

Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z Dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z Di Kota Salatiga)

¹Rr. Sri Rejeki Anggraeni Kartodinoto, ²Daru Purnomo, ³Alvianto Wahyudi Utomo
^{1,2,3}Universitas Kristen Satya Wacana

Korespondensi : kartodinotoanggraeni@gmail.com

Abstrak

Generasi Z merupakan kaum Digital Native atau mereka yang sejak dini telah berdampingan dengan teknologi. Media teknologi cukup berperan besar dalam suatu kontestasi politik di Indonesia. Instagram merupakan salah satu teknologi yang sering digunakan oleh muda-muda, khususnya untuk mengetahui berita terkait politik. Generasi-Z cenderung diperebutkan dalam situasi kontestasi politik mengingat jumlahnya yang cukup besar. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa pengaruh ruang publik instagram terhadap respon Generasi-Z di Kota Salatiga dalam kontestasi Pilpres 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif eksplanatif. Berdasarkan temuan yang didapat sebanyak 81,9% dari 91,5% Generasi-Z di Kota Salatiga menyatakan bahwa instagram berpengaruh pada hak pilih mereka dalam kontestasi Pilpres tahun 2024. Hal tersebut menunjukkan bahwa suatu ruang publik dapat berpengaruh dalam sistem demokrasi suatu negara.

Kata kunci: Generasi Z, Instagram sebagai Ruang Publik, Kontestasi Pilpres, Kota Salatiga

Abstract

The z generation is a digital native or those who have early co-existed with technology. Tech media is pretty big in a political essay in Indonesia. Instagram is one of the technologies often used by young people, especially for news related to politics. Great-z is likely to be argued over in a political essay situation in view of the amounts. The objective of this study is to analyze the impact of instagram response to a monitor response in salatiga city in a 2024 theater theater. The method used in this study is an illustrative quantitative study method. Based on the findings of 81.9% of the 91.5% sauna in salatiga to see that instagram is affecting their voting rights in a 2024 pill-box contest. This suggests that a public space can have an impact on a country's democratic system.

Keyword: Generation Z, Instagram as a Cyberspace, Prescription of the Presidential, Salatiga City

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara demokrasi dan dalam negara yang berasaskan demokrasi, Pemilihan Umum (Pemilu) masih dianggap sebagai bentuk paling konkret keikutsertaan atau partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan (Viani, 2017). Di era modern saat ini, instagram menjadi salah satu alternatif ruang publik yang banyak digunakan masyarakat khususnya Generasi-Z. Instagram dapat menjadi salah satu wadah dan ruang diskusi untuk masyarakat sekarang ini terkhusus dalam kontestasi Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2024 mendatang. Keuntungan yang dihasilkan dari penggunaan sosial media juga berdampak pada berbagai bidang diantaranya, pendidikan, ekonomi, sosial dan politik (Anggraini, 2022). Dengan tersedianya ruang publik seperti instagram, memudahkan masyarakat untuk berdiskusi atau menyampaikan pendapat dengan leluasa tanpa harus bertemu. Indonesia akan mengadakan pesta demokrasi yakni Pilpres pada tahun 2024. Teknologi media baru semakin menonjolkan sifat transformatifnya karena krisis ruang publik dalam konteks politik yang dihadirkan oleh media konvensional. Dengan

demikian, media baru menjadi alternatif yang efektif untuk memulihkan kembali ruang publik yang telah terkolonisasi oleh kepentingan di tingkat politik. (Simarmata, 2014). Generasi-Z merupakan kaum yang paling dekat dengan media sosial, hal tersebut dapat menjadi keuntungan bahkan kerugian pada kontestasi Pilpres mendatang. Aktivitas atau respon dari Generasi-Z dalam kontestasi Pilpres merupakan bentuk keikutsertaan politik melalui ruang publik yang tidak terbatas yaitu media sosial. Di negara demokrasi seperti Indonesia, respon atau ketertarikan dalam kontestasi Pilpres merupakan hal penting yang dijadikan sebagai tolak ukur kepedulian warga negara dalam sistem kehidupan bernegara.

Demokrasi dan media memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan. Pada satu sisi, demokrasi membutuhkan media sebagai alat komunikasi politik baik oleh pemerintah maupun oleh masyarakat, di sisi lain media hanya berfungsi bagi kepentingan masyarakat luas dalam sistem politik yang demokratis. Peran ruang publik dalam penelitian ini merujuk pada instagram menjadi suatu hal yang sangat penting. Demokrasi yang dibangun secara diskursif lewat ruang publik tersebut merupakan “rumah” bagi kontestasi berbagai wacana, dalam proses komunikasi tersebut harus memenuhi tiga syarat yaitu, harus mampu merangsang pemikiran reflektif, non-koersif, serta mampu menghubungkan pengalaman individu atau kelompok dengan sebuah prinsip yang lebih umum (Simarmata, 2014).

Menurut Lipset (1960) dan Lazarsfeld (1968), Pemilih memiliki beberapa perilaku dalam menentukan pilihan mereka. Terdapat tiga jenis pendekatan dalam memahami pemilih pemula, yaitu:

- a. Pendekatan sosiologis. Memprioritaskan beberapa hal yang berkaitan dengan instrumen kemasyarakatan seseorang seperti etnik, agama, status sosio-ekonomi (jenis pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan kelas) dan juga wilayah tempat tinggal (desa, kota, pesisir maupun pedalaman).
- b. Pendekatan psikologis. Tindakan pemilih sangat dipengaruhi oleh sosialisasi politik yang berlangsung dalam lingkungan di sekitar mereka. Identifikasi diri sebagai pendukung suatu partai politik merupakan hasil dari proses sosialisasi yang dapat dipengaruhi oleh orang tua, organisasi sosial, dan faktor-faktor lainnya.
- c. Pendekatan pilihan rasional. Pemilih pada prinsipnya bertindak secara rasional dalam menentukan pilihan di bilik suara, tanpa mempertimbangkan aspek-aspek seperti agama, jenis kelamin, kelas sosial, atau latar belakang orangtua. Dalam kerangka pemilihan yang rasional, apabila pemilih merasa bahwa partisipasi mereka dalam memilih calon presiden atau partai tertentu tidak memberikan manfaat atau keuntungan yang diharapkan, maka mereka tidak akan melibatkan diri dalam proses pemilihan umum.

Di era modern saat ini dengan kemajuan teknologi yang canggih, Generasi-Z sangat berpengaruh pada kontestasi politik yang akan diadakan pada tahun 2024. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pemilih pada tahun 2019 didominasi oleh kaum Generasi-Z dengan jumlah usia dibawah 35 tahun mencapai 79 juta atau sekitar 60 persen dari total pemilih di Indonesia. Generasi-Z atau disebut juga *Digital Natives* yaitu mereka yang dari sejak kecil sudah hidup berdampingan dengan teknologi digital. Salah satu *Executive Director, Head of Watch Business*, Nielsen Indonesia menjelaskan bahwa Generasi-Z adalah generasi digital asli pertama. Di tahun-tahun awal kehidupan Generasi-Z, mereka telah disambut dengan keberadaan handphone, laptop, tablet serta TV sebagai bagian dari revolusi digital. Di Indonesia, pada tahun 2019 pengguna media sosial sekitar 195 menit perhari didominasi oleh orang-orang dengan usia 16-24 tahun (Duarte, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa Generasi-Z mempunyai aktivitas di media sosial yang cukup panjang yaitu sekitar 3,25 jam perhari. Media sosial mampu meningkatkan partisipasi politik masyarakat karena mempermudah penggunaannya mendapat dan memberikan informasi secara cepat. Komunikasi merupakan inti dari segala proses politik. Instagram merupakan salah satu media sosial yang menjadi arena yang mendapatkan atensi khusus untuk

diperhitungkan secara matang dalam konteks politik. Era sekarang ini, sosial media dapat mendorong keterlibatan Generasi-Z dalam berbagai hal politik. Media sosial memiliki pengaruh yang positif dalam pesta demokrasi Pemilihan Presiden di Indonesia. Perkembangan media komunikasi turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara atau pola individu dalam mengekspresikan komunikasi dan partisipasi politiknya.

Adanya sosial media mampu mendorong keterlibatan generasi muda dalam berpartisipasi politik secara aktif dan terlibat dalam hal politik (Aji, 2023). Berdasarkan data Kementerian Informasi (Kominfo), Indonesia adalah Negara keenam dengan pengguna internet terbesar dengan rata-rata usia berkisar antara 18-24 tahun. Data tersebut menjelaskan bahwa pengguna internet tertinggi di Indonesia adalah kaum muda. Kaum muda dengan kisaran usia 18-24 tahun yang dapat digolongkan kedalam golongan Generasi Z, yakni mereka yang lahir pada tahun 1995-2010. Pada pemilihan umum (Pemilu) untuk memilih Presiden, Wakil Presiden, dan anggota legislatif baik tingkat nasional maupun lokal secara serentak 2019, pemilih didominasi oleh kelompok muda. Jumlah pemilih di bawah usia 35 tahun mencapai 79 juta orang atau sekitar 60 persen dari total pemilih 5 juta orang diantaranya merupakan pemilih pemula (Kominfo, 2014). Menurut data dari Badan Pusat Statistika pada pemilihan Presiden tahun 2019 terdapat partisipasi masyarakat sebesar 81,97 persen. Partisipasi tertinggi terjadi di Provinsi Papua dengan persentase 95,75. Berdasarkan data rekapitulasi daftar pemilih tetap dari Komisi Pemilihan Umum (KPU) Salatiga, Generasi-Z berada pada posisi ketiga diantara enam generasi lainnya. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa jumlah Generasi-Z dalam Pemilihan Umum 2024 cukup memiliki tingkat partisipasi yang cukup tinggi yaitu sebanyak 19,62%.

Tabel 1. Data Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap (DTP) Pemilu 2024 Kota Salatiga

Generasi	Tahun Lahir	Rekapitulasi Daftar Pemilih Tetap Pemilu 2024 Kota Salatiga
Pre-Boomer	Sebelum 1945	2,15%
Baby-Boomer	1946-1964	17,09%
Gen-X	1965-1980	29,37%
Millenial	1981-1996	31,77%
Gen-Z	1997-2007	19,62%

Sumber: KPU Kota Salatiga, Juli 2023

Jenis media sosial tidak hanya instagram tetapi juga terdapat berbagai jenis yang sering digunakan oleh masyarakat terutama Generasi-Z di Indonesia. Menurut Databoks, media sosial teratas yang kerap digunakan adalah TikTok dengan rentang waktu penggunaan yaitu 23,5 jam per bulan. Disusul dengan YouTube dan Instagram berada di urutan ke-5 dengan rentang waktu 12 jam per bulan. Instagram merupakan salah satu media untuk kampanye pada pesta demokrasi di Indonesia. Peranan instagram dalam pesta demokrasi dapat berupa poster, video, meme dan lain-lain (Noviyanti, 2021). Instagram menduduki posisi sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer dan paling sering digunakan. (Karim, 2020).

Dewasa ini, kaum muda-mudi menggunakan sosial media dalam kehidupan sehari-hari. Ruang publik muncul sebagai prasyarat yang harus dimiliki serta disempurnakan dalam negara yang menganut sistem demokrasi untuk menjamin tercapainya ideal-ideal yang tersimpan dalam penyelenggaraan suatu pemerintahan yang demokratis. Sosial media dapat dikatakan sebagai suatu ruang publik (public sphere). Ruang publik merupakan sebuah ruang yang mudah diakses tanpa batas, bebas dari tekanan kekuasaan negara dan ekonomi, yang membebaskan semua lapisan masyarakat melakukan diskusi politik guna mewujudkan suatu kesepahaman bersama terkait dengan kepentingan umum yang lebih

luas (Simarmata, 2014). Konsep dasar ruang publik sendiri tercetus dari pemikiran Habermas. Ruang publik merupakan “tempat” untuk berkomunikasi sebagai elemen pembentuk kehidupan sosial (life-world) yang bersandar pada rasionalitas komunikatif anggota masyarakat. Perkembangan ruang publik sendiri menunjukkan suatu proses masyarakat menuju kepada kemampuan komunikasi. Habermas membagi ruang publik ke dalam dua jenis yaitu, ruang publik politik dan ruang publik sastra. Ruang publik politik bukan hanya memperlihatkan keterbukaan ruang yang dapat diakses, tetapi memperlihatkan bagaimana struktur sosial masyarakat yang berubah (Supriadi, 2017).

Secara umum, ruang publik dapat dibagi menjadi tiga dimensi penting. Pertama, ruang publik dapat dianggap sebagai suatu arena, hal tersebut berarti ruang tersebut menyediakan platform untuk komunikasi antar masyarakat yang berada di dalamnya. Kedua, ruang publik dapat diinterpretasikan sebagai publik itu sendiri. Hal tersebut berarti publik merupakan aktor penting dalam menjalankan demokrasi dari tingkat akar rumput. Ketiga adalah ruang publik merupakan agen. Hal tersebut memiliki arti bahwa ruang publik berperan sebagai elemen kunci dalam menghantarkan aspirasi dari tingkat dasar ke lapisan yang lebih rendah (Sholikin, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan ruang publik instagram terhadap respon Generasi-Z di Kota Salatiga dalam kontestasi Pilpres 2024, maka terdapat asumsi atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian yaitu suatu hipotesis sebagai berikut:

H0: Tidak ada pengaruh terkait instagram sebagai ruang publik terhadap respon Generasi-Z dalam kontestasi Pilpres 2024.

H1: Terdapat pengaruh terkait instagram sebagai ruang publik terhadap respon Generasi-Z dalam kontestasi Pilpres 2024.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ratna Yuniarti, Rizki Azizatul Safitri, dan Helmia Sofiana dengan judul Analisis Deskriptif Minat Generasi Milenial Pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Mahasiswa STIA Muhammadiyah Selong) menemukan hasil bahwa sebanyak 48% mahasiswa menyatakan bahwa berita politik tidak memiliki pengaruh dalam menggunakan hak pilihnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat memilih kaum pemilih milenial.

Penelitian yang dilakukan oleh Afindiary Novalinda Viani dengan judul Media Baru dan Partisipasi Politik (Pengaruh Twitter Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014) memiliki tujuan yaitu guna mengetahui pengaruh media sosial twitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja dalam Pilkada serentak 2015 dikalangan mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2014. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif terkait media twitter terhadap tingkat partisipasi politik remaja Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian dengan judul Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019 yang ditulis oleh Devianti Anggraini, Aang Wahyu Ariesta, A.G Eka Wenats Wuryanta menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap pengaruh penggunaan media instagram terhadap partisipasi politik pemula. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan sosial media Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula, dan mengetahui seberapa besar partisipasi politik pemilih pemula.

Penelitian yang ditulis oleh Al Musa Karim, Adi Wibawa, Puguh Toko Arisanto dengan judul Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019) memiliki tujuan untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang menarget kelompok usia Gen-Z

namun dalam situasi dan lokasi yang berbeda dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat sebagian kecil responden yang benar-benar memiliki pengetahuan yang baik terkait politik. Secara umum tingkat partisipasi politik para responden cenderung rendah meskipun tetap ada sebagian kecil yang tingkat partisipasi politiknya tinggi. Hal tersebut memiliki arti tetap terdapat sebagian kecil responden yang memiliki pengetahuan politik yang baik, tingkat partisipasi politik yang tinggi dan apatisme politik yang rendah. Temuan yang didapat dari survei awal dan wawancara mendalam pada penelitian tersebut memperlihatkan bahwa Generasi-Z di Kota Yogyakarta pada tahun 2019 telah memiliki pola politik partisipatif berupa: (1) mengikuti atau follow akun politisi dan partai politik, (2) memberikan respon terhadap konten politik di aplikasi Instagram, (3) responden tidak melakukan posting ulang konten politik di Instagram, (4) responden tidak memberikan komentar pada konten politik.

Penelitian dengan judul Partisipasi Politik Online Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019 yang ditulis oleh Heni Putri Yolanda dan Umar Halim menunjukkan hasil bahwa Generasi-Z lebih banyak melakukan partisipasi politik instrumental dan informative dibandingkan strategis. Tujuan penelitian ini adalah guna melihat sejauh mana partisipasi politik online di kalangan Generasi-Z.

2. METODE

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dengan jenis penelitian eksplanasi serta objek penelitian adalah Generasi-Z di Kota Salatiga. Dalam penelitian ini yang menjadi unit amatan adalah Generasi-Z yang berada di Kota Salatiga dan media Instagram, sedangkan unit analisa adalah pengaruh instagram sebagai ruang publik terhadap respon Generasi-Z dalam kontestasi Pilpres 2024 (studi pada Generasi-Z di Kota Salatiga). Penelitian akan dilakukan di Kota Salatiga dengan total populasi sebanyak 24.699 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive kuota random sampling*, dengan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d^2) + 1}$$

n = sampel minimum

N = sampel populasi

d² = presentase batas toleransi

Dengan taraf kesalahan sebesar 0,05 maka didapatkan sampel sebanyak 395 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner dengan mendistribusikan melalui media *Google Form*. Peneliti menggunakan teknik analisis data regresi sederhana karena pada variabel dependen hanya dipengaruhi oleh satu variabel independen serta melihat seberapa kuat hubungan antar dua variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh ruang publik instagram terhadap respon Generasi-Z di Kota Salatiga dalam kontestasi Pilpres 2024. Variabel dalam penelitian ini merupakan penggunaan ruang publik instagram sebagai variabel independen dan respon Generasi-Z yang merupakan variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh ruang publik instagram terhadap respon Generasi-Z di Kota Salatiga dalam kontestasi Pilpres 2024. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori ruang publik, yang berarti suatu ruang merupakan milik bersama dan semua orang memiliki hak

untuk berpendapat dan hak politik [15]. Untuk menganalisa apakah Generasi-Z di Kota Salatiga menggunakan instagram sebagai ruang publik terhadap responnya terkait kontestasi Pilpres 2024, sehingga analisa data dianalisis pada variabel instagram sebagai ruang publik (X) dengan variabel terhadap respon Generasi-Z (Y) dan menggunakan teknik regresi linier sederhana. Reponden didominasi dengan tingkat pendidikan paling tinggi adalah S1 dengan jumlah responden sebesar 79,5%. Hasil penelitian menyatakan bahwa 81,9% responden mengutarakan instagram berpengaruh terhadap hak pilih mereka pada kontestasi Pilpres 2024. Penelitian ini didominasi kaum perempuan yakni sebesar 67,5% disusul dengan laki-laki dengan presentase 32,5%. Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 24,1% Generasi-Z di Kota Salatiga dengan rentang usia rata-rata 21-25 tahun menyatakan bahwa mereka berinteraksi melalui kolom komentar dengan pengguna instagram lain terkait Pilpres 2024 dalam satu bulan terakhir. Hal tersebut memperkuat teori Habermas yang menyatakan bahwa ruang publik merupakan *cyberspace* atau wadah terjadinya suatu interaksi maya. Ia juga mengatakan bahwa terdapat dua jenis ruang publik politik yakni informal serta formal. Ruang publik informal adalah jaringan guna mengkomunikasikan informasi serta sudut pandang. Ruang publik politik informal memiliki sifat bebas dan spontan dan dapat membentuk opini publik. Dengan adanya media massa seperti instagram, hal tersebut memiliki peranan cukup penting dalam ruang publik terutama dalam model demokrasi. Instagram memiliki fungsi sebagai media yang menyalurkan komunikasi publik secara bebas dan spontan serta menjadi media komunikasi tak terbatas. Ruang publik politik formal yakni arena institusional yang dirancang secara detail guna mengambil keputusan. Institusi politik formal berupa kabinet, parlemen, dan partai politik. Penelitian ini mengacu pada ruang publik politik informal diperkuat dengan kebebasan berpendapat pada ruang media massa instagram.

Menurut Databoks, instagram menjadi media sosial urutan ke-5 yang paling kerap digunakan. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa 84,3% responden telah menggunakan instagram dengan rentan waktu lebih dari 5 tahun. Hasil penelitian menyatakan bahwa Generasi-Z di Kota Salatiga cukup aktif dalam merespon aktivitas politik atau Pilpres 2024 di instagram yaitu 55,4% dengan memberikan *like* pada unggahan Capres dan Cawapres. Begitupula sebesar 38,6% Generasi-Z di Kota Salatiga memberikan respon berupa komentar dukungan pada unggahan Capres dan Cawapres 2024 tertentu. Berdasarkan data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, didapat fakta bahwa sebanyak 65,1% menyatakan bahwa responden mencari perkembangan informasi mengenai Pilpres 2024 melalui media sosial instagram. Fakta tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Al Musa Karim, Adi Wibawa, Puguh Toko Arisanto dengan judul Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat Dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa responden juga mengikuti akun politisi dan partai politik. Postingan dari Capres dan Cawapres di media sosial instagram banyak sedikit membangun persepsi baru terhadap seluruh Capres dan Cawapres yang akan bertanding di Pilpres 2024 terutama ketika mereka mengunggah terkait visi dan misi. Hal tersebut pun sejalan dengan pemikiran Habermas yang menyatakan ruang publik akan merubah struktur masyarakat dan aktivitas politik yang sedang berjalan dapat dikontrol lewat pemikiran publik. Respon masyarakat tersebut menunjukkan adanya perubahan-perubahan dalam pemikiran mereka terhadap citra dari masing-masing Paslon. Maka, aktivitas politik tersebut sedikit banyak dikontrol melalui arena instagram oleh aktor itu sendiri. Berdasarkan data hasil output SPSS diperoleh hasil nilai F hitung diketahui 7,767 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi adanya pengaruh variabel instagram sebagai ruang publik (X) terhadap respon generasi-z (Y). Dari tabel model summary uji regresi linear sederhana dapat menjelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan R yaitu sebesar

0,296. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,087 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 8,7%.

Dari hasil olah regresi linear sederhana menyatakan bahwa adanya pengaruh antara variabel X (instagram sebagai ruang publik) dengan variabel Y (respon generasi-z). Hasil regresi tersebut menunjukkan bahwa instagram sebagai ruang publik berpengaruh terhadap respon generasi-z dalam kontestasi Pilpres 2024, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Menurut Jurgen Habermas, ruang publik merupakan suatu perspektif yang ditelaah dari sisi politik. Ruang publik menjadi suatu kondisi yang perlu ada dan diperluas dalam negara yang menerapkan sistem demokrasi, sebagai upaya untuk memastikan terwujudnya prinsip-prinsip yang terkandung dalam pelaksanaan pemerintahan yang demokratis. Menurutnya, melalui ruang publik maka aktivitas politik yang sedang berjalan dapat dikontrol melalui pemikiran khalayak publik. Habermas mengatakan bahwa arena untuk berpartisipasi dalam suatu demokratis politik adalah ruang publik. Ruang publik pada pesta demokrasi yang akan diselenggarakan pada bulan Februari 2024 mendatang adalah media sosial instagram. Instagram berperan sebagai arena bagi masyarakat dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi yang dianggap penting dalam ranah publik di masa Pilpres sekarang ini. Habermas mengibaratkan ruang publik sebagai “warung kopi” yang bermakna bahwa ketika siapapun telah berada di suatu ruang publik maka memiliki status yang setara layaknya di warung kopi. Habermas mengungkapkan bahwa ruang publik politik adalah momen yang demokratis dalam masyarakat modern sebagai fokus utama untuk upaya teoritis filosofinya. Kemajuan ruang publik menunjukkan suatu proses masyarakat menuju kepada kemampuan komunikasi bersama khususnya melalui media sosial instagram. Habermas menyatakan bahwa terdapat jenis ruang publik, yakni ruang publik politik. Ruang publik politik tidak hanya mempertontonkan keterbukaan ruang yang dapat diakses, tetapi memperlihatkan pula bagaimana struktur sosial masyarakat yang berubah.

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa suatu ruang publik dapat berpengaruh dalam sistem demokrasi suatu negara. Dengan melibatkan responden dalam pengisian kuesioner sebagai sumber informasi, sebanyak 81,9% mengatakan bahwa instagram berpengaruh pada hak pilih mereka. Pada data kualitatif yang ada pada kuesioner, terdapat beberapa alasan yang responden kemukakan terhadap pengaruh yang dirasakan dari ruang publik instagram terhadap hak pilih mereka. Diantaranya, instagram dapat mempengaruhi cara pandang responden dalam melihat berbagai perkembangan berita Pilpres, visi dan misi yang dikemukakan oleh Capres dan Cawapres di instagram. Hal tersebut selaras dengan teori Habermas yang mengatakan ruang publik dapat merubah struktur sosial masyarakat berubah. Habermas pun menekankan ruang publik politik menjadi suatu fokus utama dalam ranah politis demokratis. Dalam hal ini adanya media sosial instagram menjadi fokus utama arena ruang publik untuk Generasi-Z turut memandu jalannya pesta demokrasi mendatang. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari responden dengan mengatakan bahwa dengan adanya media sosial instagram dapat membantu dalam mendapat informasi terbaru terkait Pilpres 2024 serta memudahkan dalam menentukan memilih Capres dan Cawapres. Instagram dapat diibaratkan sebagai “warung kopi” seperti yang dikatakan Habermas. Hal tersebut diperkuat dengan adanya kebebasan berpendapat tanpa memandang status sosial ketika telah berada di suatu ruang publik yang sama.

Maka, dapat dikatakan bahwa instagram memiliki pengaruh sebagai wadah atau ruang publik dalam kontestasi Pilpres tahun 2024. Generasi *digital native* atau Generasi-Z menjadi kaum yang memiliki hak pilih yang cukup penting dalam pesta demokrasi. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) Generasi-Z di Kota Salatiga per-tahun 2024 sebanyak 19,62%. Angka tersebut tergolong cukup besar dalam kontestasi Pilpres mendatang dan akan berpengaruh pada tonggak demokrasi negara. Instagram juga menjadi suatu arena untuk menyampaikan dukungan dari kaum *digital native* kepada Capres dan Cawapres tertentu. Hal tersebut diperkuat dengan sebesar 38,6% Generasi-Z menyatakan bahwa mereka memberikan komentar dukungan untuk Capres dan Cawapres tertentu. Ruang publik

menjadi salah satu wadah yang sangat penting dalam demokrasi di suatu negara salah satunya seperti sekarang ini. Dari media tersebut, seseorang dapat menentukan arah pilihannya dan mempengaruhi pilihannya atas apa yang disajikan di media massa tersebut.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis data menggunakan SPSS didapat hasil bahwa variabel X (instagram sebagai ruang publik) berpengaruh pada variabel Y (respon Generasi-Z). Didapatkan hasil nilai F hitung diketahui 7,767 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,087 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 8,7%. Maka, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan temuan yang didapat sebanyak 81,9% dari 91,5% Generasi-Z di Kota Salatiga menyatakan bahwa instagram berpengaruh pada hak pilih mereka dalam kontestasi Pilpres tahun 2024. Instagram sebagai media dapat menjadi arena dalam kontestasi Pilpres 2024 dan mempengaruhi arah demokrasi di Indonesia. Melalui instagram, sebanyak 56,6% Generasi-Z mencari informasi terkait kegiatan terkini Capres dan Cawapres 2024 melalui media sosial instagram. Habermas menyatakan bahwa ruang publik politik dapat mempertontonkan suatu struktur sosial masyarakat berubah. Melalui era digital seperti sekarang ini, terlihat bahwa struktur sosial masyarakat cukup dinamis. Terlihat dari respon Generasi-Z dalam menyambut dan turut andil dalam pemilihan mendatang melalui media sosial Instagram. Kaum *digital native* merupakan kaum yang melek teknologi, oleh sebab itu struktur masyarakat dapat berubah kapan saja mengikuti perkembangan sekarang ini. Habermas pun menekankan bahwa ruang publik politik menjadi suatu fokus utama dalam ranah politis demokratis di suatu negara. Ruang publik dalam penelitian ini mengacu pada media sosial instagram. Melalui temuan yang didapat, instagram dapat dikatakan menjadi suatu arena yang berpengaruh pada ranah politis demokratis menjelang pesta demokrasi 2024. Sebagian besar Generasi-Z menyatakan bahwa melalui instagram, mereka dapat melihat berbagai perkembangan dan juga isu yang berkembang terkait Pilpres 2024. Habermas menekankan bahwa ruang publik memiliki peran yang berarti dalam proses demokrasi. Dalam ruang publik setiap individu dapat menyampaikan pendapat dan gagasannya tanpa memandang status. Menurutnya, dalam ruang publik akan terbentuk suatu rasionalitas komunikatif. Hal tersebut terlihat dari respon Generasi-Z dalam menanggapi berbagai perkembangan Pilpres 2024 di media sosial instagram. Terlihat terdapat komunikasi yang cukup berhasil dari berita yang berkembang di instagram. Respon Generasi-Z di Kota Salatiga dalam menanggapi hal tersebut salah satunya adalah mereka dapat dengan cepat merubah dukungan kepada Paslon tertentu oleh karena berbagai informasi yang tersebar di instagram. Dapat dikatakan berbagai respon tersebut merupakan suatu komunikasi yang berhasil dalam menarik suara Generasi-Z di Kota Salatiga melalui kampanye-kampanye di media sosial tersebut.

Penelitian yang berjudul Analisis Instagram Sebagai Ruang Publik Terhadap Respon Generasi-Z dalam Kontestasi Pilpres 2024 (Studi Pada Generasi-Z di Kota Salatiga) yang menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dikatakan berpengaruh pada pesta demokrasi tahun 2024. Hal tersebut terlihat dari temuan yang menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket/kuesiner sebesar 81,9% dari 91,5% Generasi-Z di Kota Salatiga menyatakan bahwa instagram berpengaruh pada hak pilih mereka dalam kontestasi Pilpres tahun 2024. Instagram sebagai media sosial cukup berpengaruh pada suatu proses demokrasi yang disebabkan oleh hak pilih Generasi-Z di Kota Salatiga. Sebagai kaum *digital native* mereka telah melek digital yang memungkinkan berbagai pola

pikir mereka berpengaruh pada pesta demokrasi tahun 2024. Ruang publik instagram menjadi suatu wadah dalam bertukar pikiran dan beradu gagasan tanpa adanya batasan status sosial. Generasi-Z di Kota Salatiga mengakui bahwa melalui instagram, mereka dapat melihat berbagai perkembangan dan juga isu yang berkembang terkait Pilpres 2024. Pada era digital seperti sekarang ini, ruang publik seperti instagram dapat menjadi suatu hal yang penting guna menentukan arah otonomi politik di Indonesia khususnya Pilpres 2024.

5.SARAN

1. Sosialisasi kampanye literasi digital kepada Generasi-Z yang dilakukan oleh Bawaslu atau KPU Kota Salatiga. Hal tersebut diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran terkait cara mengenali berita *hoax* atau palsu mengenai Pilpres 2024 di media sosial Instagram.
2. Pihak penyelenggara Pemilihan Presiden 2024 diharapkan dapat memfasilitasi dan mengawasi aktivitas kampanye politik di Instagram. Hal tersebut berarti pihak penyelenggara memberikan fasilitas untuk mewadahi pelaporan konten yang berpotensi melanggar etika kampanye di media sosial khususnya Instagram serta mengawasi potensi pelanggaran aturan dalam masa politik.
3. Peningkatan kewaspadaan terkait berita bohong yang tersebar di Instagram yang akan berpotensi memicu konflik perlu diperkuat oleh Generasi-Z

DAFTAR PUSTAKA

- [1].Age Groups and Sex in Salatiga Municipality. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Salatiga, 2021*. Badan Pusat Statistik Kota Salatiga.
- [2].Aji, P., Pratama, S., Yahya, A. K., Studi, P., & Komunikasi, I. (2023). *Dinamika Partisipasi Politik Kaum Muda Dalam Platform Media Sosial Instagram dan Youtube*. 2(1), 15–24.
- [3].Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384–393.
- [4].Anggraini, D., Ariesta, A. W., & Wuryanta, A. G. E. W. (2022). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden Ri 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.1-12>
- [5].El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.167-185>
- [6].Enam, J., Vol, B., & Partisipasi, P. (2008). *Jurnal Kajian Politik, dan Masalah Pembangunan*. 4(2).
- [7].Karim, A. M., Wibawa, A., & Arisanto, P. T. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat dan Pola Politik Partisipasi Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Alikasi Instagram Tahun 2019). *Paradigma Polistaat*, 3(2), 116–131. <https://doi.org/10.23969/paradigmapolistaat.v3i2.3093>
- [8].Noviyanti, Ubaidullah, & Ardiansyah. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pilpres 2019 di Kabupaten Aceh Utara (Studi Penelitian di Kecamatan Dewantara). *Jurnal ILMiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 6(2), 1–21.

- [9].Oktama Andriyendi, D., & Fitria Dewi, S. (2023). Media sosial dan pengaruhnya terhadap partisipasi politik pemilih pemula pada Pilkada. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 101(1), 2798–6020.
- [10].Prasetyo, A. G. (2012). Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jürgen Habermas tentang Ruang Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(2), 95–186.
- [11].Pratama, P., & Yahya, A. (2023). Dinamika Partisipasi Politik Kaum Muda Dalam Platform Media Sosial Instagram Danyoutube. *Sintesa*, 2(01), 15–24. <https://doi.org/10.30996/sintesa.v2i01.8465>
- [12].Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- [13].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>
- [14].Yuniarti, R., Safitri, R. A., & Sofiana, H. (2022). Analisis Deskriptif Minat Generasi Milenial Pada Pemilu 2024 (Studi Kasus Mahasiswa STIA Muhammadiyah Selong). *Jurnal Mentari Publika*, 2(2), 229–236.
- [15].Kominfo. (2014). *Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta*. <https://www.kominfo.go.id/>. https://www.kominfo.go.id/content/detail/3980/kemkominfo-pengguna-internet-di-indonesia-capai-82-jjuta/0/berita_satker
- [16].Sholikin, A. (2020). Cyberspace : Ruang Publik Baru bagi Aktivitas Politik Muhammadiyah. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 156. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1585>
- [17].Simarmata, S. (2014). Media Baru, Ruang Publik Baru, Dan Transformasi Komunikasi Politik Di Indonesia. *Jurnal InterAct*, 3(2), 18–36.
- [18].Supriadi, Y. (2017). Relasi Ruang Publik Dan Pers Menurut Habermas. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.12228>
- [19].Viani, A. N. (2017). Pengaruh Twitter Terhadap Tingkat Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014. 1–14.