

POLITIK IDENTITAS DAN PARTISIPASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS MODEL STRUKTURAL PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG

Harun Harsono

Panwaslu Kecamatan Klojen, Kota Malang, Indonesia

E-mail: harunharsono1984@gmail.com

ABSTRAK

Politik identitas menyebabkan kecenderungan perilaku agresif dan kontroversi para pengguna media sosial, terlebih jika dikaitkan dengan isu pergantian kepemimpinan dalam pemilihan umum. Penelitian ini berfokus pada peran politik identitas dalam pengaruhnya dengan partisipasi politik di media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kuantitatif uji asosiatif. Responden dipilih secara *Incidental Sampling* menggunakan Google Form yang melibatkan 142 mahasiswa generasi Z di kota Malang, Jawa Timur. Peneliti menggunakan dua alat ukur, Skala Partisipasi Politik Media Sosial dan skala identitas sosial. Analisa dilakukan terhadap empat model struktur menggunakan program *smartPLS* untuk menguji pengaruh politik identitas dan empat dimensi partisipasi politik yaitu; keterlibatan laten, keterlibatan pengikut, keterlibatan kontra, dan keterlibatan ekspresif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa politik identitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterlibatan kontra ($R=0.172$, $P\text{ Value}=0.021$). Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi politik identitas responden, maka akan merangsang seseorang untuk bertindak kontra produktif, melanggar privasi, dan berbuat kontroversi di media sosial. Penelitian dimasa depan perlu untuk memberikan rumusan edukasi masyarakat yang tepat agar pengguna media sosial dapat mengawal perilaku ekstrim berdasarkan politik identitasnya. Sehingga, partisipasi politik di media sosial akan menjadi lebih bijak dan positif.

Kata Kunci: Politik identitas, Partisipasi politik, Media sosial, Gen Z

IDENTITY POLITICS AND POLITICAL PARTICIPATION ON SOCIAL MEDIA: STRUCTURAL MODEL ANALYSIS IN GENERATION Z IN MALANG

ABSTRACT

Identity politics has led to aggressive behavior intention and controversy among social media users, especially regarding changing the leadership in elections. This research focuses on the role of identity politics in political participation on social media. The method used in this study is a quantitative study of associative tests. Respondents were selected by Incidental Sampling using Google Forms involving 142 generation Z students in Malang, East Java. This research used two instruments, the Social Media Political Participation Scale and the social identity scale. Analysis was carried out on four structural models using the smartPLS program to test the influence of identity politics and the four dimensions of political participation: latent engagement, follower engagement, counter engagement, and expressive engagement. The results of this study state that identity politics significantly influence counter engagement ($R=0.172$, $P\text{ Value}=0.021$). It means that the higher person's identity politics will stimulate the person to act counter-productively, violate privacy, and cause controversy on social media. Future research needs to properly formulate public education so social media users can control extreme behavior based on their identity politics. Thus, political participation on social media will be wiser and more positive.

Keywords: Identity politics, Political participation, Social media, Gen Z

PENDAHULUAN

Pemilihan umum (Pemilu) di Indonesia memberikan ruang penggunaan media sosial. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2017 Pasal 275 ayat 1 huruf e menjelaskan bahwa kampanye dapat dilakukan melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan berita dan informasi politik, mengikuti orang-orang yang berpikiran sama, dan memobilisasi berbagai bentuk partisipasi politik (Kim, Kim, & Lee, 2020). Potensi yang cukup bagus ini dimanfaatkan oleh sebagian besar partai dan kandidat, terutama kandidat tingkat nasional dan daerah perkotaan, menggunakan internet dan media sosial sebagai bagian dari pemasaran politik mereka (Herdiansah, Husin, & Hendra, 2018).

Selama ini, masyarakat umum memandang media sosial sebagai sarana dimana seseorang mampu berbagi informasi kepada orang lain melalui media sosial (Howard & Parks, 2012) dan memungkinkan orang biasa untuk terhubung dan dikenali oleh orang lain (Bennett, 2012). Media sosial juga dapat digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan diri dan berinovasi untuk berperan dalam kehidupan sosial, politik, dan budaya (Tania, Widagdhaprasana, Purwaningtyas, & Niam, 2019). Lebih jauh lagi, media sosial membuka ruang komunikasi dan partisipasi politik dengan memfasilitasi interaksi antara unsur-unsur penting didalamnya, yakni partai dan institusi negara yang disebut sebagai elite, dan warga negara atau non-elite (Hasfi, 2019). Akan tetapi, arus informasi yang dibagikan di media sosial menjadi lebih beragam. Tidak jarang, informasi yang kita ketahui melalui media sosial bukan sesuatu yang benar sesuai fakta dan cenderung bohong (Juditha, 2018). Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Tim AIS mencatat ada 3.356 hoaks dalam pemilihan umum tahun 2019. Adapula informasi yang beredar dalam masyarakat banyak yang ditumpangi oleh isu-isu politis yang sengaja digerakkan oleh kelompok tertentu menggunakan isu politik identitas untuk memprovokasi (Mubarok, 2018). Bahkan, ada oknum menggerakkan tanda pagar tertentu untuk menyerang pribadi tokoh yang tidak disukai karena alasan perbedaan identitas politiknya (Nurul F, Nurhadi, & Pranawa, 2020). Semua fenomena tersebut membuktikan bahwa ada persoalan identitas politik yang diolah dan dimobilisasi sedemikian rupa untuk kepentingan agenda politik golongan tertentu dan merugikan golongan yang lain (Nasrudin & Nurdin, 2019).

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dalam pemilu di Indonesia mengakibatkan fanatisme yang berlebihan. Kampanye di jejaring sosial tidak lagi sebatas pada penyebaran visi, misi, dan program para calon kepada masyarakat melainkan berisi muatan yang mendiskreditkan calon lainnya dan cenderung mengarah pada penghinaan dan/atau pencemaran nama baik dengan isu yang tidak berdasar (Ismaya & Sugiyantica, 2014). Sehingga terjadi polarisasi dalam masyarakat saat Pemilu Presiden 2014,

Pemilihan Gubernur 2017, dan Pemilu Presiden 2019 (Warburton, 2020). Bahkan pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta disinyalir banyak pihak sarat dengan mobilisasi pemilih melalui politik identitas, terutama setelah terjadinya aksi massa 212 (Fernandes, 2018).

Politik identitas berbeda dengan identitas politik maupun politisasi identitas. Identitas politik lebih diartikan sebagai sebuah konstruksi yang menentukan posisi kepentingan subjek di dalam ikatan suatu komunitas politik (Haboddin, 2012). Sedangkan, politisasi identitas dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menggunakan, mengeksploitasi, atau memanipulasi identitas, baik berdasarkan agama, etnis, atau ketaatan pada ideologi tertentu, untuk menciptakan opini atau menstigmatisasi masyarakat demi keuntungan politik (Herdiansah, 2017). Berbeda dengan dua definisi di atas, politik identitas lebih memberi fokus kepada aktivitas seseorang dalam berpartisipasi untuk memobilisasi pengalaman, masalah politik, dan tujuan mereka berdasarkan nilai-nilai identitas kelompok (Rile & Watson, 2010). Politik identitas juga dapat dipahami sebagai sebuah perjuangan untuk menemukan bentuk hukum, politik, dan konstitusional yang tepat untuk mengakui dan mengakomodasi identitas atau kebangsaan sebuah individu, imigran dan pengungsi, perempuan, gay, lesbian, bahasa, etnis, budaya, daerah, dan agama minoritas (Tully, 2012). Dalam konteks politik di Indonesia, politik identitas lebih terikat dengan etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan lokal yang diwakili pada umumnya oleh para elit dengan artikulasinya masing-masing (Maarif, 2010).

Generasi Z, dalam Turner & Turner (2018), digambarkan sebagai generasi *digital native* yang memungkinkan mereka menggunakan kecakapan tersebut untuk terlibat aktif berpartisipasi politik. Jumlah penduduk generasi Z di Indonesia sendiri cukup besar. Data Badan Pusat Statistik pada tahun 2020 menunjukkan bahwa sebanyak 27,94% penduduk Indonesia terdiri atas generasi Z. Sebagian besar dari jumlah tersebut adalah generasi pemula dalam proses pemilihan umum di Indonesia. Sebagian yang lain adalah mereka yang sudah sekali terlibat partisipasi politik dalam pemilu. Hasil survei Litbang Kompas periode Januari 2023 yang memberikan fokus pada generasi Z mencatatkan tiga fenomena dalam berpartisipasi politik. Pertama, angka antusiasme generasi Z dalam partisipasi politik berada diangka 67,8 persen. Kedua, sebanyak 8,6 persen responden dari generasi Z berniat menggunakan hak pilih pada pemilu mendatang hanya untuk pemilihan presiden, tidak untuk yang lain seperti calon calon legislatif atau partai. Ketiga, generasi Z juga tidak ingin menjadi bagian dari kelompok yang antipati terhadap proses pemilu atau menjadi golongan putih (Nugraheny, 2023).

Aktivitas media sosial dari generasi Z juga sudah cukup beragam. Aktivitas mereka diantaranya membaca posting yang terkait dengan pemilu, membaca artikel berita atau jenis informasi lain (misalnya opini) yang terkait

dengan pemilu, membaca komentar yang terkait dengan pemilu, menonton video yang terkait dengan pemilu, dan juga mengunjungi halaman atau profil politisi atau tokoh masyarakat dalam konteks pemilu. Semua tindakan tersebut selanjutnya dinamakan keterlibatan laten (Waeterloos, Walrave, & Ponnet, 2021). Keterlibatan laten ini lebih kepada perilaku membaca, menonton, dan mengunjungi situs-situs berita terkait pemilu.

Sementara itu, generasi Z juga memiliki kemungkinan terlibat pada perilaku politik yang kontroversial diantaranya: ujaran kebencian (Astuti & Partini, 2019), dan pembulian siber (Turner & Turner, 2018). Adapula tindakan *cybercrime* seperti; *illegal acces*, *illegal interperception*, *data interference*, dan *misuse of data* (Sandrawati, 2022). Hal tersebut sesuai yang ditulis oleh Waeterloos et al (2021) bahwa sebagian dari pengguna media sosial berperilaku membobol akun seseorang untuk mendapatkan informasi tentang pemilu, membobol akun seseorang untuk menulis sesuatu atas nama mereka tentang pemilu, menyebarkan informasi pribadi seseorang (misalnya nomor telepon, alamat) tanpa izin mereka dalam konteks pemilu serta melakukan sesuatu dengan informasi pribadi seseorang yang tersebar di media sosial dalam konteks pemilu (misalnya mengirim teks). Tingkah laku kontroversial ini disebut oleh sebagai keterlibatan kontra.

Selain aktivitas yang bersifat kontra, partisipasi politik di media sosial bisa berupa perilaku berbagi, menyebarkan adanya kegiatan di media sosial atau mengundang orang untuk itu dalam konteks pemilu, memiliki intensi atau mengindikasikan akan menghadiri atau tertarik pada acara di media sosial dalam konteks pemilu. Mereka juga mungkin menandatangani petisi tentang tema pemilu tertentu setelah melihatnya di media sosial. Gen Z selama ini dikenal aktif dalam gerakan protes yang digerakkan melalui media sosial (Kaplan, 2020). Selain itu, membagikan petisi tentang pemilu yang diselenggarakan oleh orang lain serta menjadi anggota grup media sosial tertentu mengenai aktivitas pemilu juga sangat mungkin terjadi. Perilaku mengikuti berbagai kegiatan di media sosial yang berkaitan dengan ini disebut sebagai keterlibatan pengikut (Waeterloos et al., 2021).

Selain tiga jenis keterlibatan yang telah disebutkan, juga terdapat keterlibatan ekspresif yang berpengaruh dengan tingkah laku mengekspresikan partisipasinya di media sosial meskipun dalam kelompok terbatas (Waeterloos et al., 2021), diantaranya menulis atau membagikan sesuatu (*status*, *meme* dan tautan) tentang pemilu, mengomentari sesuatu tentang pemilu, menyukai sesuatu atau bereaksi dengan emosi pada sesuatu tentang pemilu yang kesemuanya di bagikan di grup media sosial yang bersifat tertutup. Selain itu, partisipasi politik media sosial yang lebih ekspresi juga diwujudkan dengan mengirim sesuatu yang berkaitan dengan pemilu kepada seseorang dalam pesan pribadi di media sosial, *trolling*, mengomentari sesuatu tentang pemilu dengan cara yang terlihat oleh publik serta memposting berita (Choi, Lee, & Metzgar, 2017) atau membagikan

sesuatu (*status, meme, dan tautan*) (Harlow, 2013) tentang pemilu dengan cara yang dapat dilihat publik.

Penelitian-penelitian terdahulu masih belum menjelaskan bahwa ada kemungkinan pengaruh di antara politik identitas yang diyakini seseorang dengan partisipasi politik di media sosial. Sebagian besar penelitian menyoroti pada partisipasi politik pada keikutsertaan dalam pemilihan. Pemilihan ini dapat diwujudkan pada hak pilih, yaitu hak untuk memilih wakil dari berbagai calon yang ada (Wardhani, 2018). Calon peserta pemilu ini dapat berasal dari calon anggota legislatif dari daerah maupun pusat, calon anggota Dewan Perwakilan Daerah, Calon Kepala Daerah hingga Calon Presiden dan wakilnya. Pengaruh politik identitas dengan partisipasi politik media sosial dikalangan generasi Z menjadi penting untuk diteliti karena dari sana, pemerintah diharapkan mampu memetakan gerakan-gerakan politik para pemuda, pemilih pemula yang kelak akan menentukan arah kebijakan politik secara lebih luas.

Oleh karena itu, peneliti mengajukan empat hipotesa penelitian, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Politik Identitas dan Keterlibatan Laten di Media Sosial?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Politik Identitas dan Keterlibatan Kontra di Media Sosial?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Politik Identitas dan Keterlibatan Pengikut di Media Sosial?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Politik Identitas dan Keterlibatan Ekspresif di Media Sosial?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif uji asosiatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh sebab-akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu; Politik Identitas dan Partisipasi Politik Media Sosial.

Adapun kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual Penelitian



Penelitian ini mengkaji Politik Identitas sebagai Variabel X (Independen) dan Partisipasi Politik Media Sosial sebagai variabel Y (Dependen). Berdasarkan Waeterloos et al., (2021), Partisipasi Politik Media Sosial ada empat dimensi, yaitu Keterlibatan Laten, Keterlibatan Kontra, Keterlibatan

Pengikut dan Keterlibatan Ekspresif. Berikut ini adalah definisi variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Politik identitas sebagai konsep dan gerakan politik yang fokus perhatiannya adalah perbedaan-perbedaan (Maarif, 2010). Politik perbedaan menjadi nama baru dari politik identitas yang didalamnya mencakup rasisme (*race thinking*), biofeminisme dan perselisihan etnis. Politik identitas banyak digunakan untuk membingkai klaim politik, mempromosikan politik ideologi, atau merangsang dan mengorientasikan tindakan sosial dan politik, biasanya dalam konteks ketidaksetaraan atau ketidakadilan yang lebih besar dan dengan tujuan untuk menegaskan kekhasan dan kepemilikan kelompok serta memperoleh kekuasaan dan pengakuan (Neofotistos, 2020). Penelitian ini mengukur apakah akan memilih wakil rakyat berdasarkan 1) kesamaan suku, 2) kesamaan agama, 3) kesamaan gender, 4) kesamaan organisasi keagamaan, 5) kesamaan kedaerahan dan 6) memilih laki-laki.
2. Partisipasi politik merupakan kegiatan terlibat dalam aktivitas politik media sosial yang terdiri dari:
 - a. Keterlibatan laten yaitu membaca posting, membaca artikel atau informasi lain, membaca komentar, menonton video, dan mengunjungi situs internet yang berhubungan dengan pemilu.
 - b. Keterlibatan kontra yaitu merusak akun media sosial seseorang untuk mendapatkan informasi dan posting sesuatu, menyebarkan dan melakukan sesuatu dengan informasi pribadi seseorang yang berkaitan dengan kegiatan pemilu.
 - c. Keterlibatan pengikut yaitu kegiatan yang membagikan atau menyebarkan sesuatu, mengindikasikan datang dan tertarik, menandatangani petisi, membagikan petisi, dan menjadi anggota sebuah grup media sosial yang berkaitan dengan pemilu.
 - d. Keterlibatan ekspresif yaitu membuat dan membagikan posting, berkomentar, menyukai atau bereaksi, dan mengirimkan sesuatu yang berkaitan dengan pemilu.

Populasi, Sampel dan Proses Sampling

Populasi penelitian ini adalah generasi Z di Kota Malang. Generasi Z dibentuk dan harus menghadapi dunia dengan cara yang sangat berbeda dengan generasi tanpa internet. Mereka memadukan dunia daring dan luring dengan sangat baik. Selain itu, mereka harus menavigasi dunia digital baru yang sebagian besarnya tanpa bimbingan dari orang yang lebih tua, sehingga mereka belajar bagaimana membuat jalan mereka sendiri dalam lingkungan digital yang bergerak cepat (Katz, Ogilvie, Shaw, & Woodhead, 2021). Kota Malang sendiri merupakan kota Pendidikan yang memiliki berbagai perguruan tinggi terbaik seperti Universitas Brawijaya, Universitas

Negeri Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Politeknik Negeri Malang dan puluhan perguruan tinggi swasta lainnya. Oleh karena itu, Generasi Z di Kota Malang terdiri dari warga asli Malang dan mahasiswa pendatang yang lahir mengikuti rentang tahun kelahiran 1995-2010 (Andrea, Gabriella, & Timea, 2016).

Sampel penelitian ini adalah generasi Z yang berstatus mahasiswa dalam rentang kelahiran sampai dengan 2010 yang berada di Malang. Mahasiswa generasi Z dipilih karena merupakan generasi pembawa perubahan yang memiliki akses ilmu pengetahuan dari media online secara masif serta sebagai *digital native*.

Proses pengambilan data penelitian ini adalah dengan metode *incidental sampling*. Responden yang ditentukan yaitu mahasiswa yang sedang berada di Malang dan mengakses Twitter, Instagram dan Facebook serta mendapatkan tautan Google Form dari peneliti.

Instrumen Penelitian

Dua instrumen digunakan dengan menggunakan Skala Likert menggunakan lima pilihan jawaban, yaitu sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Nilai reliabilitas disebut memenuhi syarat apabila $\alpha \geq 0.70$ (Hair, Hulf, Ringle, & Sarstedt, 2017) dengan daya beda item minimal 0.30 (Azwar, 2013). Nilai reliabilitas dihitung pada responden di penelitian pendahuluan yang melibatkan 50 mahasiswa yang diambil secara *incidental* sebelum penelitian dilakukan pengambilan data pada responden penelitian. Seluruh instrumen juga telah dilakukan uji validitas konten pada lima ahli bidang ilmu sosial dengan nilai Aiken V diterima pada signifikansi 0.05 adalah sebesar 0.80. Instrumen penelitian ini menggunakan definisi operasional sebagai berikut:

- a. Instrumen pertama adalah skala politik identitas yang dibuat berdasarkan definisi operasional oleh Maarif (2010). Instrumen dianalisis reliabilitasnya dengan Alpha Cronbach, dengan nilai $\alpha=0.798$, dengan nilai daya beda item 0.609-0.797. Instrumen ini juga memiliki indeks V sebesar $0.89 > 0.80$
- b. Instrumen kedua adalah Partisipasi Politik Media sosial yang telah diadaptasi dan dimodifikasi dari skala penelitian di Barat (Waeterloos et al., 2021). Terdapat empat dimensi utama dalam variabel ini dan telah dianalisis reliabilitas dan validitasnya, yaitu 1) Keterlibatan Laten sebanyak lima item ($\alpha=0.870$, indeks $V=0.87$), 2) Keterlibatan Kontra sebanyak empat item ($\alpha=0.939$, indeks $V=0.851$), 3) Keterlibatan pengikut sebanyak lima item ($\alpha =0.844$, indeks $V=0.912$) Keterlibatan ekspresif sebanyak tujuh item ($\alpha=0.871$ indeks $V=0.917$). Secara keseluruhan, nilai daya beda item pada instrument Partisipasi Politik media sosial adalah 0.713-0.966.

Prosedur Penelitian

Setelah proses pengujian validitas dan reliabilitas alat ukur penelitian dilakukan, peneliti mulai menyebarkan kuesioner tersebut menggunakan media sosial (Twitter, Instagram dan Facebook) dengan membatasi kriteria mahasiswa yang menempuh pendidikan di Malang, Jawa Timur. Penelitian berlangsung selama dua bulan dari Januari sampai Februari 2023. Selain memberikan pertanyaan mengenai politik identitas dan partisipasi politik media sosial, peneliti juga menanyakan mengenai data demografis yaitu asal daerah, usia, agama, jenis kelamin dan apakah sudah pernah menjadi pemilih dalam pemilu di Indonesia. Data ini digunakan untuk menjelaskan statistis deskriptif responden penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif dan inferensia. Analisis deskriptif diperoleh dari nilai rata-rata dan standar deviasi dari keseluruhan variabel. Sedangkan analisis inferensia dilakukan dengan melakukan uji Structural Equation Modeling, menggunakan SmartPLS untuk melihat nilai pengaruh diantara dimensi-dimensi dalam penelitian.

Responden penelitian yang terlibat mengisi dengan lengkap adalah sebanyak 142 responden mahasiswa. Adapun demografi responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Demografi Responden Penelitian

| Demografi | Keterangan | Jumlah | Prosentase |
|-------------------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 26 | 18.3% |
| | Perempuan | 116 | 81.7% |
| Agama | Islam | 123 | 86.61 % |
| | Non-Islam | 19 | 13.39 % |
| Usia responden | < 20 | 82 | 57.75% |
| | ≥ 20 | 60 | 42.25% |
| Asal daerah | Malang | 99 | 69.72 % |
| | Luar Malang | 43 | 30.28 % |
| Keterlibatan pada Pemilu sebelumnya | Belum Pernah | 95 | 66.90 % |
| | Pernah | 47 | 33.10% |

Sumber: Diolah tim penulis

Responden penelitian ini menunjukkan keragaman yang cukup luas. Jenis kelamin dari responden penelitian tidak tersebar secara berimbang. Data penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah mahasiswi yaitu 81.7%. Dari pemetaan agama, sebagian besar responden adalah beragama Islam (86.1%). Dari segi usia, lebih banyak responden yang berusia dibawah 20 tahun dibandingkan dengan yang berusia diatas 20 tahun. Mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini juga lebih banyak yang

berasal dari kota Malang, yaitu sebesar 69.72%. Selanjutnya, 66.9% responden merupakan calon pemilih pemula pada tahun 2024 nanti, sementara itu, 33.1% lainnya sudah satu kali terlibat dalam pemilu sebelumnya.

Penelitian ini menargetkan generasi Z termasuk yang belum pernah berpartisipasi dalam pemilu dan akan menjadi pemilih pemula dalam pemilu 2024. Menurut Badan Pusat Statistik dalam Sensus Penduduk tahun 2020 menyebutkan bahwa jumlah generasi Z sebanyak 27,94 % dari total penduduk Indonesia 270,2 juta jiwa. Sebagian besar responden penelitian ini adalah calon pemilih pemula. Informasi yang akan digali dari responden yang belum memilih dan akan menjadi pemilih pemula adalah untuk melihat seberapa besar politik identitas masih mereka pegang teguh serta partisipasi politik media sosial yang mereka lakukan. Hal ini karena peranan mereka dalam pemilu 2024 sangat signifikan. Mereka adalah *digital native* yang baru akan memulai partisipasi politik secara formal. Rasa penasar, keinginan untuk mengeksplorasi berbagai pilihan, serta gejolak psikologis remaja yang masih belum stabil memungkinkan berbagai kemungkinan muncul dalam perannya sebagai calon pemilih pemula ini. Sejumlah 66.9% calon pemilih pemula dalam penelitian ini menjadi penting untuk dilihat dan dipetakan terkait politik identitas dan partisipasi politiknya.

Tabel 2
Nilai Deskriptif Identitas Politik dan Partisipasi Politik Media Sosial

| Dimensi-dimensi | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-----------------------------|---------|---------|---------|----------------|
| Politik Identitas (PI) | 6.00 | 28.00 | 14.3067 | 4.90438 |
| Keterlibatan Laten (KL) | 5.00 | 25.00 | 14.8800 | 4.46150 |
| Keterlibatan Kontra (KK) | 4.00 | 12.00 | 4.3667 | 1.49009 |
| Keterlibatan Pengikut (KP) | 5.00 | 20.00 | 8.2133 | 3.24521 |
| Keterlibatan Ekspresif (KE) | 7.00 | 28.00 | 12.0933 | 5.04257 |

Sumber: Diolah tim peneliti

Tabel 3
Norma Hipotetik untuk pengkategorian hasil penelitian

| Variabel | M | Range | SD | RENDAH | SEDANG | TINGGI |
|----------|----|-------|------|----------------|------------------------|-------------|
| PI | 18 | 24 | 4 | $X \leq 14$ | $14 < x \leq 22$ | $X > 22$ |
| KL | 15 | 20 | 3,33 | $X \leq 11.67$ | $11.67 < x \leq 18.33$ | $X > 18.33$ |
| KK | 12 | 16 | 2,67 | $X \leq 9.33$ | $9.33 < x \leq 14.67$ | $X > 14.67$ |
| KP | 15 | 20 | 3,33 | $X \leq 11.67$ | $11.6 < x \leq 18.33$ | $X > 18.33$ |
| KE | 21 | 28 | 4,67 | $X \leq 16.33$ | $16.33 < x \leq 25.67$ | $X > 25.67$ |

Sumber: Diolah tim peneliti

Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan pilihan jawaban dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Dari tabel 2 dan 3 dapat

dijelaskan bahwa nilai mean responden dibandingkan dengan norma hipotetik skala dari Politik Identitas adalah pada kategori sedang. Semetara itu, keterlibatan laten juga berada pada kategori sedang. Sedangkan keterlibatan kontra, keterlibatan pengikut dan keterlibatan ekspresif berada pada tahap rendah. Pemilihan norma hipotetik dalam penelitian ini dikarenakan untuk membandingkan nilai responden terhadap standar nilai berdasarkan statistik hipotetiknya, yaitu penghitungan nilai mean dan standard deviasi yang diperoleh dari sejumlah item soal.

Nilai rata-rata dari variabel keterlibatan ekspresif, keterlibatan pengikut dan keterlibatan berada dalam kategori rendah artinya secara umum keterlibatan politik di media sosial pada generasi z nampak belum sepenuhnya diekspresikan secara terbuka, dan tidak dengan terang-terangan menjadi pengikut suatu pergerakan tertentu di media sosial. Selain itu, nilai rata-rata keterlibatan kontra yang juga rendah mengindikasikan mereka tidak menunjukkan perilaku kontra di media sosial secara terbuka. Namun, dari beberapa responden penelitian ini juga diketahui menunjukkan keterlibatan kontra yang tinggi.

Politik identitas dalam kategori sedang berarti bahwa terdapat beberapa responden yang menunjukkan nilai yang tinggi saat merespon pertanyaan seputar kecenderungan memilih wakilnya sesuai dengan persamaan identitas (suku, agama, kedaerahan, dan gender). Sementara itu, nilai keterlibatan laten yang sedang mengindikasikan bahwa ada beberapa responden yang membaca posting, artikel berita atau jenis informasi lain (misalnya opini) dan komentar mengenai pemilu. Mereka juga mungkin menonton video yang terkait dengan pemilu dan mengunjungi halaman atau profil politisi atau tokoh masyarakat dalam konteks pemilu.

Tabel 4
Nilai signifikansi Uji *Structural Equation Modeling*

| Uji Pengaruh | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (O/STDEV) | P Values |
|-----------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| PI - Keterlibatan Laten | 0.153 | 0.151 | 0.219 | 0.698 | 0.485 |
| PI- Keterlibatan Kontra | 0.172 | 0.232 | 0.077 | 2.302 | 0.021 |
| PI - Keterlibatan Pengikut | -0.188 | -0.089 | 0.250 | 0.754 | 0.451 |
| PI - Keterlibatan Ekspresif | 0.209 | 0.237 | 0.167 | 1.251 | 0.212 |

Sumber: Diolah tim penulis

Dari keseluruhan uji model, penelitian ini memperoleh hasil sebagai berikut:

Pada pertanyaan penelitian pertama yaitu apakah terdapat pengaruh antara politik identitas dan keterlibatan laten di media sosial, didapati bahwa nilai P Values= 0.485 yang berarti lebih besar dari nilai *alpha* 0.05. Hal ini berarti bahwa penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan laten di media sosial.

Pada pertanyaan penelitian kedua yaitu apakah terdapat pengaruh antara politik identitas dan keterlibatan kontra di media sosial, didapati bahwa nilai P Values= 0.021 yang berarti kurang dari nilai *alpha* 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan kontra di media sosial. Nilai *original sample* pada penelitian ini menunjukkan nilai positif yang berarti bahwa semakin tinggi nilai politik identitas, maka semakin tinggi pula perilaku kontra pada responden penelitian ini.

Pada pertanyaan penelitian ketiga yaitu apakah terdapat pengaruh antara politik identitas dan keterlibatan pengikut di media sosial, didapati bahwa nilai P Values= 0.451 yang berarti lebih besar dari nilai *alpha* 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan pengikut di media sosial.

Pada pertanyaan penelitian keempat yaitu apakah terdapat pengaruh antara politik identitas dan keterlibatan ekspresif di media sosial, didapati bahwa nilai P Values= 0.212 yang berarti lebih besar dari nilai *alpha* 0.05. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan ekspresif di media sosial.

Pengaruh Antara Politik Identitas dan Keterlibatan Laten di Media Sosial

Penelitian ini menanyakan sejumlah pertanyaan kepada generasi Z antara lain apakah responden membaca posting yang terkait dengan pemilu, membaca artikel berita atau jenis informasi lain (misalnya opini) yang terkait dengan pemilu, membaca komentar yang terkait dengan pemilu, menonton video yang terkait dengan pemilu, dan apakah responden mengunjungi profil politisi atau tokoh masyarakat dalam konteks pemilu. Sebagian besar responden menjawab cukup sering sehingga responden berada dalam kategori sedang.

Generasi Z sebagian besar dari mereka merupakan pemilih pemula. Kategori pemilih yang mungkin mempunyai pandangan berbeda dalam politik dari generasi sebelumnya. Jumlah mereka yang besar merupakan target yang cukup potensial dalam meraup suara dan mengamankan posisi strategis yang ingin dicapai oleh setiap kandidat yang maju dalam pemilihan (Wardhani, 2018).

Data di atas menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang sudah melek akan teknologi informasi, internet maupun media sosial. Hal itu cukup memudahkan mereka dalam mencari informasi yang berkaitan

dengan pemilihan umum. Informasi tentang pemilu sendiri tersedia beragam di dunia maya. Ada beragam informasi yang dapat membantu menambah pengetahuan tentang politik, namun ada pula informasi yang dibuat untuk tujuan tertentu untuk menguntungkan suatu pihak.

Peran politik identitas pada generasi Z akan berkembang lebih cepat dikarenakan mereka lebih ekspresif dalam merespon isu yang ada karena mudah dalam memperoleh akses informasi (Indrawan, Rosa, Ilmar, & Nathanael, 2021). Isu yang mereka respon umumnya permasalahan-permasalahan yang menempatkan mereka berada dalam sebuah kelompok. Hal ini didukung dengan identitas sosial yang menjelaskan adanya persepsi yang mengacu pada persepsi seseorang yang dibangun secara sosial untuk menjadi bagian dari satu atau lebih kelompok (Klandermans, 2014). Jika mereka merasa bagian dari kelompok, mereka akan lebih berpihak kepadanya. Adanya persamaan identitas yang sama seperti; agama, suku, ras, atau golongan menempatkan mereka pada kepentingan sebuah kelompok.

Generasi juga Z sudah melakukan bentuk partisipasi politik secara daring yang sifatnya membaca atau melihat informasi atau berita tentang pemilu, namun pada bentuk aktivitas yang bersifat terlibat lebih jauh baik itu menyimpan informasi politik maupun membagikannya ke orang lain masih sangat sedikit dilakukan (Yolanda & Halim, 2020). Generasi Z banyak mengumpulkan informasi tentang pemilu, namun tidak banyak dari mereka yang mendiskusikan isu politik atau berdebat dalam kolom komentar di media sosial. Mereka juga tidak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempengaruhi pilihan politik orang lain. Informasi politik yang telah didapatkan dipergunakan untuk konsumsi pribadi dan tidak disebarakan untuk orang lain.

Penelitian ini menunjukkan bahwa politik identitas tidak mempengaruhi keterlibatan laten dari Generasi Z. Mereka yang mempunyai politik identitas tinggi, tidak berpengaruh secara signifikan pada perilaku mereka dalam berpartisipasi politik di media sosial. Politik identitas dalam penelitian ini tidak mempengaruhi generasi Z dalam mencari artikel tentang pemilu, tidak juga mempengaruhi dalam membaca tulisan orang lain tentang isu politik yang berkembang di media sosial, maupun untuk membaca komentar atau video yang dibagikan oleh orang lain. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan perilaku pencarian artikel atau posting tentang pemilu oleh generasi Z pada media sosial digunakan untuk kepentingan pribadi sebagai penambah pengetahuan dan wawasan semata. Sehingga, politik identitas seperti apapun tidak berdampak pada perilaku Generasi Z dalam mencari informasi di media sosial.

Pengaruh Antara Politik Identitas dan Keterlibatan Kontra di Media Sosial

Responden penelitian ini mendapatkan pertanyaan mengenai apakah mereka membobol akun seseorang untuk mendapatkan informasi tentang pemilu, apakah mereka membobol akun seseorang untuk menulis sesuatu atas nama mereka tentang pemilu, apakah mereka menyebarkan informasi pribadi seseorang (misalnya nomor telepon, alamat) tanpa izin mereka dalam konteks perdebatan mengenai pemilu, apakah mereka menggunakan informasi pribadi seseorang yang tersebar di Media sosial dalam konteks pemilu (misalnya mengirim pesan).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh politik identitas dengan keterlibatan kontra di media sosial bagi Generasi Z. Semakin tinggi politik identitas Generasi Z ini maka akan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kontra dalam penggunaan media sosial. Perilaku kontra tersebut diantaranya melakukan pembulian siber di media sosial, penyebaran berita bohong, dan ujaran kebencian. Hal-hal tersebut memperkuat dan sekaligus mendesentralisasi hubungan sosial berdasarkan kubu politik (Mubarok, 2018).

Dalam pemilu Indonesia, generasi Z juga melakukan perundungan siber. Perundungan yang dilakukan oleh generasi Z mungkin berbeda dengan generasi sebelumnya. Apabila perundungan yang dilakukan oleh sebelum generasi Z menyebabkan akibat fisik secara langsung, itu tidak terjadi lagi pada generasi Z. Generasi Z dapat berlindung secara fisik saat menggunakan media sosial dengan tidak mengungkapkan identitas sebenarnya. Mereka dapat menggunakan bukan nama sebenarnya dalam penggunaan media seperti Facebook, Instagram maupun Twitter (Turner & Turner, 2018). Sehingga memudahkan pengguna media sosial untuk berkata atau menuliskan apapun tanpa merasakan khawatir karena tidak ada yang mengetahui identitas dalam sebuah akun media sosial.

Selain itu juga ada pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran berita bohong. Pada pemilu 2019 terjadi penyebaran berita yang menyatakan bahwa Joko Widodo sebagai calon presiden petahana diberitakan sebagai seorang komunis di media sosial. Masalah ini dapat dikaitkan dengan identitas karena makna komunis yang ada Indonesia selalu diidentikan dengan ateis. Seorang ateis dapat dipersepsikan sebagai penentang agama, khususnya Islam. Isu ini sebenarnya sudah menjadi sorotan publik sejak Pemilu 2014, yaitu saat Joko Widodo mencalonkan diri sebagai presiden untuk periode pertama (Hanan, 2020). Penyebaran berita bohong tentang politik identitas dapat diterima masyarakat disebabkan oleh dua faktor utama. Pertama, jika berita bohong tersebut sesuai dengan opini atau sikap yang diyakini. Kedua, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam membaca berita dalam media sosial (Sosiawan &

Wibowo, 2020). Gabungan kedua faktor tersebut dapat mengakibatkan politik identitas subur di media sosial.

Lebih jauh, beberapa fakta menunjukkan bahwa generasi Z terlibat menyebarkan ujaran kebencian dalam media sosial. Pada tahapan pemilu sebelumnya didapati konflik yang muncul berbentuk ujaran kebencian negatif yang membentuk sebuah identitas dalam diri masing-masing pendukung. Seseorang yang ditetapkan sebagai pendukung calon pertama cenderung mengucapkan ujaran kebencian kepada calon kedua, sedangkan pendukung calon kedua cenderung mengucapkan ujaran kebencian kepada calon pertama. Terbentuknya identitas ini memunculkan julukan "Cebong" dan "Kampret" bagi pendukung Jokowi dan Prabowo (Nurul F et al., 2020). Hal ini dapat dipahami sebab media sosial digunakan oleh peserta pemilu atau tokoh politik lainnya untuk menyampaikan pesan-pesan politis kepada masyarakat selama kampanye dan untuk melihat perbandingan *share of awareness* dalam memenangkan pemilihan umum berdasarkan aktivitasnya di media sosial (Nurul F et al., 2020). Tokoh politik atau para peserta pemilu menggunakan cara-cara praktis dalam memenangkan kekuasaan yang dapat mengakibatkan dampak negatif termasuk kepada generasi Z yang notabene pemilih pemula.

Pada tataran perilaku ekstrim, generasi Z yang mempunyai politik identitas tinggi dapat berperilaku negatif dalam penggunaan media sosial. Dengan politik identitas yang tinggi, hal tersebut dapat menjadi pemicu bagi mereka untuk berbuat kontroversi dengan membobol akun seseorang untuk mencari dan mendapatkan informasi pribadi atau informasi tentang pemilu yang mereka kehendaki. Akun yang telah berhasil dibobol tersebut dapat dipergunakan untuk posting sesuatu atas nama mereka tentang isu-isu pemilu yang mereka kehendaki. Pada pemilu 2019 salah satu isu besar tentang pembobolan akun yaitu tentang adanya pembobolan akun milik Abdul Somad, seorang penceramah agama, sebagai salah satu pendukung Prabowo (Siregar, 2020). Pembobolan akun media sosial juga terjadi pada akun twitter seperti yang dialami oleh akun @haikal_hassan, @Danhilanzar dan akun whatsapp milik Imelda Sari (Okezone, 2019). Generasi Z juga punya intensi untuk menyebarkan informasi pribadi seseorang (misalnya nomor telepon, alamat) tanpa izin mereka dalam konteks pemilu serta melakukan sesuatu dengan informasi pribadi seseorang yang tersebar di media sosial dalam konteks pemilu (misalnya mengirim teks atau melakukan ancaman).

Pengaruh Antara Politik Identitas dan Keterlibatan Pengikut di Media Sosial

Penelitian ini menggunakan pertanyaan Skala Likert dengan memberi pernyataan mengenai apakah responden membagikan, menyebarkan kegiatan atau mengundang orang lain dalam konteks pemilu di media

sosial, apakah akan menghadiri atau tertarik pada acara media sosial dalam konteks pemilu, apakah menandatangani petisi tentang pemilu setelah saya melihatnya di media sosial, membagikan petisi tentang pemilu yang diselenggarakan oleh orang lain dan apakah menjadi anggota grup media sosial mengenai pemilu. Responden menjawab apakah semua pernyataan tersebut sangat sesuai sampai sangat tidak sesuai dengan apa yang dilakukan. Sebaran jawaban responden dalam penelitian ini lebih banyak menjawab tidak sesuai dan kurang sesuai terhadap aktivitas tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa politik identitas tidak memiliki pengaruh dengan keterlibatan pengikut. Hal ini berarti tinggi rendahnya politik identitas pada generasi Z tidak memberi dampak pada keterlibatan pengikut mereka. Meskipun Harlow (2013) menggambarkan kekuatan media sosial, seperti Facebook dan Twitter, mampu mengatur gelombang protes, namun hasil penelitian ini mendapati bahwa generasi Z tidak terlibat dalam aktivitas tersebut.

Penelitian tentang partisipasi politik di media sosial cukup terbatas, tetapi menunjukkan bahwa jutaan orang terpapar konten politik setiap hari di platform media sosial (Wolin, 2020). Beberapa orang lebih suka menggunakan media sosial sebagai media mereka dalam berpolitik sementara yang lain cenderung menghindarinya. Iklim politik di Indonesia juga menimbulkan pertanyaan tentang apa yang mendorong orang untuk menggunakan media sosial untuk alasan politik. Akan tetapi, identitas kelompok sangat menonjol di media sosial, terutama dalam konteks diskusi politik atau moral online. Permusuhan di luar kelompok mendorong keterlibatan di media sosial, terutama dalam konteks diskusi politik. Tetapi rupanya, politik identitas yang diyakini oleh responden penelitian ini tidak membuat mereka bertindak terbuka seperti membagikan kegiatan politik maupun mengundang seseorang untuk hadir dalam aktivitas politik tertentu.

Dalam konteks partisipasi politik dalam pemilu di Indonesia, politik identitas tidak mempengaruhi secara signifikan keterlibatan pengikut dari generasi Z. Politik identitas yang tinggi tidak berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam menggunakan media sosial seperti membagikan atau menyebarkan kegiatan yang berkaitan dengan pemilu. Bahkan politik identitas juga tidak mempengaruhi mereka dalam perilaku yang mengundang untuk hadir atau tertarik datang dalam sebuah kegiatan yang berhubungan dengan pemilu. Generasi Z mungkin menunjukkan politik identitas tertentu, namun tidak bisa terang-terangan membagikan aktivitas politik yang disukainya, apalagi mengajak orang lain. Mereka masih menjaga dirinya untuk tidak terlibat secara terbuka untuk menghindari risiko yang lebih besar.

Pengaruh Antara Politik Identitas dan Keterlibatan Ekspresif di Media Sosial

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara politik identitas dengan keterlibatan ekspresif dari generasi Z. Pertanyaan yang diajukan kepada responden berhubungan dengan apakah responden menulis posting atau membagikan sesuatu (*status*, *meme*, atau tautan) tentang perdebatan pemilu di grup media sosial tertutup, mengomentari sesuatu tentang pemilu di grup media sosial tertutup, menyukai sesuatu atau bereaksi dengan emosi pada sesuatu tentang pemilu di grup media sosial tertutup, mengirim sesuatu yang berkaitan dengan pemilu kepada seseorang dalam pesan pribadi di media sosial, memberikan komentar kontroversi dalam konteks pemilu, mengomentari sesuatu tentang pemilu secara terbuka, menulis posting atau membagikan sesuatu (*status*, *meme*, atau tautan) mengenai pemilu secara terbuka. Sebaran jawaban respon menunjukkan mereka kurang sesuai sampai netral terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Meskipun generasi Z mempunyai politik identitas yang tinggi, hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi di media sosial. Meskipun media sosial menyediakan ruangan dan waktu untuk generasi Z untuk berekspresi tentang pandangan politik yang mereka miliki, namun diskusi yang ada di media sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku mereka. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yolanda & Halim (2020) mendukung pernyataan tersebut dengan menjelaskan bahwa perilaku generasi Z dalam membuat tulisan dalam blog, membuat video, maupun membuat meme hanya dilakukan sebagian kecil orang saja. Keterlibatan secara ekspresif yang banyak dilakukan generasi Z yaitu membuat tulisan yang berkaitan tentang calon presiden atau peserta pemilu lainnya. Mereka sangat jarang membuat video dan meme untuk kemudian menjadikannya sebagai bahan diskusi pada kolom komentar.

Dalam konteks pemilu, komunikasi politik melalui media sosial yang dilakukan oleh generasi Z dapat menjangkau jarak yang luas. Dengan menggunakan *status* atau membagikan *meme*, mereka dapat memberikan pembelajaran politik atau tujuan lain dari pembaca secara tidak langsung. Namun di lain pihak, politik identitas dapat digunakan sebagai cara oleh para pendukung untuk mengekspresikan dukungannya pada kandidat pilihan serta serangan terhadap kandidat lawan seperti dengan membuat meme, mengunggah konten (seperti video, foto, gambar, karikatur, dan sebagainya), serta berdebat pada kolom komentar (Putri Yolanda & Halim, 2020). Pesan yang disampaikan dalam meme atau bentuk lain dapat sebagai humor atau kritik terhadap calon lawan. Sehingga diharapkan mampu menjatuhkan kredibilitas pesaing. Namun, dalam penelitian ini narasi yang ingin disampaikan oleh meme tersebut tidak berpengaruh secara signifikan

terhadap perilaku ekspresif generasi Z. Generasi Z yang sudah melek akan teknologi dan mempunyai pengetahuan yang cukup untuk tidak dengan mudah terpengaruh oleh narasi tentang pemilu yang dibangun oleh orang lain melalui media sosial.

Penelitian ini setidaknya telah mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi alat penting untuk partisipasi politik dan pembentukan identitas, terutama di kalangan Generasi Z. Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok dan media sosial lainnya memungkinkan individu untuk terlibat dalam perilaku politik yang dari sisi positif membantu mereka mengembangkan identitas mereka sendiri dengan peningkatan komunikasi dan eksposur. Namun, politik identitas dan media sosial memiliki hubungan yang unik dan bisa bersifat positif maupun negatif. Media sosial menjadikan individu berkomunikasi dan membentuk komunitas dengan cara baru dan menyebabkan peningkatan partisipasi politik karena memiliki akses ke informasi dalam jumlah tak terbatas. Namun, risiko semakin menguatnya politik identitas juga muncul dalam fenomena ini. Seperti hasil penelitian ini, percakapan seputar politik menjadi lebih terpolarisasi dan menimbulkan adanya keterlibatan kontra yang bersifat negatif. Meskipun demikian, keterlibatan laten (aktivitas membaca dan menonton berita tentang pemilu), keterlibatan ekspresif (mengekspresikan keterlibatan pada politik tertentu), serta keterlibatan pengikut (menunjukkan perilaku mengajak dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan politik), tidak berpengaruh dengan politik identitas tertentu.

Pada periode mendekati pemilu 2024, telah mendapati beberapa aktivitas yang muncul di media sosial. Diantaranya, adanya informasi yang lebih beragam di mana individu melihat isu politik yang dihembuskan di media sosial, diantaranya penyebaran berita bohong, ujaran kebencian, dan pembulian. Politik identitas kemudian dikaitkan dengan isu yang menstimulus adanya keterlibatan kontra. Dampak dari banyak klasifikasi sosial bisa juga memunculkan tindakan pribadi yang bersifat kontraproduktif.

Kesimpulannya, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk identitas dan partisipasi politik. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z di kota Malang dengan nilai politik identitas yang tinggi berdampak pada keterlibatan kontra di media sosial. Generasi Z yang diharapkan terlibat secara politik dengan mengembangkan identitas mereka sendiri dengan peningkatan komunikasi positif justru terpapar berbagai informasi negatif dan bertindak kontra. Risiko seperti polarisasi akibat politik identitas dimungkinkan terjadi karena hal tersebut. Oleh karena itu, peran pemerintah dalam menciptakan program-program yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan literasi politik dan pemahaman yang bijaksana pada generasi Z perlu digalakkan. Pemerintah perlu mengembalikan falsafah Bhineka Tunggal Ika dan makna mendalam

Pancasila agar menjadikan partisipasi politik media sosial pada generasi Z lebih bernuansa persatuan, kesatuan dan perdamaian dibandingkan dengan polarisasi dan tingkah laku kontraproduktif.

Penelitian ini juga perlu ditindaklanjuti dengan menggunakan responden penelitian pada generasi Z di berbagai wilayah di Indonesia untuk melihat konsistensi dan signifikansi politik identitas yang menunjukkan pengaruh dengan keterlibatan kontra. Hal ini karena hasil penelitian ini terbatas pada generasi Z di kota Malang yang mungkin tidak bisa merepresentasikan seluruh generasi Z di Indonesia. Selain itu, perlu juga ditindaklanjuti dengan penelitian yang melibatkan peran mediator atau moderator variabel lain untuk menurunkan keterlibatan kontra pada generasi Z.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian yang melibatkan responden generasi Z di kota Malang ini adalah sebagai berikut: 1). Tidak ada pengaruh antara politik identitas dan keterlibatan laten di media sosial. Politik yang melibatkan kecenderungan keberpihakan berdasarkan etnisitas, agama, ideologi, dan kepentingan lokal yang diwakili para elit ternyata tidak mempengaruhi tingkah laku gen Z pada penelitian ini dalam membaca unggahan, membaca artikel berita atau jenis informasi lain, membaca komentar, menonton video yang berkaitan dengan pemilu, dan juga mengunjungi *website*, profil politisi, atau tokoh masyarakat dalam konteks pemilu. 2). Ada pengaruh positif yang signifikan antara politik identitas dan keterlibatan kontra di media sosial. Kecenderungan politik identitas pada gen Z mempengaruhi keterlibatan kontra. Politik identitas mempengaruhi keterlibatan kontra antara lain keberanian untuk merusak akun media sosial seseorang untuk mendapatkan informasi dan menulis sesuatu, menyebarkan dan melakukan sesuatu dengan informasi pribadi seseorang yang berkaitan dengan kegiatan pemilu. 3). Tidak ada pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan pengikut di media sosial. Politik identitas tidak mempengaruhi generasi Z dalam membagikan, menyebarkan kegiatan atau undangan kepada orang lain, menghadiri atau tertarik pada acara kegiatan pemilu, menandatangani atau membagikan petisi tentang pemilu yang diselenggarakan oleh orang lain dan apakah menjadi anggota grup media sosial mengenai pemilu. 4). Tidak ada pengaruh antara politik identitas dengan keterlibatan ekspresif di media sosial. Politik identitas tidak mempengaruhi tingkah laku responden dalam membagikan sesuatu (*status*, *meme*, atau tautan), mengomentari, menyukai atau bereaksi dengan emosi pada sesuatu tentang di media sosial, dan juga mengirim sesuatu yang berkaitan dengan pemilu kepada seseorang dalam pesan pribadi di media sosial.

Dampak dari kesimpulan ini memberikan *wake up call* kepada seluruh masyarakat Indonesia bahwa politik identitas masih menjadi salah satu pemicu adanya tindakan-tindakan kontra yang perlu untuk diantisipasi lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Timea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Astuti, F., & Partini. (2019). The Hate Speech Behavior of Teenagers on Social Media Instagram. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH2019)*, 1(1), 252–259.
- Azwar, Saifuddin. (2012). Reliabilitas dan Validitas, Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bennett, W. L. (2012). The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Choi, J., Lee, J. K., & Metzgar, E. T. (2017). Investigating effects of social media news sharing on the relationship between network heterogeneity and political participation. *Computers in Human Behavior*, 75, 25–31. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.003>
- Fernandes, A. (2018). Politik Identitas dalam Pemilu 2019: Proyeksi dan Efektivitas. *Centre For Strategic And International Studies*, 1(1), 1–10.
- Haboddin, M. (2012). Menguatnya Politik Identitas Di Ranah Lokal. *Journal of Government and Politics*, 3(1), 109–126. <https://doi.org/10.18196/jgp.2012.0007>
- Hair, J. ., Hulf, G. T. ., Ringle, C. M., & Sarstedt. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In J. . Hair (Ed.), *SAGE Publications* (Second Edi). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Hanan, D. (2020). Identity Politics in The 2019 Indonesian General Elections: Its Significance and Limitation. *Jurnal Wacana Politik*, 5(1), 15–25.
- Harlow, S. (2013). It was a “Facebook revolution”: Exploring the meme-like spread of narratives during the Egyptian protests. *Revista de Comunicación*, 12(1), 59–82.
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi Politik Di Era Digital. *Politika, Jurnal Ilmu Politik*, 10(1), 93–111.
- Herdiansah, A. G. (2017). Politisasi Identitas dalam Kompetisi Pemilu di Indonesia Pasca 2014. *Jurnal Bawaslu*, 3(2), 169–183.
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 1(1), 1–4. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- Indrawan, J., Rosa, A. J., Ilmar, A., & Nathanael, G. K. (2021). Partisipasi

- Politik Masyarakat di Era Politik Siber. *Journal of Political Issues*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.44>
- Ismaya, L., & Sugiyantica, R. (2014). Kampanye Hitam Di Jejaring Sosial Dalam Pemilihan Umum Presiden Dan Wakil Presiden 2014 Sebagai Sebuah Kejahatan Mayantara Dan Pencemaran Nama Baik Dalam Kitab Undang- Undang Hukum Pidana (Kuhp) Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun. *Recidive (Jurnal Hukum Pidana Dan Penanggulangan Kejahatan)*, 2(3), 238–245. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/recidive/article/view/32706>
- Juditha, C. (2018). Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya). *Journal Pekommas*, 3(1), 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>
- Kaplan, E. B. (2020). The Millennial/Gen Z Leftists Are Emerging: Are Sociologists Ready for Them? *Sociological Perspectives*, 63(3), 408–427. <https://doi.org/10.1177/0731121420915868>
- Katz, R., Ogilvie, S., Shaw, J., & Woodhead, L. (2021). Gen Z, Explained The Art of Living in a Digital Age. In *Nucl. Phys.* (First Edit, Vol. 13). Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Kim, H., Kim, Y., & Lee, D. (2020). Understanding the Role of Social Media in Political Participation: Integrating Political Knowledge and Bridging Social Capital From the Social Cognitive Approach. *International Journal of Communication*, 14(1), 4803–4824.
- Klandermans, P. G. (2014). Identity Politics and Politicized Identities: Identity Processes and the Dynamics of Protest. *Political Psychology*, 35(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/pops.12167>
- Maarif, A. S. (2010). *Politik Identitas dan Masa Depan Pluralisme Kita by Ahmad Syafii Maarif (z-lib.org).pdf* (Cetakan I; I. A. Fauzi & S. R. Panggabean, Eds.). Jakarta Selatan: Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Yayasan Wakaf Paramadina.
- Mubarok, H. (2018). Demokrasi , Politik Identitas , dan Kohesi Sosial : Peluang dan Tantangan Strategi Dakwah untuk Menghalau Provokasi Politik di Indonesia Democracy , Identity Politics , and Social Cohesion : Opportunities and Threats of Dakwah Strategy in Countering Polit. *Jurnal Bimas Islam*, II(II), 365–400.
- Nasrudin, J., & Nurdin, A. A. (2019). Politik Identitas Dan Representasi Politik (Studi Kasus pada Pilkada DKI Periode 2018-2022). *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 1(1), 34–47. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v1i1.4260>
- Neofotistos, V. P. (2020). Macedonia and identity politics after the prespa agreement. In *Macedonia and Identity Politics After the Prespa Agreement*. <https://doi.org/10.4324/9780367808761>
- Nugraheny, D. E. (2023). Survey Litbang Kompas: Gen Z Lebih Ingin Memilih

- Capres Saja di Pemilu 2024. *Kompas*. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2023/02/27/11571551/survei-litbang-kompas-gen-z-lebih-ingin-memilih-capres-saja-di-pemilu-2024>
- Nurul F, A., Nurhadi, N., & Pranawa, S. (2020). Konflik dan Ujaran Kebencian di Twitter (Studi Tentang Hashtag #2019TetapJokowi and #2019GantiPresiden Periode Januari-Februari 2019). *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 132. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v12i1.16083>
- Okezone. Peretasan Akun Twitter dan Whatsapp Ramai Jelang Pemilu. 2019. <https://techno.okezone.com/read/2019/04/04/207/2038985/peretasan-akun-twitter-dan-whatsapp-ramai-jelang-pemilu>. Diakses pada 20 April 2023
- Putri Yolanda, H., & Halim, U. (2020). Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 30–39. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1381>
- Rile, C., & Watson, R. (2010). Identity and Political Theory. *The Politics of Identity After Identity Politics*, 33(9), 1–22.
- Sandrawati, N. A. (2022). Antisipasi Cybercrime dan Kesenjangan Digital dalam Penerapan TIK di KPU. *Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia: Electoral Governance*, 3(2), 232–257.
- Siregar, F. E. (2020). The Role of the Elections Supervisory Agency to Contend Hoax and Hate Speech in the Course of 2019 Indonesian General Election. *Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum*, 7(2), 158–180. <https://doi.org/10.22304/pjih.v7n2.a2>
- Sosiawan, E. A., & Wibowo, R. (2020). Kontestasi Berita Hoax Pemilu Presiden Tahun 2019 di Media Daring dan Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 133. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3695>
- Tania, S., Widagdhaprasana, M., Purwaningtyas, M. P. F., & Niam, M. (2019). Pemuda, Diaspora Dan Penggunaan Media Baru Dalam Gerakan Sosial Sabangmerauke. *J-Ika*, 6(2), 69–82. <https://doi.org/10.31294/kom.v6i2.6408>
- Tully, J. (2012). Identity Politics. *Rethinking Women's and Gender Studies*, 1(1), 517–533. <https://doi.org/10.4324/9780203134719-21>
- Turner, A., & Turner, A. (2018). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Waeterloos, C., Walrave, M., & Ponnet, K. (2021). Designing and validating the Social Media Political Participation Scale: An instrument to measure political participation on social media. *Technology in Society*, 64(December 2020), 101493. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101493>

- Warburton, E. (2020). Deeping Polarization and Democratic Decline in Indonesia. In T. Carothers & A. O'Donohue (Eds.), *Political Polarization in South and Southeast Asia Old Divisions, New Dangers* (First Edit, pp. 25–39). Washington D.C: Carnegie Endowment For International Peace.
- Wardhani, P. S. N. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jupis.v10i1.8407>
- Wolin, J. K. (2020). *Political Engagement on Social Media*. University of Colorado at Boulder.
- Yolanda, H. P., & Halim, U. (2020). Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 30–39. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1381>