, unggahan ulang, kampanye tagar) dan luring (aksi kampus, diskusi publik). Aktivitas daring dianggap sebagai cara mengekspresikan pendapat dengan aman dan cepat. Namun, terdapat pula mahasiswa yang hanya melakukan tindakan simbolik, tanpa keterlibatan nyata di dunia offline.

#### **Dinamika Respons terhadap Isu Nasional**

Respons mahasiswa terhadap isu nasional umumnya dipengaruhi oleh viralitas isu di media sosial. Topik seperti revisi UU KPK, perubahan iklim, dan kebebasan berekspresi menjadi pemicu keterlibatan utama. Meningkatnya visibilitas isu di platform digital berbanding lurus dengan tingginya partisipasi mahasiswa. Namun, kondisi ini juga menimbulkan pembelahan pendapat dan intensifikasi perdebatan daring.

Mahasiswa Gen Z cenderung mengutamakan media sosial sebagai sumber

informasi politik karena media ini menawarkan kecepatan, kemudahan akses, serta format yang lebih menarik secara visual. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sulaiman dan Fauzi (2024) yang menyebutkan bahwa lebih dari 75% Gen Z memperoleh pengetahuan politik dari media sosial, dengan TikTok berfungsi sebagai sarana hiburan sekaligus edukasi politik. Fenomena ini menunjukkan karakter komunikasi politik Gen Z yang lebih visual, emosional, dan personal.

Motivasi utama mahasiswa dalam membagikan konten politik adalah untuk menunjukkan kepedulian sosial dan membangun identitas di ruang digital. Hal ini memperkuat pendapat Hanifah dan Widodo (2023) mengenai partisipasi politik Gen Z yang lebih bersifat simbolik dan ekspresif, bukan politis-substantif. Aktivitas digital seperti repost dan penggunaan tagar kampanye menjadi wujud solidaritas kelompok, meskipun literasi digital kritis mereka masih bervariasi. Langkah verifikasi informasi umumnya sederhana, hanya sebagian kecil yang melakukan pengecekan fakta melalui sumber resmi.

Dalam konteks pembentukan identitas digital, mahasiswa Gen Z tidak hanya mengekspresikan opini secara verbal,

tetapi juga melalui simbol visual sebagai bentuk performativitas, sesuai dengan teori digital identity (Turkle, 2011). Demikian juga studi “Identity Construction and Representation in the Digital Age: A Gen Z Social Media Perspective” (2024) menyoroti bagaimana Gen Z memanfaatkan meme dan visual lainnya sebagai alat ekspresi budaya yang membentuk rasa kebersamaan dan kontinuitas identitas—baik secara personal maupun kolektif. Identitas digital dipakai untuk menunjukkan komitmen moral tanpa keterikatan dengan organisasi politik formal. Komunitas daring memfasilitasi proses belajar dan pembentukan nilai bersama, sebagaimana ditegaskan oleh Putri dan Arifin (2023).

Pola partisipasi politik yang ditemukan menunjukkan terjadinya hybrid participation (Chadwick, 2017), yaitu perpaduan antara aktivitas daring dan luring. Namun, tidak semua mahasiswa terlibat secara aktif di dunia nyata; sebagian kelompok hanya melakukan slacktivism, yang berpotensi berkembang menjadi aktivisme substantif jika didukung edukasi politik dan komunitas yang responsif (Mulyana, 2024).

Respons terhadap isu nasional sangat dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang



meningkatkan visibilitas isu-isu tertentu, sehingga memperbesar partisipasi mahasiswa. Namun, hal ini juga memperkuat echo chamber (Yuliana, 2024) yang meningkatkan risiko polarisasi.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menegaskan relevansi teori komunikasi politik digital (Loader & Mercea, 2011) yang memandang media sosial sebagai ruang interaksi politik dan pembentukan identitas kolektif. Mahasiswa Gen Z tidak sekadar menjadi penerima informasi, melainkan juga produsen dan kurator narasi politik digital. Temuan ini memperluas pemahaman tentang identitas digital—ekspresi politik Gen Z lebih bersifat performatif dan diarahkan untuk mendapatkan pengakuan sosial. Penelitian ini menegaskan perlunya penguatan literasi digital dan komunikasi politik adaptif di perguruan tinggi, serta menyoroti tantangan baru berupa polarisasi dan slacktivism dalam partisipasi politik digital generasi muda.

#### **IV. SIMPULAN**

Penelitian ini menegaskan bahwa praktik komunikasi politik mahasiswa Gen Z dalam merespons isu nasional berlangsung dalam ekosistem digital yang sangat dinamis. Secara umum, terdapat tiga kesimpulan

utama yang merepresentasikan perilaku komunikasi politik, pembentukan identitas digital, dan pola partisipasi politik generasi ini.

Pertama, mahasiswa Gen Z menunjukkan pola komunikasi politik yang bertumpu pada media sosial sebagai sumber utama dalam memperoleh dan menyebarkan informasi politik. Mereka lebih memilih konten visual seperti video pendek, infografik, dan *thread*—dibandingkan pemberitaan arus utama. Preferensi ini memperkuat karakter komunikasi politik Gen Z yang mengedepankan narasi personal dan ekspresi emosional (Sulaiman & Fauzi, 2024). Keputusan mereka untuk berbagi konten politik sebagian besar dimotivasi oleh kebutuhan menunjukkan kepedulian sosial serta membangun citra diri sebagai individu yang “paham isu,” bukan karena orientasi ideologis. Temuan ini mengonfirmasi pandangan sebelumnya bahwa partisipasi politik Gen Z cenderung ekspresif dan simbolik, antara lain melalui *repost*, penggunaan *hashtag activism*, atau unggahan solidaritas digital (Hanifah & Widodo, 2023).

Meskipun mereka telah menyadari risiko disinformasi, sebagian besar mahasiswa hanya melakukan verifikasi sederhana, sehingga menunjukkan bahwa

kapasitas literasi digital kritis masih bervariasi (Kadir, 2022).

Kedua, penelitian ini memperlihatkan bahwa mahasiswa Gen Z membangun identitas digital mereka melalui cara mereka menampilkan dan menegosiasikan posisi politik di media sosial. Identitas tersebut direpresentasikan baik secara eksplisit melalui opini terbuka maupun secara simbolik, misalnya dengan menggunakan ikon atau visual tertentu yang mewakili gerakan sosial. Perspektif ini sejalan dengan konsep persona digital sebagai konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi dengan ekspektasi publik di ruang maya (Turkle, 2011).

Proses pembentukan identitas ini turut diperkuat oleh keterlibatan mereka dalam komunitas digital yang menyediakan ruang diskusi, edukasi, dan solidaritas, seperti forum aktivisme muda atau kelompok isu lingkungan. Hal ini mendukung temuan bahwa komunitas daring memainkan peran penting dalam pembentukan nilai, orientasi politik, dan rasa kolektif di antara anak muda (Putri & Arifin, 2023). Identitas politik yang mereka tampilkan bersifat fleksibel dan kontekstual, menunjukkan karakter politik Gen Z yang lebih cair dibanding generasi sebelumnya.

Ketiga, mahasiswa Gen Z mempraktikkan bentuk partisipasi politik hybrid, yaitu menggabungkan aktivitas daring—seperti kampanye digital, komentar, dan penggunaan tagar—dengan kegiatan luring seperti diskusi publik atau aksi kampus. Media sosial berfungsi sebagai titik masuk (entry point) ke keterlibatan politik yang lebih nyata, menunjukkan kaburnya batas antara ruang digital dan fisik sebagaimana diilustrasikan dalam teori *hybrid participation* (Chadwick, 2017).

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya sebagian mahasiswa yang terlibat sebatas tindakan simbolik atau *slacktivism*, yaitu partisipasi minimal yang tidak selalu menghasilkan keterlibatan lebih jauh. Mulyana (2024) menegaskan bahwa *slacktivism* tetap berpotensi menjadi gerbang menuju aktivisme apabila didukung lingkungan komunitas yang tepat dan pendidikan politik yang memadai.

Respons mereka terhadap isu nasional cenderung dipengaruhi oleh visibilitas isu di media sosial. Semakin viral sebuah isu, semakin besar motivasi mahasiswa untuk terlibat. Namun mekanisme algoritmik ini sekaligus memunculkan risiko polarisasi digital dan *echo chamber*, sebagaimana diuraikan Yuliana (2024). Karena itu, faktor

literasi digital, preferensi media, dan identitas sosial memainkan peran penting dalam kualitas partisipasi politik yang mereka lakukan.

Secara teoretis, temuan penelitian ini menguatkan relevansi teori komunikasi politik digital (Loader & Mercea, 2011) yang menekankan peran media sosial sebagai ruang partisipatif dan arena pembentukan identitas politik. Penelitian ini juga memperluas pemahaman tentang identitas digital Gen Z sebagai ekspresi politik performatif yang didorong oleh kebutuhan validasi sosial.

Secara praktis, hasil penelitian mengindikasikan perlunya perguruan tinggi mengembangkan program literasi digital lanjutan, pelatihan komunikasi politik, dan ruang dialog isu nasional yang mendorong partisipasi kritis, bukan sekadar ekspresif. Dengan demikian, potensi besar mahasiswa Gen Z sebagai aktor politik digital dapat diarahkan menuju kontribusi konstruktif dalam diskursus demokrasi.

## **V. DAFTAR PUSTAKA**

- Antameng, N. M., & Hera, L. L. J. (2024). Pengaruh komunikasi politik melalui Instagram terhadap partisipasi politik generasi Z pada Pemilihan Presiden 2024 di Kota Bitung. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/4024>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chadwick, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K. (2012). *Triangulation 2.0*. *Journal of Mixed Methods Research*, 6(2), 80–88. <https://doi.org/10.1177/1558689812437186>
- El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram dan komunikasi politik generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi pada mahasiswa Universitas Pertamina). *Jurnal Perspektif Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Sosial*, Universitas Muhammadiyah Jakarta. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/9425>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). *How many interviews are enough?* *Field Methods*, 18(1), 59–82. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>
- Hanifah, N., & Widodo, D. (2023). *Generasi Z dan partisipasi politik di era digital: Analisis perilaku pada Pemilu 2024*. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*, 11(2), 134–149. <https://doi.org/10.24246/jips.v11i2.134-149>

- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Judijanto, L., Wandan, H., & Ayu, N. (2024). Pengaruh politik identitas dan penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik digital pemilih milenial dan Gen Z di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Eastasouth Institute. <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/sish/article/view/500>
- Kadir, N. (2022). Media sosial dan politik partisipatif: Suatu kajian ruang publik, demokrasi bagi kaum milenial dan Gen Z. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif dan Inovatif*, Universitas Mataram. <https://resiprokal.unram.ac.id/index.php/RESIPROKAL/article/view/225>
- Kadir, N. (2022). *Media sosial dan politik partisipatif: Suatu kajian ruang publik bagi kaum milenial dan Gen Z*. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif dan Inovatif*, Universitas Mataram.
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). *Networking democracy? Social media innovations in participatory politics*. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. SAGE Publications.
- Mulyana, E. (2024). *From slacktivism to activism: The role of digital platforms in student political mobilization*. *Media, Culture & Society Indonesia*, 3(1), 56–78.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Putri, M., & Arifin, B. (2023). *Digital citizenship and political engagement among Indonesian youth*. *Asian Journal of Media and Communication Studies*, 9(4), 112–128.
- Sulaiman, A., & Fauzi, R. (2024). Literasi politik generasi Z dalam perspektif komunikasi politik digital. *Communicative: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Universitas Islam Bandung. <https://jurnal.uibbc.ac.id/index.php/communicative/article/view/3668>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Yuliana, S. (2024). *Perilaku komunikasi politik generasi Z terhadap isu nasional di media sosial*. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 28(3), 201–220.