

Generasi Z dan Demokrasi Digital: Studi Keterlibatan Politik dalam Pilkada Kota Tangerang 2024

Generation Z and Digital Democracy: A Study of Political Engagement in The 2024 Tangerang City Election

Aulia Nur Afifah*, Yusuf Fadli**, Achmad Chumaedy***

*, **, *** Program Studi Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Email: *aulianurafifah508@gmail.com, **yusuf.fadli@umt.ac.id,

***memedchumeidy80@gmail.com

Riwayat Artikel	Abstract
Diterima: 14 Juli 2025 Direvisi: 4 Oktober 2025 Disetujui: 13 Oktober 2025 doi: 10.22212/jp.v16i2.5092	<p>The 2024 Tangerang City Regional Head Election (Pilkada) is an important reflection of the dynamics of digital politics among young voters, especially generation Z. The dominance of the number of young voters which reaches 61% of the total Permanent Voter List (DPT) is not comparable to the participation rate of only 58%, indicating a gap between electoral potential and the reality of participation. The research uses a descriptive qualitative approach with the main theory of Digital Politics & Political Engagement which includes four indicators: Digital Democracy, Digital Campaigning, Digital Mobilisation, and Digital Government. Data was obtained through in-depth interviews with young voters, campaign teams, academics, and practitioners, which were analyzed using the Nvivo 12 Plus software. The results of the study show that social media is the main suggestion for Generation Z's political participation in the form of digital support, information consumption, and creative and interactive campaigns. However, their participation is more symbolic than deliberative. Another important finding is that the digital community and volunteers are more adaptive than political parties in reaching the younger generation. This study recommends a more responsive and participatory digital approach from the government and political parties to increase the trust and involvement of Generation Z in the local democratic process.</p> <p>Keywords: Generation Z; Digital Politics; Social Media; Local Election; Political Participation</p>

Abstrak

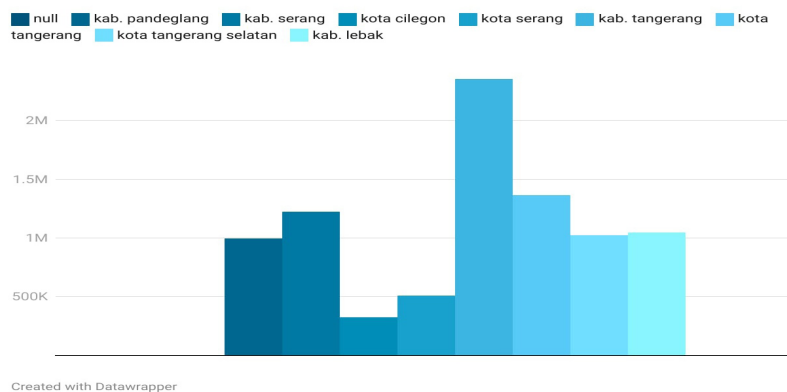
Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Kota Tangerang 2024 menjadi cerminan penting dari dinamika politik digital di kalangan pemilih muda, khususnya generasi Z. Dominasi jumlah pemilih muda yang mencapai 61% dari total Daftar Pemilih Tetap (DPT) tidak sebanding dengan tingkat partisipasi yang hanya 58%, menandakan adanya kesenjangan antara potensi elektoral dan realitas partisipasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori utama *Digital Politics & Political Engagement* yang mencakup empat indikator: *Digital Democracy*, *Digital Campaigning*, *Digital Mobilisation*, dan *Digital Government*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilih muda, tim kampanye, akademisi, dan praktisi, yang dianalisis menggunakan perangkat lunak Nvivo 12 Plus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana utama partisipasi politik generasi Z dalam bentuk dukungan digital, konsumsi informasi, serta kampanye kreatif dan interaktif. Namun, partisipasi mereka lebih bersifat simbolik dibanding deliberatif. Temuan penting lainnya ialah bahwa komunitas digital dan relawan lebih adaptif dibanding partai politik dalam menjangkau generasi muda. Penelitian ini merekomendasikan pendekatan digital yang lebih responsif dan partisipatif dari pemerintah dan partai politik untuk meningkatkan kepercayaan serta keterlibatan

generasi Z dalam proses demokrasi lokal.

Kata Kunci: Generasi Z; Politik Digital; Media Sosial; Pilkada; Partisipasi Politik.

Pendahuluan

Pemilu presiden dan legislatif digelar 14 Februari 2024, sedangkan pilkada serentak berlangsung 27 November 2024. Di Banten, daftar pemilih tetap (DPT) meningkat menjadi 8.926.662, tersebar di 8 kabupaten/kota, 155 kecamatan, 1.552 kelurahan/desa, dan 17.231 TPS—naik lebih dari 80.000 dari DPT sebelumnya (8.842.646), dengan 4.495.022 pemilih laki-laki dan 4.431.640 pemilih perempuan.¹



Sumber: Bantendev, 2024

Gambar 1. Jumlah daftar pemilih tetap di Provinsi Banten

Berdasarkan data daftar pemilih tetap (DPT) provinsi Banten di atas, Kabupaten Tangerang merupakan daerah yang memiliki jumlah DPT tertinggi, kemudian disusul oleh Kota Tangerang dan juga Kabupaten Serang. Peningkatan ini mencerminkan adanya pertumbuhan populasi dan kemungkinan peningkatan partisipasi dalam proses demokrasi di wilayah tersebut.²

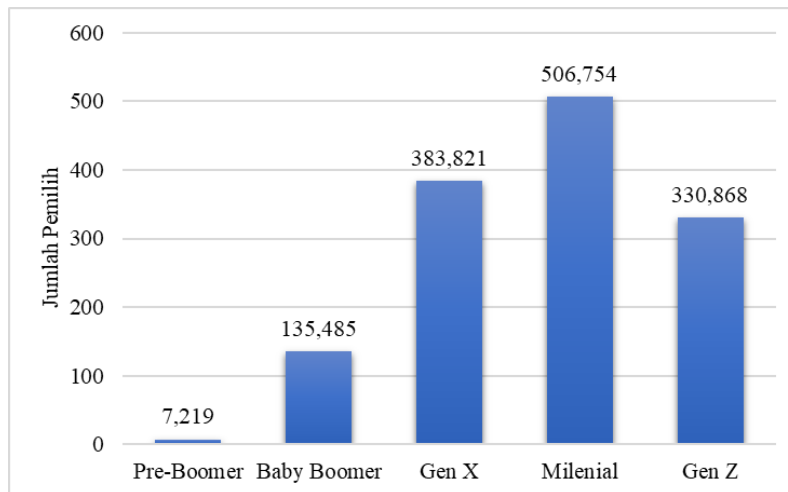
Berdasarkan data KPU Kota Tangerang, jumlah DPT Pilkada 2024 mencapai 1.377.828 orang, dengan 62% di antaranya adalah generasi muda (Milenial dan Gen Z). Artinya, hasil Pilkada sangat ditentukan oleh suara pemilih muda. Namun, partisipasi mereka belum optimal; pada pemilu sebelumnya, Gen Z hanya mencapai sekitar 58%.

Pemilu 2024 menjadi panggung bagi generasi muda dalam menentukan arah politik, ditandai hadirnya calon pemimpin muda seperti Gibran Rakabuming Raka (36) sebagai cawapres, yang dipandang sebagai simbol kebangkitan politik anak muda. Fenomena ini meningkatkan antusiasme dan minat politik Gen Z, dengan lebih dari 60% pemilih muda menyatakan kehadiran Gibran memotivasi partisipasi mereka (Indikator Politik Indonesia, 2023). Narasi ini juga diadopsi di tingkat lokal, termasuk Kota Tangerang, di mana pemilih muda menekankan preferensi pada “calon yang muda dan nyambung”. Generasi muda di Kota Tangerang yang terdiri dari milenial dan Gen Z, secara kekuatan elektoral mendominasi

1 Devi Nindy Sari Ramadhan, “KPU Banten tetapkan DPT Pilkada 2024 sebanyak 8.926.662,” *Antara News*, 2024, diakses 5 April 2025, <https://www.antaraneews.com/berita/4350795/kpu-banten-tetapkan-dpt-pilkada-2024-sebanyak-8926662>.

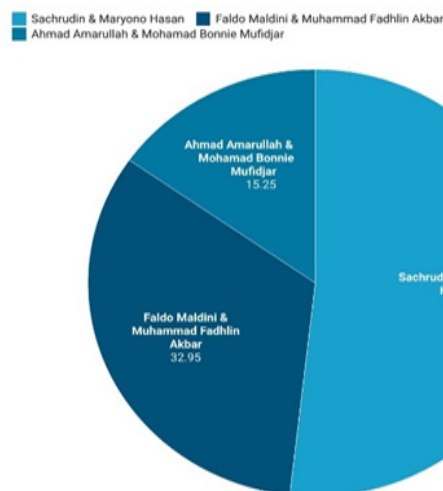
2 Tangerangkota.go.id, “DPT Pilkada Kota Tangerang Berjumlah 1.377.828 Orang Didominasi Pemilih Milenial,” 2024, diakses 5 April 2025, <https://www.tangerangkota.go.id/berita/detail/46115/dpt-pilkada-kota-tangerang-berjumlah-1-377-828-orang-didominasi-pemilih-milenial>.

pemilih pada pilkada tahun 2024 dengan total suara sebesar 61%.³ Sebagaimana diketahui, Pilkada Kota Tangerang sudah berlangsung, diikuti oleh 3 pasang calon kandidat, yakni: pasangan Faldo Maldini dan Mohammad Fadhlin Akbar (diusung oleh Gerindra, PSI, PAN dan Nasdem); Pasangan Ahmad Amarullah dan Mohamad Bonnie Mufidjar Maryono (diusung PKS dan PKB); dan pasangan H. Sachrudin dan H. Maryono (diusung oleh PDIP, Golkar, PPP dan Demokrat). Dalam gelaran pemilihan yang dilangsungkan tanggal 24 November 2024, pasangan Sachrudin-Maryono berhasil memenangkan kontestasi electoral di Kota Tangerang.



Sumber: Tangerangnews.com, 2024⁴

Gambar 2. Jumlah daftar pemilih berdasarkan usia



Sumber: kpu.go.id, 2024

Gambar 3. Perolehan suara pada pilkada Kota Tangerang

- 3 Bahtiar Rifa'i "DPT di Pilgub Banten Sebanyak 8.926.662, Didominasi Gen Z dan Milenial," *DetikNews*, 2024. Diakses 20 April 2025. <https://news.detik.com/pilkada/d-7552980/dpt-di-pilgub-banten-sebanyak-8-926-662-didominasi-gen-z-dan-milenial>.
- 4 Fahrul Dwi Putra, "Daftar Pemilih Tetap Pilkada 2024 di Kota Tangerang Didominasi Milenial dan Gen Z," *Tangerangnews.com*, diakses 5 April 2025, <https://www.tangerangnews.com/kota-tangerang/read/50873/Daftar-Pemilih-Tetap-Pilkada-2024-di-Kota-Tangerang-Didominasi-Milenial-dan-Gen-Z>.

Grafik tersebut menunjukkan hasil Pilkada Kota Tangerang 2024 yang dimenangkan oleh pasangan nomor urut 3 dengan 394.137 suara (51,8%). Suara tidak sah tercatat sebanyak 43.547. Paslon nomor urut 1 meraih 250.849 suara, dan paslon nomor urut 2 memperoleh 113.792 suara. Pilkada ini juga mencatat rendahnya tingkat partisipasi pemilih hanya 58%, turun drastis dari partisipasi 81% pada Pilpres dan Pileg 2024. Dari 1,3 juta DPT, hanya sekitar 758 ribu suara yang sah. Rendahnya partisipasi ini terutama disebabkan oleh minimnya minat dan pendidikan politik di kalangan pemilih muda. Seharusnya 2024 menjadi momentum generasi muda membangun citra politik dengan wawasan baru. Oleh karena itu, edukasi politik, terutama melalui media sosial, penting untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik kaum muda.⁵

Rendahnya partisipasi politik dalam pilkada dapat melemahkan legitimasi pemerintahan, menurunkan kualitas demokrasi, menghasilkan kebijakan yang tidak representatif, dan memicu apatisme, korupsi, serta politik transaksional.⁶⁷ Meskipun para kandidat mengangkat isu strategis seperti pendidikan, lapangan kerja, kesehatan, dan antikorupsi untuk menarik pemilih muda, upaya tersebut masih kalah oleh praktik politik uang. Akibatnya, partisipasi politik generasi muda tetap rendah dan berbagai isu kampanye tidak mendapat perhatian atau dukungan yang memadai.⁸ Padahal, keterlibatan pemuda dalam pemilu seharusnya dapat dimaksimalkan melalui aktivitas politik digital, terutama lewat media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, X (Twitter), dan WhatsApp.

Media sosial telah menjadi elemen penting dalam politik modern, mendukung perkembangan politik digital, demokrasi, dan mobilisasi massa.⁹ Platform ini mendorong partisipasi generasi muda baik secara online maupun offline, termasuk dalam aktivitas sukarela dan peningkatan pengetahuan melalui akses informasi daring.¹⁰¹¹ Media sosial juga efektif dalam menyebarkan informasi politik, meningkatkan kesadaran, dan memobilisasi gerakan politik, meskipun tantangan seperti misinformasi tetap menjadi masalah yang signifikan.¹² Interaksi dengan politisi atau sesama pengguna media sosial terbukti mampu meningkatkan minat dan partisipasi politik.¹³ Namun, pendidikan politik yang memadai sangat dibutuhkan untuk mengatasi kurangnya informasi dan persepsi negatif terhadap elit politik.¹⁴ Digitalisasi

- 5 Heru Sulistyo, "Tingkat Partisipasi Pemilih di Tangerang Tak Sampai 70 Persen," *twijakartanews*, 2024, diakses 20 April 2025, <https://twijakartanews.com/article/Cerdas Memilih/16425>.
- 6 Trisha Husada, "Suara pemuda dalam Pemilu 2024, sekadar komoditas politik atau benar-benar didengar aspirasinya," *BBC News Indonesia*, 2023, diakses 7 Mei 2025, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c29814geg2eo>.
- 7 Nurfadhilah Arini, "Faktor penyebab rendahnya angka" laporan penelitian (Jakarta Pusat, 2024): 6.
- 8 Christina Clarissa Intania, "Pilkada 2024 Dari Politik Uang ke Rendahnya Partisipasi Pemilih," *The Indonesian Institute*, 2024, diakses 7 Mei 2025, <https://www.theindonesianinstitute.com/pilkada-2024-dari-politik-uang-ke-rendahnya-partisipasi-pemilih/>.
- 9 Mariëlle Wijermars, *The Digitalization of Russian Politics and Political Participation* (Maastricht, The Netherlands: Palgrave Macmillan, 2021).
- 10 Shelley Boulianne dan Yannis Theocharis, "Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research," *Social Science Computer Review*, (2020): 1–44, <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>.
- 11 Bolanle Nafisat Akeusola, "Online Activism and Political Knowledge among Nigerian Youth during the 2023 Elections: Analyzing the Role of Online Information Sources," *European Journal of Humanities and Social Sciences* 3, no. 5 (2023): 16–23, <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2023.3.5.495>.
- 12 T. Rivaldo Putra et al., "Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja," *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Politik* 2, no. 1 (2024): 61–68, <https://doi.org/10.61476/bpkxy103>.
- 13 Franziska Marquart, Jakob Ohme, dan Judith Möll, "Following politicians on social media: Effects for political information, peer communication, and youth engagement," *Media and Communication* 8, no. 2 (2020): 197–207, <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2764>.
- 14 Patricia Robin, Silvanus Alvin, dan Tesalonika Hasugian, "Gen-Z Perspective on Politics: High Interest, Uninformed, and Urging Political Education," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)* 11, no. 3 (2022): 183–89, <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i3.2550>.

juga memperkuat strategi politik dengan memanfaatkan media sosial, *crowdfunding*, dan *big data*, sekaligus memfasilitasi partisipasi publik melalui pemantauan kebijakan dan anggaran partisipatif. Namun, kesenjangan digital masih menjadi hambatan, terutama bagi kelompok dengan literasi teknologi yang rendah.¹⁵

Generasi z, meskipun sering dianggap apolitis, menunjukkan potensi besar dalam demokrasi melalui akses informasi dan kampanye digital, khususnya dalam pemilihan kepala daerah.¹⁶ Mereka juga aktif memperjuangkan isu-isu keadilan sosial, baik online maupun offline,¹⁸ mereka juga disebut sebagai pemilih kritis karena memiliki perhatian terhadap isu-isu strategis seperti pendidikan, kesehatan mental, ketenagakerjaan, dan lingkungan yang dapat memengaruhi kebijakan.¹⁹ Salah satu contoh konkret keterlibatan generasi z dalam politik adalah dukungan terhadap kampanye digital. Para calon kandidat memanfaatkan *platform* seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau pemilih muda, menggunakan konten kreatif dan interaktif seperti reels yang menyampaikan visi dan misi secara menarik.²⁰ Selain itu, media sosial juga berperan penting sebagai *platform* interaksi antara warga dan pemimpin, mendukung demokrasi lokal di tengah tantangan misinformasi.²¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana generasi z di Kota Tangerang terlibat dalam proses politik pilkada melalui media sosial sebagai alat edukasi dan mobilisasi politik. Generasi z, yang ikut mendominasi jumlah dpt di Kota Tangerang, memiliki peran strategis dalam menentukan hasil pemilu. Namun, angka partisipasi pemilih muda menunjukkan tren penurunan signifikan, yang sebagian besar disebabkan oleh rendahnya minat dan pendidikan politik di kalangan mereka. Fenomena ini berdampak pada tingginya kecenderungan untuk tidak ikut berpartisipasi dalam pemilu, sehingga memerlukan pendekatan inovatif untuk meningkatkan partisipasi mereka.

Media sosial memungkinkan kandidat menjangkau Gen Z dengan konten kreatif, membangun interaksi dan kepercayaan, serta mendorong partisipasi politik. Edukasi politik digital dapat meningkatkan minat, membentuk pemilih kritis, dan memperkuat kualitas demokrasi di Kota Tangerang, meski tantangan misinformasi perlu diatasi.

Untuk memperkuat kontribusi kebaruan penelitian, penulis menggunakan analisis bibliometrik dengan perangkat lunak VOSviewer terhadap topik "*voting behavior*". Gambar di bawah menunjukkan peta keterkaitan kata kunci dalam literatur ilmiah yang relevan. Terlihat bahwa tema *first-time voters* muncul sebagai salah satu sub-topik dalam kluster merah muda, tetapi belum menempati posisi dominan dalam riset utama dibandingkan dengan topik besar seperti *electoral system*, *public opinion*, atau *strategic voting*. Hal ini menunjukkan bahwa kajian tentang pemilih pemula, terutama dalam konteks politik digital dan pilkada lokal, masih terbuka luas

15 Diah Fatma Sjoraida et al., "Exploring the Impact of Social Media on Political Participation : A Review of Empirical Studies," *Journal Of Social Science Research Volume 4* (2024): 927-35.

16 Ab Razak Che Hussin and Mohamad Haider Abu Yazid Norman Sapar, "Instruments for Investigating User Engagement in Politics on Social Media," *International journal of academic research in business & social sciences* 14, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i1/20565>.

17 Wahyuningroem, "Youth political participation and digital movement in Indonesia : the case of # ReformasiDikorupsi and # TolakOmnibusLaw," (2024): 1-26.

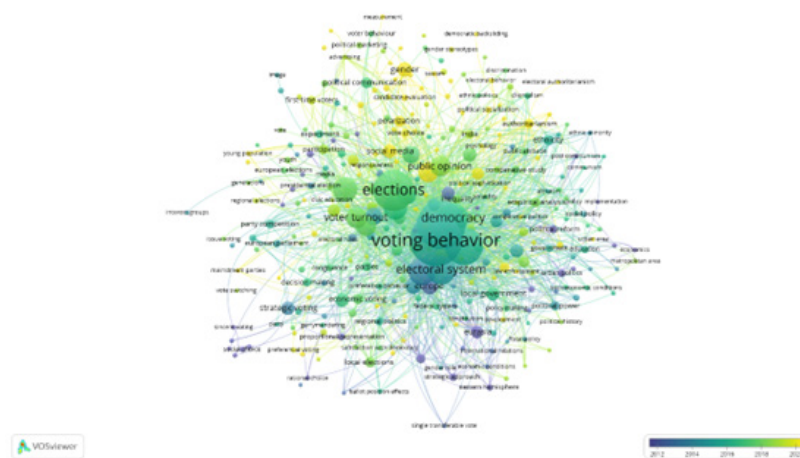
18 Carlos A. Ballesteros Herencia, "La evolución del engagement digital de los partidos españoles en campaña electoral (2015-2019)," *Más Poder Local Magazine*, no. 53 (2023): 30-51, <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.130>.

19 Regi Refian Garis, "Kepemimpinan Pemerintahan pada era Globalisasi (kajian tentang kepemimpinan pemerintah di Indonesia)," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* (2018): 1-11.

20 Novrizaldi, "Peran Pemuda dalam Membangun Masa Depan ASEAN," *Kemenko PMK*, 2024, diakses 20 Juni 2025, <https://www.kemenkopmk.go.id/peran-pemuda-dalam-membangun-masa-depan-asean>.

21 Afandi Dea et al., "Implications of the Digital Age on Social Engagement and Political Participation in the Context of Civic Education," *Jurnal pendidikan amartha* 2, no. 2 (2023): 112-20.

untuk dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan fokus pada keterlibatan pemilih muda generasi Z dalam Pilkada Kota Tangerang 2024 melalui media sosial sebagai medium edukasi dan mobilisasi politik.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Gambar 4. Peta Literatur dan Posisi Kebaruan Penelitian

Kerangka Analisis

Digital Politic & Politic Engagement

Politik digital adalah pemanfaatan teknologi, terutama media sosial, untuk komunikasi, kampanye, dan partisipasi politik. Menurut Coleman, ini bukan sekadar pindahan politik tradisional ke ruang digital, tapi juga menciptakan bentuk baru proses politik hal ini mencakup mobilisasi dukungan, penyebaran informasi, dan pembukaan saluran baru untuk partisipasi politik.²² Cristian Vaccari, melalui pandangan yang dikutip dalam buku Wijermars²³, Politik digital memfasilitasi komunikasi langsung, akses informasi, dan partisipasi politik, namun juga menghadirkan risiko hoaks, ujaran kebencian, dan manipulasi informasi, menjadikannya alat sekaligus katalis perubahan politik. Dalam buku nya John postill juga menyebutkan ada beberapa indikator lain yang berkaitan dengan *Digital Politic & Politic Engagement*. Berikut penjelasan indikator yang disebutkan oleh John Postill:

a. *Digital Government*

Pemerintahan digital adalah sistem yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi layanan publik, memperbaiki proses pemerintahan, dan memperluas akses informasi bagi masyarakat.²⁴ Pemerintahan digital mendukung good governance dengan layanan publik transparan, akuntabel, dan partisipatif, memperkuat hubungan pemerintah-masyarakat, serta mengurangi kesenjangan digital meski implementasinya kompleks. Dalam konteks kebijakan nasional Arsitektur Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) Nasional bertujuan mengintegrasikan teknologi dalam penyelenggaraan

22 Deen Freelon Stephen Coleman, *Handbook of Digital Politics*, ed. Edward Elgar (Washington DC, USA: Edward Elgar Publishing Limited, 2015), 1-455.

23 Wijermars, *The Digitalization of Russian Politics and Political Participation*.

24 Richard Heeks, "Understanding E-Governance for Development," *i-Government Working Paper Series* (Manchester: University of Manchester, 2001), <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-0318-9.ch005>.

pemerintahan melalui penyelarasan proses bisnis, data, aplikasi, infrastruktur, dan keamanan.²⁵ Sistem ini menekankan kolaborasi antara instansi pusat dan daerah. Keberhasilan pemerintahan digital juga bergantung pada lingkungan pendukung, peningkatan kapasitas analog pemerintah, serta sistem seperti pendidikan.²⁶

b. Digital Democracy

Demokrasi digital adalah konsep yang menekankan peran teknologi digital dalam menciptakan ruang publik untuk debat rasional, partisipasi warga, dan pembentukan opini publik melalui forum online dan media sosial berbasis Web 2.0. Menurut John Postill Demokrasi digital mengintegrasikan nilai demokrasi ke ruang digital dengan menekankan partisipasi warga, transparansi, akuntabilitas, serta diskusi publik, akses informasi, penguatan komunitas, dan penggunaan teknologi untuk mengurangi dominasi kapitalisme.²⁷ Menurut Vera Zakem, demokrasi digital harus melibatkan semua pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem digital inklusif dan terbuka yang sejalan dengan nilai demokrasi dan hak asasi manusia.²⁸ Ruang digital juga memengaruhi realitas politik dan sosial serta mendukung distribusi kekuasaan yang lebih adil.²⁹ Konsep ini berkembang dari harapan bahwa internet dapat memperkuat interkonektivitas, identitas sipil, dan koordinasi politik. Namun, dalam praktiknya, ruang digital juga sering disalahgunakan untuk penyebaran kebohongan, pelecehan, dan ancaman.³⁰

c. Digital Campaigning

Kampanye digital adalah pemanfaatan internet dan perangkat mobile, termasuk media sosial, situs web, email, dan blog, untuk berinteraksi dengan pemilih dan menggalang dukungan. Platform digital kini digunakan untuk menyebarkan informasi, menggalang dana, dan memobilisasi pendukung, meski dialog langsung dengan masyarakat masih terbatas.³¹ Transformasi digital memungkinkan politisi menjangkau dan memobilisasi warga, sementara warga dapat mengakses informasi dan berdiskusi politik melalui media sosial.³²

d. Digital Mobilisation

Mobilisasi politik digital adalah pemanfaatan media sosial, situs web, dan aplikasi untuk mengorganisir, merekrut, dan memotivasi warga, menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, serta mendorong aksi online maupun offline secara inklusif dan efisien.³³ Mobilisasi digital adalah pemanfaatan media digital, seperti media sosial, aplikasi, dan pesan teks, untuk mengorganisir dan menggerakkan dukungan politik secara cepat dan efisien.³⁴

25 "Peraturan Presiden Nomor 132 Tahun 2022," Lembaran Negara Republik Indonesia, Pub. L. No. 132 (2022).

26 George Ingram dan Meagan Dooley, "Digital government Foundations for global development and democracy," Brookings Institution Report (2021):163.

27 Lincoln Dahlberg, "Re-Constructing Digital Democracy: An Outline of Four Positions," *New Media and Society*, (2011): 1–18, <https://doi.org/10.1177/1461444810389569>.

28 Vera Levina, "Vera Zakem Berkunjung ke UMN dan Bicara Tentang Demokrasi Digital," UMN.ac.id, 2024, diakses 5 Juli 2025, <https://www.umn.ac.id/vera-zakem-berkunjung-ke-umn-dan-bicara-tentang-demokrasi-digital/>.

29 Topan Yuniarto, "Demokrasi pada Ruang Digital," Kompas pedia, 2023, diakses 5 Juli 2025, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/demokrasi-pada-ruang-digital#>.

30 Petros Iosifidis dan Nicholas Nicoli, *Digital democracy, social (united kingdom: Routledge, 2021)*.

31 Richard M. Perloff, *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age* (New York: Routledge, 2021), <https://doi.org/10.4324/9780429298851>.

32 Wijermars, *The Digitalization of Russian Politics and Political Participation*.

33 Ballesteros Herencia, "La evolución del engagement digital de los partidos españoles en campaña electoral (2015-2019)."

34 Wahyuningroem, "Youth political participation and digital movement in Indonesia : the case of # ReformasiDikorupsi and # TolakOmnibusLaw."

First voters atau pemilih pemula adalah individu yang baru pertama kali memiliki hak pilih dalam pemilu, biasanya karena baru berusia 17 tahun atau sudah menikah sebelum usia tersebut sesuai peraturan di Indonesia.³⁵ Pemilih pemula dianggap sebagai kelompok strategis karena mewakili suara generasi baru yang dapat memengaruhi arah politik jangka panjang. Kehadiran mereka tidak hanya menambah jumlah pemilih, tetapi juga membawa pola pikir, nilai, dan preferensi politik baru yang berbeda dari generasi sebelumnya.³⁶³⁷

Dalam kajian ilmu politik dan komunikasi politik, terdapat sejumlah konsep teoritis penting yang digunakan untuk memahami perilaku dan orientasi politik pemilih pemula. Adapun beberapa konsep utama dari first voters, yaitu:

a. Sosialisasi Politik

Sosialisasi politik adalah proses di mana individu memperoleh sikap, nilai, pengetahuan, dan perilaku politik dari lingkungan, mulai dari keluarga, sekolah, organisasi, media, hingga masyarakat. Bagi pemilih pemula, proses ini penting dalam membentuk orientasi dan identitas politik awal, termasuk pandangan terhadap partai, isu publik, dan sistem demokrasi.³⁸

b. Political Efficacy

Efikasi politik adalah keyakinan seseorang bahwa partisipasinya dalam politik memiliki arti dan dampak. Konsep ini mencakup efikasi internal (kemampuan memahami dan terlibat dalam politik) dan efikasi eksternal (kepercayaan bahwa sistem politik merespons rakyat). Pemilih pemula dengan efikasi tinggi cenderung lebih aktif berpartisipasi, sedangkan yang merasa tidak berpengaruh lebih rentan menjadi apatis.³⁹

c. Voting Behavior

Dalam perilaku memilih, pemilih pemula memiliki karakteristik khas karena belum memiliki preferensi politik dan loyalitas partai yang stabil. Mereka lebih mudah dipengaruhi media, kampanye, dan opini publik. Pilihan politik mereka juga dipengaruhi faktor emosional seperti kedekatan dengan tokoh muda, isu relevan seperti pendidikan dan lapangan kerja, serta gaya komunikasi politik yang dianggap autentik dan sesuai dengan mereka.⁴⁰

d. Civic Engagement

Di sisi lain, keterlibatan kewargaan (*civic engagement*) turut menjadi indikator penting yang mencerminkan seberapa besar kesadaran dan partisipasi pemilih pemula dalam aktivitas sosial-politik, seperti diskusi politik, demonstrasi, kegiatan organisasi, hingga pemilihan umum.⁴¹ Selain itu, orientasi dan partisipasi politik pemilih pemula dipengaruhi faktor kontekstual

35 Iriawan Maksudi et al., "The Role of Social Media in the Improvement of Selected Participation of Students Based on Students in Bogor Regency," *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* 20, no. 2 (2018): 154–61.

36 Niluh Indriani Mangngasing et al., "Sosialisasi Peningkatan Keterlibatan Pemilih Pemula pada Pemilu 2024 di Kecamatan Sarjo," *Sikemas journal: Jurnal Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 49–62, <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>.

37 Dimaz Oktama Andriyendi, Nurman S, dan Susi Fitria Dewi, "Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada," *Journal of Education, Cultural and Politics* 3, no. 1 (2023): 101–11, <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>.

38 Armin Schäfer et al., "Rising Start-Up Costs of Voting: Political Inequality Among First-Time Voters," *West European Politics* 43, no. 4 (June 2020): 819–44, <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1638141>.

39 Sergiu Gherghina dan Elena Rusu, "Begin Again: Election Campaign and Own Opinions Among First-Time Voters in Romania," *Social Science Quarterly* 102, no. 4 (July 2021): 1311–29, <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ssqu.12979>.

40 Filip Kostelka dan André Blais, "The Generational and Institutional Sources of the Global Decline in Voter Turnout," *World Politics* 73, no. 4 (2021): 629–67, <https://doi.org/DOI: 10.1017/S0043887121000149>.

41 Diego Garzia, "The Italian election of 2018 and the first populist government of Western Europe," *West European Politics* 42, no. 3 (April 2019): 670–80, <https://doi.org/10.1080/01402382.2018.1535381>.

seperti usia dan perkembangan psikososial. Pada tahap pembentukan identitas, mereka sedang membangun pandangan hidup dan nilai pribadi, sehingga lebih terbuka terhadap pengaruh luar dan mencari bentuk keterlibatan yang bermakna dalam masyarakat.⁴² Kedua, kualitas dan intensitas pendidikan politik yang mereka terima, baik melalui kurikulum sekolah maupun sumber informasi non-formal, sangat menentukan tingkat literasi politik mereka.⁴³ Ketiga, media sosial memainkan peran krusial dalam membentuk opini politik pemilih pemula. Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi sumber utama informasi dan interaksi politik, yang dapat memperluas wawasan mereka namun juga meningkatkan risiko terpapar disinformasi atau polarisasi.⁴⁴ Keempat, pengaruh keluarga dan teman sebaya merupakan faktor sosial yang kuat dalam menentukan sikap politik awal. Orang tua dan teman biasanya menjadi role model dalam partisipasi politik, baik dalam bentuk diskusi, pengalaman memilih, maupun afiliasi politik.⁴⁵ Kelima, kepercayaan terhadap institusi politik menjadi penentu signifikan dalam mendorong atau menghambat partisipasi. Jika pemilih pemula melihat sistem politik sebagai korup, tidak adil, atau tidak mewakili kepentingan mereka, maka kemungkinan besar mereka akan memilih untuk tidak berpartisipasi atau bahkan bersikap sinis terhadap demokrasi.⁴⁶

Meskipun memiliki potensi besar dalam memperkuat demokrasi, pemilih pemula juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah kurangnya akses terhadap informasi politik yang akurat, netral, dan mudah dipahami.⁴⁷ Selain itu, apatisisme politik di kalangan generasi muda kerap muncul akibat persepsi negatif terhadap elite politik dan ketidakpercayaan terhadap system.⁴⁸ Tidak sedikit juga dari mereka yang mengalami tekanan sosial dari lingkungan, yang bisa membentuk pilihan politik mereka secara tidak independen. Dalam konteks ini, pendidikan politik yang berbasis literasi digital, narasi yang relevan secara generasional, dan keterlibatan langsung dalam proses politik menjadi krusial untuk mengatasi hambatan tersebut.⁴⁹

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, yang berfokus pada pemahaman makna, pengumpulan dan analisis data yang tidak berupa angka.⁵⁰ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer

- 42 Jakob Ohme, "When Digital Natives Enter the Electorate: Political Social Media Use Among First-Time Voters and Its Effects on Campaign Participation," *Journal of Information Technology & Politics* 16, no. 2 (April 2019): 119–36, <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1613279>.
- 43 SHARAD goel et al., "One Person, One Vote: Estimating The Prevalence Of Double Voting In U.S. Presidential Elections," *American Political Science Review* 114, No. 2 (2020): 456–69, <https://doi.org/10.1017/S000305541900087X>.
- 44 Mohd Faizal Kasmani, "Undi 18: Understanding The Political Participation Of First-Time Malay Voters Through Social Media," *Search Journal Of Media And Communication Research* 2023, No. Special Issue (2023): 33–48.
- 45 Vincent Pons dan Clémence Tricaud, "Expressive Voting and Its Cost: Evidence From Runoffs With Two or Three Candidates," *Econometrica* 86, no. 5 (September 2018): 1621–49, <https://doi.org/10.3982/ECTA15373>.
- 46 Lucio R Rennó, "The Bolsonaro Voter: Issue Positions and Vote Choice in the 2018 Brazilian Presidential Elections," *Latin American Politics and Society* 62, no. 4 (2020): 1–23, <https://doi.org/10.1017/lap.2020.13>.
- 47 Benben Fathurokhman, "Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum (Pemilu)," *Journal of Research and Development on Public Policy* 1, no. 1 (2022): 51–59, <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i1.68>.
- 48 Setyowati Karyaningtyas, "Urgensi Sosialisasi Pemilu Bagi Pemilih Pemula," *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 2, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.37849/mipi.v2i1.121>.
- 49 Jerry Indrawan dan Putrawan Yuliandri, "Pendidikan Politik Bagi Pemilih Pemula," *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan* 4, no. 1 (2023): 184–96, <https://doi.org/10.33369/jurnalinovasi.v4i1.29172>.
- 50 John W. Creswell and J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixes Methods Approaches*, London: Sage Publications, Inc., 2014.

maupun sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung di lapangan maupun melalui jejaring sosial, dengan total 12 informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan tersebut terdiri dari 6 pemilih muda (*first voters*), 3 akademisi, dan 3 praktisi politik yang memiliki keterkaitan langsung dengan proses Pilkada Kota Tangerang 2024. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka terhadap literatur ilmiah, laporan pemilu dari KPU, serta observasi terhadap konten kampanye di media sosial. Pada tahap pra penelitian, peneliti melakukan observasi terkait fenomena keterlibatan generasi z dalam politik digital, khususnya pada Pilkada Kota Tangerang 2024 melalui jurnal artikel, media pemberitaan kredibel, analisis konten kampanye di media sosial, dan hasil laporan resmi pemilu dari website KPU. Tahapan selanjutnya peneliti menerapkan teknik *purposive sampling* untuk menentukan narasumber yang akan diwawancarai sesuai dengan tujuan penelitian, adapun narasumber yang akan di wawancara yaitu pemilih muda, akademisi, dan praktisi politik guna menggali persepsi mereka tentang politik digital. Adapun Kriteria penentuan informan dalam penelitian ini didasarkan pada keterlibatan aktif dan relevansi pengalaman mereka terhadap isu yang dikaji. Informan terdiri dari pemilih muda berusia 17-23 tahun yang terdaftar dalam DPT Pilkada Kota Tangerang 2024 dan aktif menggunakan media sosial untuk aktivitas politik; akademisi yang memiliki keahlian di bidang ilmu politik, komunikasi, atau sosiologi; serta praktisi politik seperti tim kampanye atau penggiat komunitas politik digital yang terlibat langsung dalam proses kampanye dan mobilisasi pemilih muda.

Data yang telah terkumpul baik data primer dan sekunder selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan teori *Digital politic & Politic enggagement*, dengan beberapa indikator utama yang di evaluasi untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana generasi z melihat politik dan peran mereka dalam proses demokrasi. Dengan menyoroti pengalaman dan pandangan pemilih muda, penelitian ini dapat membantu para pembuat kebijakan dan partai politik dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi pemilih muda di masa depan.



Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Gambar 5. Diagram Alur Penelitian

Gambar diatas merupakan sebuah ilustrasi kerangka penelitian yang penulis gunakan dalam mengolah data. Setelah semua data terkumpul, dilakukan proses analisis data kualitatif berbasis perangkat lunak Nvivo 12 plus dalam pembuatan coding data, hingga mendapatkan kesimpulan. Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data untuk membandingkan temuan melalui berbagai sumber data, metode pengumpulan, serta pendekatan teoritik.

Pola Partisipasi Politik Generasi Z di Media Sosial

Partisipasi digital Gen Z dalam Pilkada Kota Tangerang 2024 terlihat dari pemanfaatan media sosial sebagai ruang utama keterlibatan politik. Dengan karakter yang aktif, kreatif, dan melek teknologi, mereka tidak hanya menunjukkan dukungan simbolik, tetapi juga substansif melalui penyebaran informasi, dukungan terhadap calon, dan pembentukan narasi politik. Dominasi Gen Z dalam daftar pemilih tetap menjadikan media sosial sebagai sarana strategis untuk mencari informasi, menyampaikan aspirasi, dan mengekspresikan sikap secara terbuka.

Dalam kampanye pilkada Kota Tangerang 2024, Gen Z terlihat aktif di media sosial. Akun @geralldin_tangerang menjadi pusat relawan muda pendukung Faldo Fadlin dengan konten video lapangan, testimoni warga, dan pesan motivasi. Pendekatan dialogis juga tampak melalui podcast @malakaproject.id bersama Faldo Maldini. Dari kubu Sachrudin-Maryono, akun @sachrudin.maryono konsisten menampilkan dokumentasi kegiatan dan program kerja. Di TikTok, @mabarofficial_ menarik perhatian pemilih muda lewat konten santai H. Maryono yang sempat ditonton lebih dari 40 ribu kali. Akun relawan seperti @relawanpemudafaldo dan @sahabatmaryono.id turut menghubungkan relawan lapangan dan menyuarakan aktivitas akar rumput. Sementara itu, akun netral @tangerang.muda.official menyebarkan edukasi politik non-partisan dan mendorong kesadaran demokratis di kalangan pemilih muda. Berikut rangkuman akun-akun media sosial yang aktif dalam Pilkada Kota Tangerang 2024 dan bentuk kontribusinya:

Tabel 1. Akun media sosial yang aktif di Pilkada Kota Tangerang

Nama Akun	Platform	Konten Dukungan	Aktivitas Kampanye Utama
@geralldin_tangerang	Instagram	Faldo-Fadlin	Video kampanye, relawan lapangan, pesan motivasi
@malakaproject.id	Instagram	Netral (Wawancara Faldo)	Podcast politik, narasi inspiratif
@sachrudin.maryono	Instagram	Sachrudin-Maryono	Dokumentasi kegiatan, hasil quick count, poster resmi
@mabarofficial_	TikTok	Maryono (Relawan)	Video santai, humor kampanye, momen kebersamaan
@relawanpemudafaldo	Instagram	Faldo-Fadlin	Aksi lapangan pemuda, kampanye berbasis komunitas
@sahabatmaryono.id	Instagram	Sachrudin-Maryono	Relawan akar rumput, interaksi warga, publikasi kegiatan
@faldo.fadlin2024	Instagram	Faldo-Fadlin	Akun resmi pasangan calon, agenda kampanye, visi-misi
@tangerang.muda.official	Instagram	Netral/Komunitas Muda	Edukasi politik pemuda, ajakan memilih, konten motivative

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Temuan ini menunjukkan bahwa partisipasi digital Gen Z tidak hanya simbolik, tetapi telah menjadi bagian penting dari proses demokratisasi. Mahasiswa berperan sebagai agen perubahan melalui diskusi politik dan konten edukatif di media sosial. KPPS dan organisasi masyarakat memanfaatkan platform digital untuk mobilisasi massa, sementara media dan partai politik menggunakannya untuk memperluas pengaruh dan komunikasi politik. Kondisi ini menegaskan pergeseran partisipasi politik menuju pola yang lebih horizontal, partisipatif, dan terbuka bagi setiap individu sebagai aktor politik di ruang digital.

Sejalan dengan hal tersebut, Loader menjelaskan bahwa partisipasi politik digital mencakup kegiatan berbagi informasi, berdiskusi, dan beraksi secara kolektif melalui media digital, yang memperkuat keterlibatan warga negara.⁵¹ Senada dengan itu, Dahlgren menegaskan bahwa media digital memperluas ruang demokrasi dan menciptakan budaya politik baru yang lebih

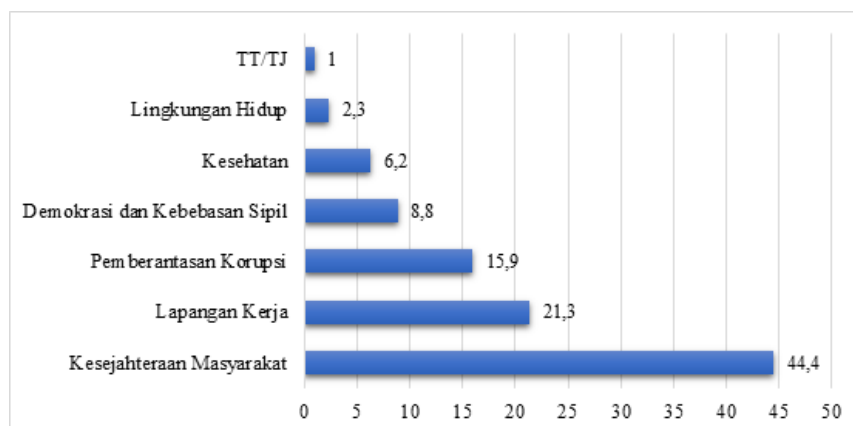
51 Brian D. Loader and Mercea, “Networking democracy? Social Media Innovations in Participatory politics,” *Information, Communication and Society* 14, no. 6 (2011): 757-69, <https://doi.org/10.1080/1369118x.2011.592648>.

terbuka dan deliberatif.⁵² Lebih lanjut, Bennet memperkenalkan konsep "*connective action*", yakni bentuk partisipasi yang tidak terikat struktur organisasi tradisional, melainkan mengandalkan identitas pribadi dan jejaring digital yang cair.⁵³ Dengan demikian, teori-teori tersebut mendukung temuan penelitian ini, bahwa keterlibatan politik Generasi Z melalui media sosial bukan hanya bentuk ekspresi individual, tetapi juga manifestasi nyata dari pergeseran pola partisipasi politik di era digital.

Pengaruh Media Sosial terhadap Sikap dan Pilihan Politik

Media sosial kini menjadi sumber utama informasi politik bagi gen z, menggantikan peran media konvensional. Dalam konteks Pilkada Kota Tangerang 2024, *platform* seperti Instagram, X, TikTok, dan YouTube memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan preferensi politik generasi muda. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten seputar program kerja kandidat, tetapi juga terlibat aktif melalui meme politik, komentar publik, hingga unggahan kreatif yang viral secara emosional dan visual.

Berdasarkan temuan dari survei CSIS tahun 2024, Mayoritas pemilih muda Indonesia, sekitar 59%, memperoleh informasi politik dari media sosial, dan 81% di antaranya aktif berdiskusi politik secara daring.⁵⁴ Fakta ini menegaskan bahwa *platform* digital tidak hanya membentuk preferensi politik melalui informasi, tetapi juga menciptakan keterikatan emosional terhadap kandidat. Sementara itu, menurut arus survei⁵⁵ Sebanyak 54,7% pemilih Gen Z masih tergolong *swing voters* dan sangat dipengaruhi oleh konten digital yang mereka konsumsi. Konten visual dan emosional seperti video singkat, infografis, dan podcast dinilai lebih efektif membentuk opini dibanding narasi teks panjang. Karena itu, kampanye dengan pendekatan kreatif dan interaktif lebih mudah diterima pemilih muda. Sejalan dengan itu, Indonesia Gen Z Report 2024 menunjukkan bahwa isu-isu utama yang paling diperhatikan oleh gen z dapat dilihat dari grafik berikut:



Sumber: CSIS, 2024⁵⁶

Gambar 6. Isu prioritas Gen Z

52 Peter Dahlgren, *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy* (Cambridge: Cambridge University Press, 2009).

53 W. Lance Bennett, "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation," *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 644, no. 1 (2012): 20–39, <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>.

54 Arya Fernandes, Edbert Gani Suryahudaya and Okthariza, "Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum 2024: Dinamis, Adaptif dan Responsif," *Centre strategic and international studies (CSIS)*, 2024.

55 ArusSurvei, "Lembaga Arus Survei Sebut Swing Voters Pemilih Gen Z Masih Tinggi," 2024, diakses 18 Agustus 2025, <https://www.arussurvei.com/lembaga-arus-survei-sebut-swing-voters-pemilih-gen-z-masih-tinggi/>.

56 Arya Fernandes, Edbert Gani Suryahudaya, Okthariza, "Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum 2024: Dinamis, Adaptif dan Responsif."

Konten kampanye yang sesuai dengan isu dan nilai Gen Z mendapat respons positif dan memengaruhi pilihan politik mereka. Konten semacam ini tidak hanya memobilisasi, tetapi juga mendorong mereka berdiskusi, menandatangani petisi, atau menghadiri kampanye. Meski terbuka terhadap informasi digital, sekitar 72% responden tetap melakukan verifikasi ke sumber resmi atau lingkungan sekitar sebelum memercayainya. “*Saya tidak langsung percaya kalau lihat informasi kampanye, apalagi yang menjelekkan kandidat. Saya biasanya cek ke akun resminya atau tanya teman.*” (Wawancara Gen Z, 2025).

Secara teoritis, fenomena ini mengafirmasi teori agenda setting bahwa media memiliki kekuatan untuk mengarahkan perhatian publik pada isu-isu tertentu yang dianggap penting.⁵⁷ Selain itu, konsep *Hybrid Media System* juga relevan karena memperlihatkan bagaimana interaksi antara tradisional dan digital saling memperkuat bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku politik sangat ditentukan oleh kredibilitas konten dan tingkat interaktivitasnya.⁵⁸ Mengingat Gen Z dan milenial mencakup lebih dari 60% DPT, maka memahami dinamika perilaku politik digital mereka sangat penting dalam merancang strategi kampanye yang tidak hanya efektif tetapi juga partisipatif dan demokratis. Pendekatan ini akan berdampak besar dalam memperkuat kualitas demokrasi, khususnya di tingkat lokal seperti Kota Tangerang.

Analisis Kritis *Digital Politics & Political Engagement*

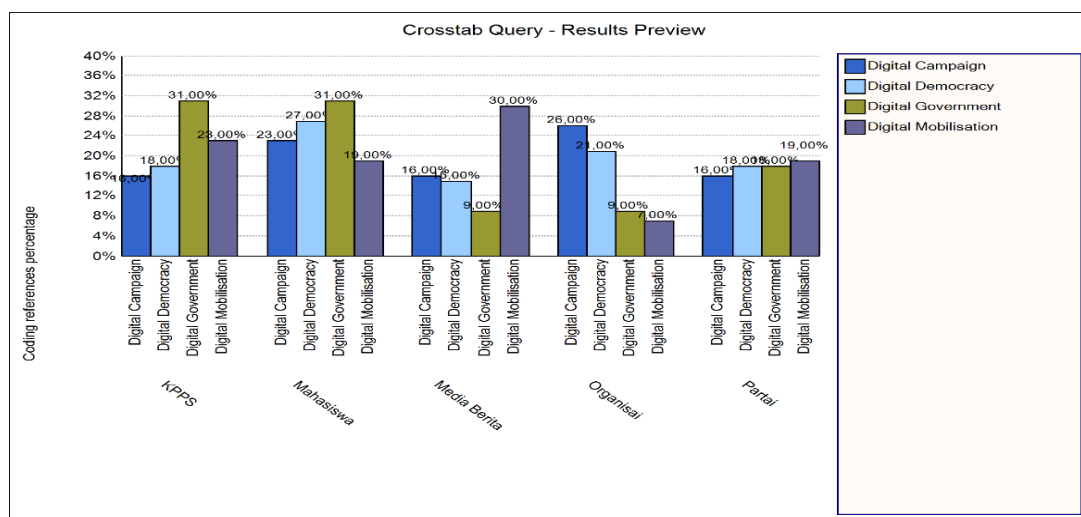
Perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial, membentuk lanskap baru politik kontemporer. Dalam pilkada Kota Tangerang 2024, pendekatan *digital politics* dan *political engagement* digunakan untuk melihat bagaimana Gen Z terlibat dalam isu politik, membentuk opini publik, dan mengekspresikan preferensi melalui ruang digital. Pendekatan ini menekankan bahwa partisipasi politik tidak hanya terjadi di TPS, tetapi juga melalui diskusi online, kampanye digital, dan advokasi isu di media sosial. Secara teoritis, *digital politic* merujuk pada integrasi teknologi dalam praktik politik yang menciptakan ruang komunikasi baru antara aktor politik dan masyarakat, sebagaimana dikemukakan oleh Stephen Coleman dan Wijermars, sementara *political engagement* menekankan pada keterlibatan warga dalam proses politik secara individu maupun kolektif melalui media digital.⁵⁹ Dalam kerangka ini, penelitian menggunakan empat indikator utama: *Digital Democracy*, *Digital Campaigning*, *Digital Mobilisation*, dan *Digital Government*, yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas partisipasi politik Gen Z, aktor-aktor yang terlibat, serta sejauh mana keterlibatan tersebut berdampak terhadap proses demokrasi di tingkat lokal.

Untuk memetakan pola dan aktor dominan dalam partisipasi politik digital, peneliti menggunakan perangkat lunak *Nvivo 12 Plus* untuk menganalisis data wawancara yang telah dikodekan berdasarkan ke empat indikator utama. Grafik *crosstab query* berikut memperlihatkan distribusi keterlibatan berdasarkan kategori responden meliputi mahasiswa, tim kampanye, organisasi, KPPS, dan media dalam masing-masing dimensi.

57 Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw. “The Agenda-Setting Function of Mass media.” *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 Oxford journals, (2015): 176-87.

58 Andrew Chadwick, “The Hybrid Media System: Politics and Power” *Public Administration* 92, No 4, (January 2014): 1106–14, <https://doi.org/10.1111/Padm.12108>.

59 Loader, B.D. & Mercea, “Networking democracy? Social media innovations in participatory politics.”



Sumber: Diolah menggunakan Nvivo 12 plus, 2025

Gambar 7. Analisis Crosstab Query Partisipasi Digital Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan organisasi menjadi aktor paling aktif dalam *Digital Campaigning* (26%), disusul mahasiswa (23%) dan partai politik (16%), menandakan komunitas berbasis isu lebih kreatif menyampaikan pesan politik. Pada *Digital Mobilisation*, media memiliki peran terbesar (30%), lalu KPPS (23%) dalam menyebarkan informasi dan mendorong partisipasi. Untuk *Digital Government*, mahasiswa dan KPPS paling berkontribusi melalui pemanfaatan kanal pemerintah dan pemantauan administrasi pemilu. Sebaliknya, partai politik kurang aktif di semua indikator, mencerminkan lemahnya adaptasi terhadap politik digital. Temuan ini menunjukkan aktor nonformal dan komunitas digital lebih berpengaruh dalam membentuk orientasi politik Gen Z di media sosial.

Digital Democracy dan Civic Engagement

Digitalisasi ruang publik telah menciptakan peluang baru bagi keterlibatan politik generasi muda. Dalam konteks Pilkada Kota Tangerang 2024, Gen Z mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mengakses, membagikan, dan mendiskusikan informasi politik. Temuan ini diperkuat oleh laporan dari UNDP yang menunjukkan bahwa 72% anak muda mengikuti isu politik melalui media sosial, tetapi hanya 26% yang terlibat aktif secara digital.⁶⁰ Analisis crosstab juga menunjukkan mahasiswa dan organisasi sebagai kelompok paling dominan dalam indikator *Digital Democracy*. Namun, partisipasi mereka lebih banyak bersifat konsumtif dan simbolik, bukan deliberatif seperti advokasi, diskusi mendalam, atau upaya memengaruhi kebijakan di forum digital. Salah satu responden menyatakan: “Biasanya saya hanya lihat-lihat di Instagram atau TikTok soal kandidat. Jarang banget ikut diskusi panjang, soalnya kalau terlalu serius, teman-teman malah nggak tertarik.” (Wawancara pemilih muda, 2025).

Kondisi ini sejalan dengan data dari Survei CSIS 2024 hanya 17,7% anak muda (usia 17–39 tahun) yang aktif menyampaikan pendapat politik atau berdiskusi di media sosial, sementara mayoritas hanya menjadi penonton pasif. Ini menunjukkan bahwa meskipun akses informasi digital tinggi, ruang deliberasi politik secara daring belum berkembang optimal. Keterbatasan literasi digital dan algoritma media sosial yang lebih mengutamakan konten cepat dan instan menjadi hambatan utama bagi terbentuknya diskursus politik yang kritis dan

⁶⁰ UNDP, “Civic Participation of Youth in a Digital World Europe and Central Asia Rapid Analysis,” 2023.

mendalam di kalangan pemuda. Pandangan teoritis mendukung kesimpulan yang menyatakan bahwa demokrasi digital tidak hanya mencakup akses informasi, tetapi juga partisipasi aktif dan reflektif dalam diskursus publik.⁶¹ Demikian pula dikutipan buku Coleman menegaskan bahwa deliberasi publik yang sehat menuntut adanya dialog rasional yang inklusif, bukan hanya ekspresi individu yang terfragmentasi.⁶² Meski partisipasi politik digital pemuda belum optimal, sejumlah inisiatif lokal menunjukkan perkembangan positif. Komunitas @tangerang.muda.official aktif menyebarkan konten edukatif non-partisan, sementara mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang mengadakan diskusi digital terkait visi-misi kandidat. KPU Kota Tangerang bersama IMM dan KNPI juga mensosialisasikan Pilkada melalui program “KPU Goes to Campus”. Di luar kampus, forum publik HMI dan diskusi Forum NGO Tangerang Raya turut memperkuat partisipasi politik pemuda melalui media sosial dan kegiatan hybrid.⁶³ Inisiatif tersebut menunjukkan bahwa meski keterlibatan deliberatif masih terbatas, komunitas lokal dan mahasiswa telah berupaya mendorong *civic engagement* yang lebih substansial. Jika diperkuat, ruang digital lokal ini berpotensi menjadi medium strategis bagi partisipasi politik yang inklusif dan kritis di kalangan generasi muda Kota Tangerang.

Digital Campaigning dan Political Mobilization

Di era politik digital, kampanye meluas ke media sosial, platform streaming, dan komunitas daring, dengan strategi yang disesuaikan pada karakter Gen Z yang visual, cepat, dan menyukai konten personal serta interaktif. Karena itu, penting dikaji siapa aktor yang paling efektif menjangkau Gen Z melalui kampanye digital dan bagaimana komunitas serta algoritma media sosial mendorong mobilisasi suara.

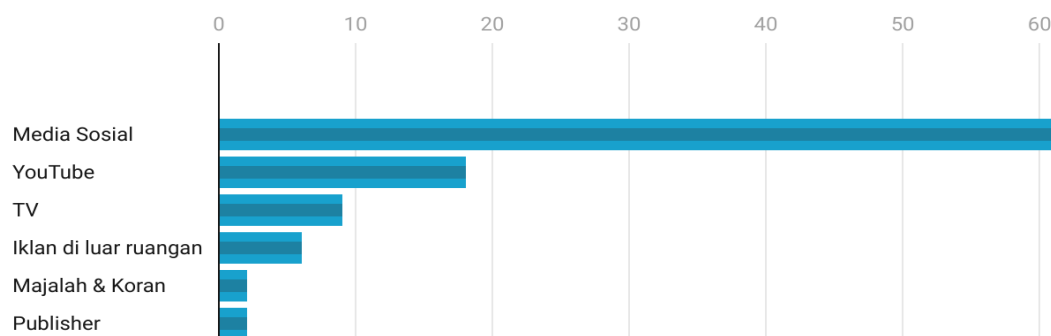
Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas kampanye digital lebih dipengaruhi kedekatan emosional dan gaya komunikasi daripada struktur partai. Influencer, kreator konten, dan komunitas digital lebih efektif menarik perhatian Gen Z, sekaligus mengkritisi anggapan nasional bahwa TikTok adalah platform paling efektif untuk pemilih muda. Meskipun TikTok memang dominan di level nasional, dalam konteks lokal seperti Kota Tangerang, hasil wawancara menunjukkan bahwa Instagram dan WhatsApp justru lebih banyak digunakan oleh pemilih muda karena fitur live, interaksi langsung, dan jangkauan komunitas. Salah satu informan menyatakan, “*Saya lebih tertarik ikut live Instagram kandidat yang ngobrol santai, bukan yang bikin video monoton.*” (Wawancara, aktivis pemuda, 2025). Ini menunjukkan bahwa pengaruh emosional, kedekatan interaksi, dan konteks lokal jauh lebih menentukan ketimbang sekadar pilihan platform. Survei IDN Research mencatat bahwa 62% Gen Z di Indonesia merasa terpengaruh oleh iklan yang ditayangkan di media sosial.⁶⁴ Namun, sebanyak 89% dari mereka juga mengaku sering memblokir iklan saat mengakses platform digital. Data ini mengindikasikan kekuatan ganda yang dimana iklan digital punya potensi tinggi dalam mempengaruhi, namun penerimaan tergantung pada kemasannya.

61 Dahlgren, “Media and Political Engagement.”

62 Stephen Coleman dan Jay G Blumler, “The Internet and Democratic Citizenship” (2009).

63 Saeful Ramadhan, “HMI Tangerang Diskusi Pilkada Damai, Aman, Dan Kondusif” 2024, Diakses 18 Agustus 2025, <https://Rasioo.Id/2024/07/28/Hmi-Tangerang-Diskusi-Pilkada-Damai-Aman-Dan-Kondusif/>.

64 IDN Research Institute, “Iklan Media Sosial Menjadi Platform Yang Paling Mempengaruhi Gen Z,” 2024, di akses 19 Agustus 2025, <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Telecommunications/Statistik/1d5294379153fdc/Iklan-Media-Sosial-Jadi-Platform-Yang-Paling-Mempengaruhi-Gen-Z>.



Sumber: IDN Research Institute, 2024

Gambar 8. Platform Iklan yang paling mempengaruhi responden Gen Z

Beberapa informan menyatakan bahwa mereka baru tertarik untuk mencari tahu tentang calon kepala daerah setelah melihat konten kampanye melalui TikTok atau Instagram. Salah satu responden menyebut: “Awalnya saya tidak peduli, tapi setelah sering lihat video debat singkat dan konten lucu tentang kandidat, saya jadi penasaran dan cari tahu lebih lanjut. Akhirnya saya mutusin buat nyoblos.” (Wawancara, Mahasiswa, 2025).

Salah satu kampanye digital yang efektif menjangkau pemilih muda di Kota Tangerang terlihat pada unggahan akun komunitas @abouttng pada 30 September 2024, yang mendokumentasikan acara #GatheringTNG bertema “Menatap Kota Tangerang 5 Tahun ke Depan” dengan calon kepala daerah sebagai pembicara. Meski hanya berupa foto, postingan ini meraih 1.164 likes, menunjukkan tingginya engagement Gen Z. Model kampanye berbasis komunitas dan dialog interaktif lebih diterima dibanding kampanye formal, memicu partisipasi aktif dalam diskusi pembangunan kota. Komentar warganet muda seperti “Wajib hadir nih, biar bisa tanya langsung ke calon” dan “Semoga pemimpin barunya dengerin suara anak muda” menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang artikulasi aspirasi dan harapan politik pemilih pemula.

Dukungan temuan ini terlihat pada akun @infotangerang.id yang pada 13 Juni 2024 mengunggah foto “Bursa Bacalon Pilkada Wali Kota & Bupati di Tangerang Raya”, meraih 1.400 likes dan 500 komentar. Gen Z aktif mengikuti politik lokal dan berdiskusi di kolom komentar, mengekspresikan minat terhadap calon dan harapan kepemimpinan. Engagement di media sosial ini mendorong partisipasi politik aktif, termasuk hadir di kampanye, berdiskusi dalam komunitas digital, dan memutuskan datang ke TPS. Faktor algoritma membuat konten emosional atau viral lebih cepat tersebar, sementara kampanye formal sulit menjangkau audiens terfragmentasi, sesuai teori *hybrid media system*⁶⁵, yaitu perpaduan strategi kampanye tradisional dan digital viral, serta teori *connective action*⁶⁶ yang menekankan mobilisasi melalui jejaring horizontal personal. Dengan demikian, strategi kampanye digital yang berhasil dalam menjangkau Gen Z setidaknya harus memperhatikan tiga hal, 1) Gaya komunikasi yang emosional dan visual; 2) Community-driven content oleh influencer dan komunitas digital; 3) Adaptasi terhadap logika algoritma media sosial, terutama untuk konten viral.

65 Andrew Chadwick and Jennifer Stromer-Galley, “Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party Renewal” *Sage Journals*, (2019): 1–19.

66 W. Lance Bennett, “Information, Communication and The Logic of Connective Action,” *Information, Communication and Society* 15, No 5, (March 2014): 739–68, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>.

Digital Government dan Responsivitas Pemerintah

Di era digital, pemerintah daerah dituntut untuk lebih adaptif dan responsif terhadap aspirasi masyarakat, terutama dari kalangan Gen Z yang aktif bermedia sosial. Partisipasi dalam *e-democracy* seperti *e-petition*, *feedback online* dan forum digital menjadi jembatan partisipatif yang potensial. Namun pertanyaannya adalah sejauh mana kanal-kanal ini direspon secara serius oleh pemerintah daerah, khususnya di Kota Tangerang. Berdasarkan wawancara, mayoritas responden berharap pemerintah memberi ruang partisipasi lebih besar bagi generasi muda. Salah satu menyatakan, “Pemerintah harusnya ngasih ruang lingkup yang lebih besar ke anak muda, biar suara mereka didengar secara jelas.” Namun, mekanisme digital seperti forum warga atau *e-petisi* sering tidak ditindaklanjuti, memicu skeptisisme. Responden juga menilai akun resmi pemerintah masih satu arah; seperti dikatakan, “Kalau pemerintah mau anak muda lebih aktif, mereka juga harus aktif menanggapi jangan hanya posting”.

Kondisi ini menegaskan bahwa masih ada kesenjangan antara *e-eneblement* (penyediaan teknologi) dan *e-engagement* (keterlibatan bermakna).⁶⁷ Diperlukan pendekatan *co-creation of policy*, agar generasi muda tidak sekadar menerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam perumusan kebijakan melalui platform digital yang terbuka dan responsif. Temuan ini sejalan dengan studi Janowski yang menyatakan bahwa *digital government* bukan sekedar tentang digitalisasi layanan, tetapi transformasi menuju pemerintahan kolaboratif.⁶⁸ Selain itu, laporan dari Kementrian PANRB juga mencatat bahwa sebagian besar pemerintah daerah belum memiliki sistem *feedback* yang responsif dan berkelanjutan. Padahal, tingkat kepercayaan publik terhadap pemerintah meningkat signifikan jika aspirasi mereka didengar dan ditindaklanjuti secara cepat melalui kanal daring.⁶⁹

Tabel 2. Persepsi Responden terhadap Responsivitas Pemerintah

Pertanyaan/Tema	Kutipan dari Responden
Keterlibatan dalam forum digital pemerintah	“Saya belum pernah ikut forum seperti itu.”
Aktivitas media sosial pemerintah	“Cuma posting, nggak ada tanggapan balik.”
Efektivitas kanal aspirasi digital (e-petisi, pengaduan)	“Petisi itu kayak cuma cek ombak suara aja.”
Harapan terhadap pemerintah	“Pemerintah harus kasih ruang lebih besar buat suara Gen Z.”
Sikap terhadap partisipasi digital saat ini	“Udah pernah isi, tapi nggak tahu ditindak atau nggak.”
Preferensi kanal partisipasi	“Saya lebih nyaman di IG atau TikTok Live yang langsung.”
Aksesibilitas informasi digital pemerintah	“Info-nya nyebar, nggak tahu yang resmi yang mana.”
Respons terhadap keluhan/informasi di media sosial	“Komentar atau DM saya nggak dibaca.”

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

67 Ann Macintosh, “Potential and Challenges of E-Participation in the European Union” *Policy Department C: Citizens’ Rights and Constitutional Affairs*, 2016, 1–76.

68 Nadzeya Kalbaska et al., “E-Government Relationships Framework in the Tourism Domain . A First Map,” *Springer International*, no. March 2018 (2016): 3–16, <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28231-2>.

69 Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB). “Laporan Evaluasi SPBE Tahun 2023,” 2023.

Tabel menunjukkan *digital government* belum sepenuhnya responsif terhadap partisipasi Gen Z; interaksi masih satu arah dan minim tindak lanjut. Agar pemerintahan digital inklusif, perlu pergeseran menuju keterlibatan bermakna yang mendorong dialog dan merespons aspirasi publik, sehingga memperkuat kepercayaan dan partisipasi generasi muda.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan media sosial menjadi arena utama partisipasi politik Gen Z dalam Pilkada Kota Tangerang 2024. Gen Z menggunakan ruang digital untuk konsumsi informasi, ekspresi politik, kampanye, dan interaksi komunitas. Respons tinggi terlihat pada unggahan @abouttng (#GatheringTNG) dengan 1.164 likes dan @infotangerang.id (bursa bacalon) dengan 1.400 likes dan 500 komentar. Wawancara informan muda menegaskan konten komunikatif mendorong partisipasi aktif, dari diskusi publik hingga hadir ke TPS, menjadikan media sosial pemicu opini dan aksi politik. Partisipasi Gen Z menunjukkan pergeseran menuju politik yang lebih cair, horizontal, dan berbasis jejaring, meski masih dominan simbolik. Rendahnya literasi politik dan minimnya ruang dialog bermakna dari pemerintah menjadi hambatan, karena peran pemerintah masih sebatas penyampai informasi. Meningkatkan interaksi digital dua arah menjadi kunci untuk memperkuat partisipasi politik substantif pemilih muda.

Temuan menunjukkan aktor non-formal seperti komunitas digital, relawan, dan kreator konten lebih adaptif menjangkau Gen Z. Observasi lima akun Instagram lokal, termasuk @abouttng dan @infotangerang.id, memperlihatkan engagement mayoritas dari pengguna 17–25 tahun. Unggahan @abouttng (#GatheringTNG) mendapat 1.164 likes, sedangkan @infotangerang.id (bursa bacalon) meraih 1.400 likes dan 500 komentar, dengan ekspresi politik seperti “Siap dukung, yang penting pro anak muda” dan “Keren, jadi ngerti programnya”, menunjukkan partisipasi digital Gen Z yang aktif dan reflektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Akeusola, Bolanle Nafisat. "Online Activism and Political Knowledge among Nigerian Youth during the 2023 Elections: Analyzing the Role of Online Information Sources." *European Journal of Humanities and Social Sciences* 3, no. 5 (2023): 16–23. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2023.3.5.495>.
- Andriyendi, Dimaz Oktama, Nurman S, dan Susi Fitria Dewi. "Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada." *Journal of Education, Cultural and Politics* 3, no. 1 (2023): 101–11. <https://doi.org/10.24036/jecco.v3i1.172>.
- Arini, Nurfadhilah. "Faktor penyebab rendahnya angka." Laporan penelitian. Jakarta Pusat, 2024.
- ArusSurvei. "Lembaga Arus Survei Sebut Swing Voters Pemilih Gen Z Masih Tinggi," 2024. Diakses 18 Agustus 2025. <https://www.arussurvei.com/lembaga-arus-survei-sebut-swing-voters-pemilih-gen-z-masih-tinggi/>.
- Ballesteros Herencia, Carlos A. "La evolución del engagement digital de los partidos españoles en campaña electoral (2015-2019)." *Más Poder Local Magazine*, no. 53 (2023): 30–51. <https://doi.org/10.56151/maspoderlocal.130>.
- Bennett, W. Lance. "Information , Communication and The Logic of Connective Action." *Information, Communication and Society* 15, No 5 (March 2014): 739–68. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>.
- Bennett, W. Lance. "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation." *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 644, no. 1 (2012): 20–39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>.
- Boulianne, Shelley, dan Yannis Theocharis. "Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research." *Social Science Computer Review*, (2020): 1–44. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>.
- Chadwick, Andrew, and Jennifer Stromer-Galley. "Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns: Party Decline or Party renewal" *Sage Journals*, (2019): 1–19.
- Chadwick, Andrew. "The Hybrid Media System: Politics and Power." *Public administration* 92, No 4, (January 2014): 1106–14. <https://doi.org/10.1111/padm.12108>.
- Coleman, Stephen, dan Jay G Blumler. "The Internet and Democratic Citizenship," 2009.
- Creswell, Jhon W and J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixes Methods Approaches*. London: Sage Publications, Inc., 2014.
- Dahlberg, Lincoln. "Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions.'" *New Media and Society*, 2011, 1–18. <https://doi.org/10.1177/1461444810389569>.
- Dahlgren, Peter. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- Dea, Afandi, et al. "Implications of the Digital Age on Social Engagement and Political

Participation in the Context of Civic Education.” *Jurnal pendidikan amartha* 2, no. 2 (2023): 112–20.

Fathurokhman, Benben. “Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Umum (Pemilu).” *Journal of Research and Development on Public Policy* 1, no. 1 (2022): 51–59. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v1i1.68>.

Fernandes Arya, Edbert Gani Suryahudaya, Okthariza Noory. “Pemilih Muda dalam Pemilihan Umum 2024: Dinamis, Adaptif dan Responsif.” *Centre strategic and international studies (CSIS)*, 2024. https://s3-csis-web.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/doc/Pemilih_Muda_Dalam_Pemilihan_Umum_2024.pdf?download=1.

Freelon Deen, and Stephen Coleman. *Handbook of Digital Politics*. Edit by Edward Elgar, Washington, DC: Edward Elgar Publishing Limited, 2015.

Garis, Regi Refian. “Kepemimpinan Pemerintahan pada era Globalisasi (kajian tentang kepemimpinan pemerintah di Indonesia).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan* (2018) 1–11.

Garzia, Diego. “The Italian election of 2018 and the first populist government of Western Europe.” *West European Politics* 42, no. 3 (April 2019): 670–80. <https://doi.org/10.1080/01402382.2018.1535381>.

Gherghina, Sergiu, dan Elena Rusu. “Begin Again: Election Campaign and Own Opinions Among First-Time Voters in Romania.” *Social Science Quarterly* 102, no. 4 (July 2021): 1311–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/ssqu.12979>.

Goel, Sharad, et al. “One Person, One Vote: Estimating The Prevalence Of Double Voting In U.S. Presidential Elections.” *American Political Science Review* 114, No. 2 (2020): 456–69. <https://doi.org/10.1017/S000305541900087x>.

Heeks, Richard. “Understanding E-Governance for development.” *i-Government Working Paper Series*. Manchester: University of Manchester, 2001. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-0318-9.ch005>.

Husada, Trisha. “Suara pemuda dalam Pemilu 2024, sekadar komoditas politik atau benar-benar didengar aspirasinya.” *BBC News Indonesia*, 2023. Diakses 7 Mei 2025. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c29814geg2eo>.

Hussin, Ab Razak che, and Mohamad Haider Abu Yazid Norman Sapar. “Instruments for Investigating User Engagement in Politics on Social Media.” *International journal of academic research in business & social sciences* 14, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v14-i1/20565>.

Indrawan, Jerry, dan Putrawan Yuliandri. “Pendidikan Politik Bagi Pemilih Pemula.” *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan* 4, no. 1 (2023): 184–96. <https://doi.org/10.33369/jurnalinovasi.v4i1.29172>.

Ingram, George, dan Meagan Dooley. “Digital government Foundations for global development and democracy.” *Brookings Institution Report* (2021): 163.

Institute, IDN Research. “Iklan media sosial menjadi platform yang paling mempengaruhi gen z,” 2024. Diakses 19 Agustus 2025. <https://databoks.katadata.co.id/telecommunications/statistik/1d5294379153fdc/iklan-media-sosial-jadi-platform-yang-paling-mempengaruhi>

gen-z.

- Intania, Christina Clarissa. "Pilkada 2024 Dari Politik Uang ke Rendahnya Partisipasi Pemilih." The Indonesian Institute, 2024. Diakses 7 Mei 2025. <https://www.theindonesianinstitute.com/pilkada-2024-dari-politik-uang-ke-rendahnya-partisipasi-pemilih/>.
- Iosifidis, Petros, dan Nicholas Nicoli. Digital democracy, social. united kingdom: Routledge, 2021.
- Karyaningtyas, Setyowati. "Urgensi Sosialisasi Pemilu Bagi Pemilih Pemula." *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 2, no. 1 (2019). <https://doi.org/10.37849/mipi.v2i1.121>.
- Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB). "Laporan Evaluasi SPBE Tahun 2023," 2023.
- Kostelka, Filip, dan André Blais. "The Generational and Institutional Sources of the Global Decline in Voter Turnout." *World Politics* 73, no. 4 (2021): 629–67. <https://doi.org/DOI:10.1017/S0043887121000149>.
- Levina, Vera. "Vera Zakem Berkunjung ke UMN dan Bicara Tentang Demokrasi Digital." UMN.ac.id, 2024. Diakses 5 Juli 2025. <https://www.umn.ac.id/vera-zakem-berkunjung-ke-umn-dan-bicara-tentang-demokrasi-digital/>.
- Loader, Brian D. and Mercea, D. "Networking democracy? Social media innovations in participatory politics." *Information, Communication and Society* 14, no.6 (2011): 757-69. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2011.592648>.
- Maksudi, Iriawan et al. "The Role of Social Media in the Improvement of Selected Participation of Students Based on Students in Bogor Regency." *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora* 20, no. 2 (2018): 154–61.
- Macintosh, Ann. "Potential and Challenges of E-Participation in the European Union." Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs, 2016, 1–76.
- Mangngasing, Niluh Indriani, et al. "Sosialisasi Peningkatan Keterlibatan Pemilih Pemula pada Pemilu 2024 di Kecamatan Sarjo." *Sikemas journal: Jurnal ilmiah bidang pengabdian kepada masyarakat* 2, no. 2 (2023): 49–62. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIKEMAS>.
- Marquart, Franziska, Jakob Ohme, dan Judith Möller. "Following politicians on social media: Effects for political information, peer communication, and youth engagement." *Media and Communication* 8, no. 2 (2020): 197–207. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2764>.
- McCombs, Maxwell E. and Donald L. Shaw. "The agenda-setting function of mass media." *Public Opinion Quarterly* 36, no. 2 Oxford journals, (2015): 176-87.
- Kasmani, Mohd Faizal. "Undi 18: Understanding the political participation of first-time Malay voters through social media." *Search Journal of Media and Communication Research* 2023, no. Special Issue (2023): 33–48.
- Kalbaska, Nadzeya, Tomasz Janowski, Elsa Estevez, and Lorenzo Cantoni. "E-Government Relationships Framework in the Tourism Domain: A First Map." Springer International, no. March 2018 (2016): 3–16. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28231-2>.

- Novrizaldi. "Peran Pemuda dalam Membangun Masa Depan ASEAN," Kemenko PMK, 2024. Diakses Juni 2025. <https://www.kemenkopmk.go.id/peran-pemuda-dalam-membangun-masa-depan-asean>.
- Ohme, Jakob. "When digital natives enter the electorate: Political social media use among first-time voters and its effects on campaign participation." *Journal of Information Technology & Politics* 16, no. 2 (April 2019): 119–36. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1613279>.
- Perloff, Richard M. *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*. New York: Routledge, 2021. <https://doi.org/10.4324/9780429298851>.
- "Peraturan Presiden Nomor 132 Tahun 2022", Lembaran Negara Republik Indonesia. Pub. L. No. 132 (2022).
- Pons, Vincent, dan Clémence Tricaud. "Expressive Voting and Its Cost: Evidence From Runoffs With Two or Three Candidates." *Econometrica* 86, no. 5 (September 2018): 1621–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.3982/ecta15373>.
- Putra, Fahrul Dwi. "Daftar Pemilih Tetap Pilkada 2024 di Kota Tangerang Didominasi Milenial dan Gen Z." *Tangerangnews.com*. Diakses 5 April 2025. <https://www.tangerangnews.com/kota-tangerang/read/50873/Daftar-Pemilih-Tetap-Pilkada-2024-di-Kota-Tangerang-Didominasi-Milenial-dan-Gen-Z>.
- Putra, T. Rivaldo, et al. "Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja." *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan dan Politik* 2, no. 1 (2024): 61–68. <https://doi.org/10.61476/bpkxy103>.
- Ramadhan, Devi Nindy Sari. "KPU Banten tetapkan DPT Pilkada 2024 sebanyak 8.926.662," 2024. Diakses 5 April 2025. <https://www.antaranews.com/berita/4350795/kpu-banten-tetapkan-dpt-pilkada-2024-sebanyak-8926662>.
- Ramadhan, Saeful. "HMI Tangerang Diskusi Pilkada Damai, Aman, dan Kondusif." 2024. Diakses 18 Agustus 2025. <https://rasioo.id/2024/07/28/hmi-tangerang-diskusi-pilkada-damai-aman-dan-kondusif/>.
- Rennó, Lucio R. "The Bolsonaro Voter: Issue Positions and Vote Choice in the 2018 Brazilian Presidential Elections." *Latin American Politics and Society* 62, no. 4 (2020): 1–23. <https://doi.org/DOI: 10.1017/lap.2020.13>.
- Rifa'i, Bahtiar. "DPT di Pilgub Banten Sebanyak 8.926.662, Didominasi Gen Z dan Milenial," *Tangerangnews.com*, 2024. Diakses 20 April 2025. <https://news.detik.com/pilkada/d-7552980/dpt-di-pilgub-banten-sebanyak-8-926-662-didominasi-gen-z-dan-milenial>.
- Robin, Patricia, Silvanus Alvin, dan Tesalonika Hasugian. "Gen-Z Perspective on Politics: High Interest, Uninformed, and Urging Political Education." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)* 11, no. 3 (2022): 183–89. <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i3.2550>.
- Schäfer, Armin, et al. "Rising Start-Up Costs of Voting: Political Inequality Among First-Time Voters." *West European Politics* 43, no. 4 (June 2020): 819–44. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1638141>.

- Sulistiyono, Heru. "Tingkat Partisipasi Pemilih di Tangerang Tak Sampai 70 Persen." *tvrijakartanews*, 2024. Diakses 20 April 2025. <https://tvrijakartanews.com/article/CerdasMemilih/16425>.
- Sjoraida, Diah Fatma, et al. "Exploring the Impact of Social Media on Political Participation : A Review of Empirical Studies." *Journal Of Social Science Research* Volume 4 (2024): 927-35.
- Tangerangkota.go.id. "DPT Pilkada Kota Tangerang Berjumlah 1.377.828 Orang Didominasi Pemilih Milenial," 2024. Diakses 5 April 2025. <https://www.tangerangkota.go.id/berita/detail/46115/dpt-pilkada-kota-tangerang-berjumlah-1-377-828-orang-didominasi-pemilih-milenial>.
- UNDP. "Civic Participation of Youth in a Digital World Europe and Central Asia Rapid Analysis," 2023.
- Wahyuningroem. "Youth political participation and digital movement in Indonesia : the case of # ReformasiDikorupsi and # TolakOmnibusLaw," (2024): 1-26.
- Wijermars, Mariëlle. "The Digitalization of Russian Politics and Political Participation." Dalam *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*, edited by Daria Gritsenko et al. Maastricht, The Netherlands: Palgrave 2021.
- Yuniarto, Topan. "Demokrasi pada Ruang Digital." *Kompaspedia*, 2023. Diakses 5 Juli 2025 <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/demokrasi-pada-ruang-digital#>.