

Generasi Z di Era Politik Digital: Bagaimana Media Sosial Membentuk Kecemasan Dan Antusiasme dalam Pilkada Bogor 2024

Dony Putro Herwanto¹⁾, Dwika Febrianti²⁾

Paramadina Graduate School of Communication-Politic, Ilmu Komunikasi, Universitas Paramadina,
Jl. Raya Mabes Hankam Kav 9, Setu, Kec. Cipayung, Jakarta Timur 13880, Indonesia
E-mail: dony.herwanto@students.paramadina.ac.id
E-mail Korespondensi: dwika.febrianti@students.paramadina.ac.id

Abstract: *With Generation Z's increasing reliance on digital platforms for information, social media has become an important battleground in shaping their political attitudes and behaviours. Political content that is freely spread on social media under the pretext of political education or personal branding, often influences anxiety which ultimately gives birth to apathy, although on the one hand, it can create high enthusiasm among Generation Z as novice voters in the democratic party. The purpose of the study was to determine the extent to which social media platforms affect the anxiety and enthusiasm of generation Z, and how interaction with political content on social media can affect generation Z's perceptions and attitudes towards elections. This research uses quantitative methods to collect data from 117 respondents from generation Z who are active on social media. The results show that political content disseminated through social media can increase anxiety among Generation Z, especially when the information received is negative or frightening. On the other hand, positive campaigns and calls to participate in elections through these platforms can increase their enthusiasm to vote. The conclusion of this study emphasises that social media has a significant impact in influencing Generation Z's political emotions.*

Keywords: *Social Media, First-Time Voters, Anxiety, Enthusiasm.*

Abstrak: Dengan meningkatnya ketergantungan Generasi Z pada platform digital untuk mendapatkan informasi, media sosial menjadi medan pertarungan yang penting dalam membentuk sikap dan perilaku politik mereka. Konten-konten politik yang tersebar bebas di media sosial dengan dalih pendidikan politik atau personal branding, kerap mempengaruhi kecemasan yang pada akhirnya melahirkan sikap apatis, meskipun di satu sisi, mampu menciptakan antusiasme yang tinggi di kalangan generasi Z sebagai pemilih pemula dalam pesta demokrasi. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui sejauhmana platform media sosial mempengaruhi kecemasan dan antusiasme generasi Z, dan bagaimana interaksi dengan konten politik di media sosial dapat mempengaruhi persepsi dan sikap generasi Z terhadap pemilu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data dari 117 pemilih dari generasi Z yang aktif di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten politik yang disebarluaskan melalui media sosial dapat meningkatkan kecemasan di kalangan Generasi Z, terutama ketika informasi yang diterima bersifat negatif atau menakutkan. Di sisi lain, kampanye positif dan ajakan untuk berpartisipasi dalam pemilu melalui platform ini dapat meningkatkan antusiasme mereka untuk memberikan suara. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi emosi politik Generasi Z.

Kata kunci: *Media Sosial, Pemilih Pemula, Kecemasan, Antusias.*

I. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi platform utama dalam kehidupan generasi muda, termasuk Generasi Z, yang lahir di era digital dan tumbuh bersama teknologi. Dalam konteks politik lokal, seperti Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Bogor 2024, media sosial berperan sebagai arena diskusi, propaganda, dan pembentukan opini publik. Bagi Generasi Z, yang dikenal memiliki pola konsumsi informasi yang cepat dan selektif, media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi politik, tetapi juga berpotensi memengaruhi emosi mereka,

seperti kecemasan terhadap hasil pilkada atau antusiasme untuk berpartisipasi.

Menurut data Indonesia Gen Z Report 2024, yang diterbitkan ION Research Institute dan Advisia, sebanyak 73% responden Gen Z menggunakan media sosial sebagai cara utama untuk mencari informasi, 19% menggunakan media digital lainnya, dan hanya 7% dan 1% menggunakan media konvensional seperti majalah, surat kabar, dan televisi (Muhammad, 2024). Ada ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial untuk mendapatkan

sumber informasi. Generasi Z mulai meninggalkan sumber informasi tradisional.

Menurut survei CSIS pada 2022, 93,5 persen anak muda terhubung dengan internet. Sebanyak 84,8 persen dari generasi muda terhubung atau memiliki akun Facebook, 74,9 persen terhubung dengan YouTube, 74,5 persen terhubung dengan Instagram, 56,0 persen terhubung dengan TikTok, dan 24,8 persen terhubung dengan Twitter. Riset ini mengindikasikan bahwa ruang digital memang menjadi bagian penting dari kehidupan generasi muda, terlebih Generasi Z.

Perkembangan media sosial di era globalisasi saat ini berkembang dengan cepat dan dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kehidupan politik (Postill, 2020). Dalam era globalisasi, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat, memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan berbagai perspektif politik dari seluruh dunia. Dengan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, media sosial memberikan platform bagi individu dan kelompok untuk menyuarakan pendapat mereka, mengorganisir gerakan sosial, dan memobilisasi dukungan untuk isu-isu tertentu, terlebih bagi Generasi Z yang pada perkembangannya, kerap terlibat aktif dalam gerakan-gerakan sosial melalui media sosial.

Lingkup pembicaraan mengenai politik digital bukan hanya tentang bagaimana kegiatan politik direplikasi secara daring, karena politik digital tidak hanya mendukung tindakan yang telah ditentukan melainkan membuka ruang tindakan baru (Coleman & Freelon, 2015). Meskipun membuka ruang baru untuk tindakan, politik digital juga menghadapi tantangan signifikan seperti penyebaran disinformasi dan polarisasi opini. Dengan akses informasi yang lebih luas, Generasi Z harus mampu memilah informasi yang kredibel dari yang tidak, sehingga literasi digital menjadi sangat penting.

Menurut Chadwick dan Howard dalam *Routledge Handbook of Internet Politics*, media sosial, atau internet, telah berkembang menjadi media yang membentuk sistem komunikasi politik masyarakat (Chadwick & Howard, 2009). Ada istilah *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana individu merasa tertekan

untuk selalu terhubung dan terinformasi dengan dunia di luar dirinya.

Dalam hal politik, FOMO mendorong generasi ini untuk berpartisipasi dalam politik dan diskusi agar tidak dianggap ketinggalan yang pada akhirnya menyebabkan kecemasan. Banyak dari mereka yang terpengaruh oleh opini publik tanpa memahami masalah secara mendalam, sehingga hal ini dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam pemilu, tetapi juga dapat menyebabkan keputusan yang kurang matang. Bahkan, kecemasan dan antusiasme memainkan peran penting yang berbeda dalam keputusan pemungutan suara (Marcus & Mackuen, 1993).

Kecemasan dan antusiasme generasi Z, memainkan peran penting dalam konteks Pilkada Bogor 2024. Menurut penelitian psikologi kognitif, peristiwa negatif meningkatkan perhatian dan reaksi emosional sangat penting untuk meningkatkan perhatian (Derryberry, 1991; Pratto & John, 1991). Emosi seperti kecemasan dan antusiasme dapat membantu orang memproses informasi dan terlibat dalam diskusi politik yang signifikan. Dalam pemilihan kepala daerah di Kota dan Kabupaten Bogor penyelenggara membuat lingkungan yang mendukung serta menyediakan edukasi politik yang cukup bagi generasi Z agar mereka dapat berpartisipasi secara aktif dan percaya diri dalam Pilkada Bogor 2024.

Di Pilkada Bogor 2024, media sosial menjadi ruang utama bagi Generasi Z untuk mendapatkan informasi politik, membangun opini, serta mengekspresikan kecemasan maupun antusiasme mereka terhadap proses demokrasi. Namun, masih belum banyak penelitian yang mengkaji secara spesifik bagaimana media sosial memengaruhi emosi politik Generasi Z dalam konteks pemilihan kepala daerah. Partisipasi pemilih menjadi bagian penting dari demokrasi. Keterlibatan masyarakat akan sehat ketika suara-suara tidak dibungkam. Pemilihan umum menjadi bukti bahwa demokrasi masih berjalan. Dalam pendekatan empirik, demokrasi menekankan bahwa demokrasi diterapkan dalam kehidupan politik sebagai rangkaian proses yang memungkinkan rakyat memilih (Setiawan, 2024).

Media sosial memungkinkan diskusi politik yang terbuka, tetapi juga memperkuat

polarisasi politik. Algoritma media sosial sering kali memperkuat "echo chambers," di mana pengguna hanya terpapar opini yang sejalan dengan pandangan mereka (Sunstein, 2017). Polarisasi ini dapat menimbulkan kecemasan karena Generasi Z merasa harus memilih sisi tertentu dan menghadapi tekanan sosial dalam menentukan pilihan politiknya. Generasi Z, yang lebih sensitif terhadap isu-isu sosial dan politik, lebih mudah terpapar pada polaritas yang terjadi di ruang digital, yang berkontribusi pada kecemasan mereka terhadap proses politik yang dianggap tidak transparan atau tidak dapat dipercaya.

Seperti yang dijelaskan oleh Boulianne (2015), media sosial menawarkan ruang baru untuk berdiskusi dan berpartisipasi dalam politik, sekaligus berpotensi memperburuk perasaan cemas atau antusias, tergantung pada jenis dan volume informasi yang mereka terima. Di satu sisi, antusiasme dapat tumbuh dari kampanye yang kreatif dan pesan yang positif, di sisi lain, kecemasan dapat muncul akibat informasi yang salah atau hoaks yang tersebar di platform-platform seperti Twitter dan Instagram (Tufekci, 2015). Penggunaan media sosial dalam politik dapat menciptakan "echo chambers", tempat di mana opini dan pandangan yang sejalan terus diperkuat, dan ini dapat memengaruhi sikap politik pemilih muda (Jamieson & Cappella, 2008).

Penelitian oleh Allcott & Gentzkow (2017) menunjukkan bahwa informasi palsu yang tersebar di media sosial dapat membentuk persepsi yang keliru dan meningkatkan ketidakpercayaan terhadap proses politik. Dalam konteks Pilkada Bogor 2024, media sosial memiliki peran besar dalam membentuk citra kandidat, strategi kampanye, hingga opini publik. Pemilih muda, yang lebih aktif di platform digital, dapat dengan mudah terpengaruh oleh narasi yang berkembang di media sosial, baik itu yang mengarah pada antusiasme ataupun kecemasan terhadap calon pemimpin dan hasil pemilu.

Fenomena kecemasan dan antusiasme di kalangan Generasi Z dalam menghadapi Pilkada Bogor 2024 mencerminkan dinamika politik digital yang semakin kompleks. Sebagai pemilih yang tumbuh dalam era informasi, Gen Z sangat terpapar berbagai isu politik melalui media sosial, yang berperan sebagai sumber utama informasi dan ruang diskusi mereka.

Antusiasme mereka terlihat dalam keterlibatan aktif di platform digital, seperti Instagram, TikTok, dan Twitter, di mana mereka mengikuti perkembangan politik, mendukung kandidat, hingga terlibat dalam debat daring. Namun, di sisi lain, eksposur yang tinggi terhadap informasi politik juga memunculkan kecemasan. Tekanan sosial dari komunitas digital mereka juga bisa membuat mereka takut salah memilih kandidat atau diserang secara digital jika mengungkapkan pandangan politiknya (Prensky, 2001).

Maraknya berita hoaks, polarisasi opini, serta tekanan sosial untuk menentukan pilihan yang "benar" menjadi faktor yang mempengaruhi mental dan keputusan politik mereka. Selain itu, ketidakpastian terhadap efektivitas suara mereka dalam menentukan masa depan juga menambah kecemasan yang mereka rasakan. Kombinasi antara antusiasme untuk berpartisipasi dan kecemasan terhadap konsekuensi pilihan politik menciptakan dinamika tersendiri dalam partisipasi politik Gen Z di Pilkada Bogor 2024, yang pada akhirnya akan berdampak pada pola pemilih dan tingkat partisipasi mereka dalam pemilu daerah tersebut.

Berdasarkan data yang dikeluarkan KPU Kota Bogor, dari 815.249 jumlah pemilih tetap, 16,83 % atau 137.211 jiwa diisi oleh Generasi Z yang berusia 17-24 tahun. Sementara itu, KPU Kabupaten Bogor merilis daftar pemilih tetap sebanyak 3.926.080 jiwa, dengan jumlah pemilih tetap dari Generasi Z sebanyak 746.019 jiwa. Totalnya, ada 883.230 jiwa pemilih saat Pilkada serentak di Bogor tahun 2024.

Terkait dengan tingkat partisipasi, KPU Kota Bogor dan KPU Kabupaten Bogor mengeluarkan rilis, tingkat partisipasi pemilih di Pilkada Kabupaten Bogor 2024 sebesar 58 persen. Sebanyak 1,6 juta warga Kabupaten Bogor tidak menggunakan hak pilihnya. Sementara itu, tingkat partisipasi di Kota Bogor sebesar 63 persen. Ada 290 ribu warga tidak menggunakan hak pilihnya dengan alasan beragam.

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran media sosial dalam membentuk persepsi politik Generasi Z terhadap Pilkada Bogor 2024?

2. Faktor apa saja yang menyebabkan kecemasan Generasi Z dalam menghadapi Pilkada Bogor 2024 melalui media sosial?
3. Bagaimana media sosial memicu antusiasme Generasi Z dalam berpartisipasi dalam Pilkada Bogor 2024?

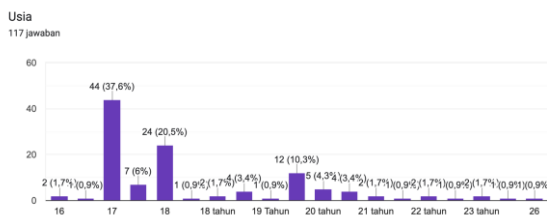
II. METODE PENELITIAN

Mengingat penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media sosial memengaruhi kecemasan dan antusiasme Generasi Z dalam konteks Pilkada Bogor 2024, metode yang sesuai adalah Kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009:14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Subjek penelitian berjumlah 117 responden. Kualifikasinya sebagai berikut:

1. Generasi Z di Bogor: Penelitian fokus pada Generasi Z (kelahiran sekitar 1997-2012) yang merupakan pemilih potensial atau pemilih aktif dalam Pilkada Bogor 2024.
2. Pengguna Aktif Media Sosial: Subjek adalah mereka yang aktif menggunakan media sosial, karena penelitian ini berfokus pada pengaruh media sosial terhadap emosi generasi Z.

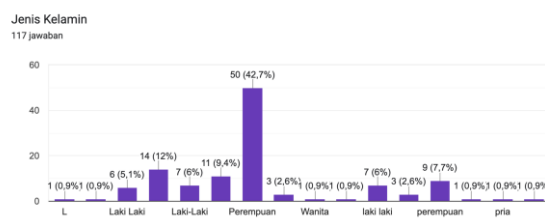
Penelitian atau penyebaran angket dimulai pada 3 Januari 2025 sampai 9 Januari 2025. Responden berasal dari Kota dan Kabupaten Bogor.



Gambar 1: Usia Responden
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Responden mayoritas berusia 17 tahun, atau dia yang baru kali pertama mengikuti

pemilu. Jumlahnya 44 responden. Responden yang berusia 18 tahun sebanyak 24 responden.



Gambar 2: Jenis Kelamin
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Dari 117 responden yang mengisi kuesioner, mayoritas gender perempuan, sebesar 62 responden. Sementara itu, dari gender laki-laki sebesar 55 responden.

Generasi Z adalah kelompok pemilih muda yang memiliki karakteristik unik dalam menghadapi pemilu, terutama di era digital. Media sosial menjadi sumber utama informasi politik mereka, sekaligus ruang yang membentuk persepsi, emosi, dan keterlibatan politik mereka. Dua respons emosional utama yang muncul dalam konteks pemilu bagi Generasi Z adalah kecemasan politik dan antusiasme politik. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang terpapar pada teknologi sejak usia dini dan dikenal dengan kecenderungannya untuk aktif dalam dunia digital, termasuk dalam hal partisipasi politik (Prensky, 2001).

A. Generasi Z & Politik Digital

Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen informasi tetapi juga produsen konten politik (melalui meme, video, dan thread Twitter/X). Mereka lebih aktif dalam diskusi politik di media sosial dibandingkan generasi sebelumnya (Tapscott, 2009).

Politik di era digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterlibatan politik dan pola pikir generasi Z. Tapscott (2009) menyatakan bahwa generasi Z dan internet mengubah demokrasi. Generasi Z secara aktif berpartisipasi dalam distribusi informasi, yang mencerminkan keterlibatan aktif mereka dalam berbagai aspek masyarakat, termasuk politik.

Sementara itu, sebagai *Digital Natives*, Gen Z mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi politik, bukan media tradisional. Mereka cenderung lebih cepat menyerap informasi yang berbentuk visual

(meme, infografis, video pendek) daripada teks panjang (Prensky, 2001). Menurut Prensky, Gen Z berisiko mengalami *information overload* karena eksposur tinggi terhadap berita politik di media sosial. Algoritma media sosial yang memperkuat *echo chambers* dapat menyebabkan kecemasan karena mereka terus-menerus terpapar debat politik yang intens atau bahkan hoaks.

B. Partisipasi Politik

Verba, Schlozman, dan Brady (1995) dalam *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics* menjelaskan bahwa partisipasi politik tidak terjadi secara acak, melainkan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sumber daya (*resources*), keterlibatan (*engagement*), dan rekrutmen (*recruitment*). Teori ini dikenal sebagai *Civic Voluntarism*, yang menekankan bahwa individu yang memiliki lebih banyak sumber daya seperti waktu, uang, dan keterampilan kognitif lebih cenderung aktif secara politik. Selain itu, keterlibatan politik seseorang juga dipengaruhi oleh tingkat minat terhadap isu-isu publik serta dorongan dari lingkungan sosial, termasuk organisasi dan media (Verba et al., 1995).

Dalam konteks Generasi Z dan Pilkada Bogor 2024, model ini dapat diterapkan dengan melihat bagaimana media sosial berperan sebagai salah satu mekanisme rekrutmen politik. Platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X menjadi ruang utama bagi Gen Z untuk mendapatkan informasi, mendiskusikan isu politik, serta membentuk opini publik. Namun, ketimpangan dalam akses informasi dan kemampuan menyaring berita di media sosial dapat menciptakan disparitas dalam partisipasi politik mereka.

Sebagaimana dinyatakan oleh Verba et al. (1995), "*Those who are active in politics tend to have more resources, more motivation, and more opportunities than those who are not*", mereka yang memiliki literasi digital lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dalam berpartisipasi dibandingkan dengan mereka yang mengalami kebingungan akibat disinformasi. Selain itu, media sosial juga berperan dalam membentuk kecemasan dan antusiasme politik di kalangan Gen Z. Informasi yang berlebihan, polarisasi politik, serta tekanan sosial dari komunitas digital dapat meningkatkan kecemasan mereka dalam menentukan pilihan. Di sisi lain, kampanye

politik berbasis digital yang interaktif dan dekat dengan gaya komunikasi Gen Z dapat meningkatkan antusiasme mereka untuk berpartisipasi dalam Pilkada.

C. Media Sosial & Efeknya terhadap Politik

Jürgen Habermas dalam *The Structural Transformation of the Public Sphere* (1989) menjelaskan bahwa ruang publik merupakan arena diskusi di mana individu dapat membahas isu-isu sosial dan politik secara rasional serta bebas dari dominasi negara dan kepentingan ekonomi. Pada awalnya, ruang publik berkembang dalam bentuk diskusi di kafe, surat kabar, dan forum intelektual, yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam demokrasi secara aktif. Namun, dengan berkembangnya media massa, ruang publik mengalami transformasi, di mana komunikasi politik semakin didominasi oleh kepentingan komersial dan negara, sehingga partisipasi warga menjadi lebih pasif (Habermas, 1989).

Media sosial berperan sebagai ruang publik digital yang memungkinkan pemilih pemula untuk mengakses informasi, berdiskusi, dan membentuk opini politik. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X telah menggantikan peran ruang publik tradisional dan menjadi platform utama bagi Gen Z dalam menavigasi isu-isu politik. Namun, sebagaimana dikemukakan Habermas, ruang publik yang terdigitalisasi juga menghadapi tantangan berupa komersialisasi dan manipulasi opini publik. Algoritma media sosial sering kali menciptakan *echo chambers* dan polarisasi politik, di mana informasi yang diterima pengguna cenderung mengonfirmasi pandangan yang sudah mereka miliki, bukan mendorong diskusi yang rasional dan beragam. Hal ini dapat menyebabkan kecemasan politik di kalangan Gen Z, terutama dalam menghadapi disinformasi dan tekanan sosial dalam menentukan pilihan politik.

Pariser (2011) menjelaskan bagaimana algoritma internet dan media sosial menciptakan lingkungan informasi yang semakin dipersonalisasi, di mana pengguna hanya disajikan konten yang sesuai dengan preferensi dan perilaku daring mereka. Fenomena ini disebut *filter bubble*, yaitu kondisi di mana individu terjebak dalam gelembung informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri tanpa terpapar

perspektif yang beragam. Pariser (2011) berargumen bahwa personalisasi algoritmik yang diterapkan oleh platform seperti Google, Facebook, dan Twitter menyebabkan masyarakat semakin sulit mendapatkan informasi yang objektif dan seimbang, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk berpikir kritis dalam isu-isu politik.

Di sisi lain, *filter bubble* juga dapat meningkatkan antusiasme politik, terutama jika individu terpapar konten yang bersifat kampanye atau propaganda yang mendukung calon tertentu. Algoritma media sosial cenderung mendorong konten yang memicu keterlibatan emosional, seperti video pendek yang menginspirasi, infografis politik, atau ajakan untuk berpartisipasi dalam gerakan sosial (Pariser, 2011).

Internet dianggap sebagai ruang yang membebaskan, memperluas akses informasi, memperkuat demokrasi, dan memungkinkan partisipasi politik yang lebih inklusif (Rheingold, dalam Widjanarko, 2005).

D. Anxiety dan Enthusiasm dalam Politik

Kecemasan pemilih memiliki peran penting dalam perilaku pemilih dan lanskap politik. Kecemasan, yang timbul akibat ancaman atau hal baru, mendorong individu untuk lebih memperhatikan kampanye politik dan informasi terkait kebijakan (Wagner, 2019). Ada beberapa poin utama mengenai kecemasan pemilih berdasarkan Marcus (1993):

1. Kecemasan sebagai Katalis Pembelajaran Politik: Kecemasan memotivasi warga untuk belajar tentang politik. Ancaman dapat menjadi pemicu bagi warga yang umumnya kurang memperhatikan masalah politik untuk mulai mencari informasi baru.
2. Pengaruh pada Pengambilan Keputusan: Kecemasan dapat menyebabkan pemilih mengesampingkan kebiasaan dan lebih fokus pada informasi yang relevan dengan kandidat. Pemilih yang merasa cemas cenderung tidak terpaku pada pilihan yang sudah ada dan lebih terbuka untuk mempertimbangkan informasi baru.
3. Peran yang Berbeda dengan Antusiasme: Kecemasan dan antusiasme memainkan peran yang berbeda dalam keputusan memilih. Antusiasme secara langsung memengaruhi preferensi kandidat, sementara kecemasan mendorong pemilih

untuk berhenti sejenak dan mempertimbangkan karakteristik kandidat atau informasi kampanye.

4. Dampak pada Partisipasi: Kampanye yang memicu kekhawatiran tentang keadaan saat ini lebih mungkin memotivasi orang untuk lebih memperhatikan urusan publik dan membuat keputusan yang rasional. Pemilih yang cemas cenderung lebih aktif mencari informasi dan terlibat dalam proses politik.
5. Kondisi yang Mempengaruhi Kecemasan: Situasi sosial, ekonomi, dan politik dapat memicu kecemasan pemilih. Misalnya, depresi ekonomi atau perang dapat meningkatkan kecemasan dan memotivasi perhatian politik.
6. Pengaruh pada Pemilih: Pemilih yang cemas cenderung mengabaikan pilihan partai mereka dan lebih bergantung pada reaksi emosional terhadap kandidat.

Sementara itu, antusiasme pemilih adalah faktor penting dalam kampanye politik dan perilaku pemilih. Antusiasme dapat memotivasi keterlibatan politik dan secara langsung memengaruhi preferensi kandidat (Marcus, 1993). Ada beberapa point penting mengenai antusiasme pemilih:

1. Stimulasi Keterlibatan Politik: Antusiasme yang dibangkitkan oleh pemimpin politik atau kandidat dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan politik warga. Ketika pemilih merespons seorang kandidat dengan antusiasme, mereka tidak hanya menunjukkan reaksi simpatik pasif, tetapi juga berbagi keyakinan dan komitmen terhadap tujuan bersama.
2. Pengaruh pada Preferensi Kandidat: Antusiasme secara langsung memengaruhi preferensi pemilih terhadap kandidat. Dalam pemilihan, antusiasme memainkan peran penting dalam membimbing pilihan suara.
3. Peran yang Berbeda dengan Kecemasan: Antusiasme dan kecemasan memainkan peran berbeda dalam keputusan memilih. Antusiasme secara langsung memengaruhi keputusan memilih, sementara kecemasan lebih berperan dalam mendorong pemilih untuk mempertimbangkan informasi dan mengurangi ketergantungan pada kebiasaan memilih.
4. Keterlibatan Aktif: Alih-alih berhenti, melihat, dan mendengarkan, pemilih yang

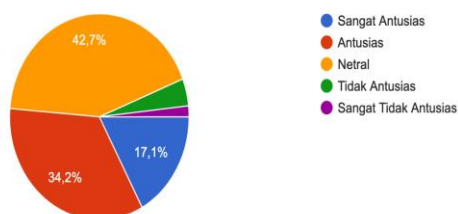
antusias terlibat langsung dalam perjuangan politik. Mereka melemparkan diri ke dalam tujuan atau kandidat yang mereka dukung.

5. Penguatan Motivasi: Sistem pendekatan perilaku menghasilkan suasana hati antusias atau gembira ketika tugas pribadi dan aktivitas sosial berhasil, dan suasana hati melankolis atau depresi ketika mengalami kegagalan. Variasi suasana hati yang dihasilkan oleh sistem pendekatan perilaku memberikan penanda penting untuk memperkuat atau menggoyahkan motivasi.
6. Pengaruh pada Kampanye: Kandidat harus membangkitkan antusiasme bagi diri mereka sendiri di antara para pemilih untuk mendapatkan dukungan mereka dan menciptakan minat aktif dalam pemilihan. Kampanye yang menekankan tujuan visioner atau pencapaian kandidat dapat membangkitkan keterlibatan warga tanpa beban pilihan yang sulit.
7. Ketergantungan pada Pilihan yang Ada: Tanpa adanya kecemasan, pemilih dengan aman bergantung pada disposisi partisan yang sudah ada sebelumnya dan antusiasme yang lebih besar yang dihasilkan oleh kandidat yang disukai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan, berikut adalah beberapa temuan utama terkait peran media sosial dalam membentuk antusiasme dan kecemasan pemilih pemula di Pilkada Bogor 2024.

Seberapa antusias Anda untuk berpartisipasi dalam Pilkada 2024
117 jawaban

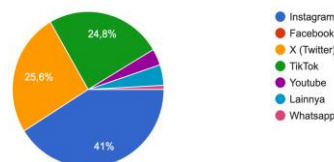


Gambar 3: Angket Tentang Antusiasme
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Sebagian besar Gen Z berada pada spektrum antara *netral* hingga *antusias* dalam Pilkada Bogor 2024. Hanya sedikit yang benar-

benar tidak antusias. Ini menunjukkan bahwa Pilkada belum sepenuhnya menarik perhatian semua anggota Generasi Z. Jika dilihat dari gambar di atas, responden yang antusias mengikuti Pilkada Bogor 2024 sebesar 34,2%. 17,1 % sangat antusias. dan 42,7 % netral.

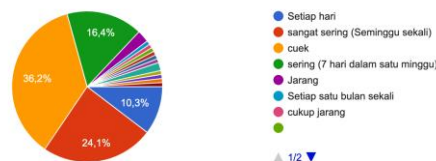
platform media sosial apa yang kerang anda gunakan untuk mencari informasi tentang pilkada?
117 jawaban



Gambar 4: Platform Media Sosial
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Dari 117 responden yang tersebar di Kota dan Kabupaten Bogor, Instagram (41%) menjadi platform media sosial yang paling sering digunakan untuk mencari informasi tentang Pilkada 2024, lalu Instagram adalah platform berbasis visual, yang memungkinkan konten politik, seperti foto calon, video kampanye, infografis, dan meme, disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna. Konten visual juga lebih mudah dibagikan, yang memperluas jangkauan informasi. Selain itu, Instagram memiliki fitur yang mendorong interaksi langsung, seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab (Q&A) yang memungkinkan pengguna untuk terlibat secara aktif. Fitur Stories dan Reels memungkinkan konten terbaru dan langsung dapat diakses oleh audiens. Melalui penggunaan hashtag yang relevan, informasi seputar Pilkada dapat dengan cepat viral. Hashtag ini membuat konten lebih mudah ditemukan dan mengikuti tren percakapan terkait Pilkada di daerah tersebut. Platform X (25,6%), dan TikTok sebesar 24,8 % menempati urutan kedua dan ketiga secara berurutan.

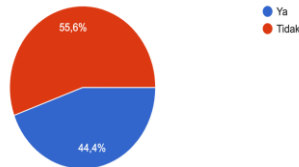
Seberapa sering Anda mengakses konten politik di media sosial?
116 jawaban



Gambar 5: Akses Konten Politik
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Yang cukup mencengangkan, sebanyak 36,2 % responden begitu cuek dengan konten politik di media sosial. Sebanyak 24,1 % responden sangat sering mengakses konten politik di media sosial untuk mencari tahu profil dan visi misi calon kepala daerah.

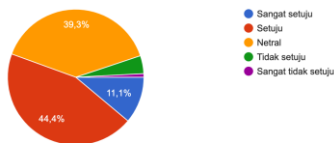
Apakah Anda mengikuti akun atau halaman media sosial yang berkaitan dengan pemilu atau politik?
117 jawaban



Gambar 6: Pertanyaan Tentang Akun Politik di Medsos yang Diikuti Responden
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Sementara itu, dari 117 responden yang ditanya terkait informasi pemilihan umum atau partai politik, 55,6 % menjawab tidak mengikuti akun KPUD Kota atau Kabupaten Bogor dan sejumlah partai politik peserta pemilu 2024. Hanya 44,4 % responden generasi Z yang mengikuti akun media sosial penyelenggara pemilu dan partai politik.

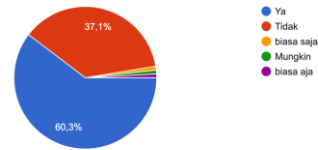
Apakah Anda merasa bahwa kampanye politik di media sosial meningkatkan keinginan Anda untuk memberikan suara?
117 jawaban



Gambar 7: Antusiasme Ikut Pemilu Dari Medsos
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Kampanye politik di media sosial yang dilakukan pasangan kepala daerah di Kota dan Kabupaten Bogor terbilang berhasil meningkatkan antusiasme pemilih pemula dari kelompok generasi Z. Terbukti, sebanyak 44,4 % memilih setuju. dan sebanyak 39,3 % responden memilih netral.

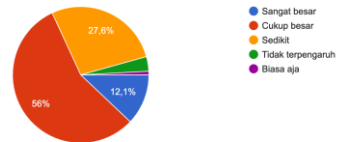
Apakah informasi yang Anda temukan di media sosial meningkatkan ketertarikan Anda untuk mengikuti Pilkada Bogor 2024?
116 jawaban



Gambar 8: Antusiasme Akibat dari Informasi Medsos
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Dari 116 responden yang menjawab pertanyaan tentang antusiasme mengikuti Pilkada Bogor 2024, sebanyak 60,3 % menjawab antusias. Ini menandakan bahwa media sosial benar-benar menjadi sumber rujukan atau preferensi bagi pemilih dari generasi Z.

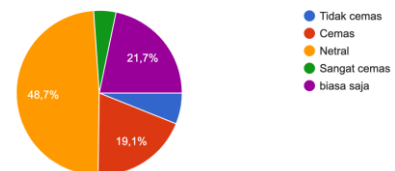
Seberapa besar peran media sosial dalam meningkatkan semangat Anda untuk menggunakan hak pilih?
116 jawaban



Gambar 9: Peran Media Sosial
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Media sosial juga memiliki kontribusi besar terhadap penggunaan hak pilih generasi Z sebagai pemilik suara untuk datang ke tempat pemungutan suara. sebanyak 56 % responden mengaku bahwa media sosial cukup besar pengaruhnya. Meski begitu, sebanyak 27,6 % menjawab sedikit kontribusi media sosial mendorong antusiasme pemilih pemula.

Seberapa besar kecemasan yang Anda rasakan menjelang pilkada 2024
115 jawaban



Gambar 10: Kecemasan
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Terkait kecemasan generasi Z dalam mengikuti Pilkada Bogor 2024 lalu, sebanyak 48,7 % dari 115 responden menjawab netral,

dan 19,1 % responden merasa cemas dengan Pilkada Bogor 2024. Artinya, narasi yang dibangun para kandidat dapat menyebabkan kecemasan di kalangan generasi Z.

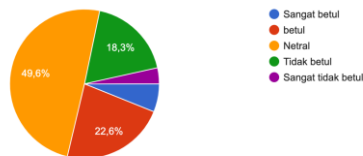
115 jawaban



Gambar 11: Penyebab Kecemasan
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Yang menjadi penyebab utama kecemasan responden adalah isu politik yang digunakan pasangan calon kepala daerah di Kota dan Kabupaten Bogor. Isu politik yang digunakan pasangan calon kepala daerah dipilih sebanyak 42,6 % responden. Dan sebanyak 29,6 % menyatakan bahwa berita negatif menjadi sumber utama kecemasan.

115 jawaban



Gambar 12: Medsos Sebagai Sumber Kecemasan
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Ketika diberikan pertanyaan tentang seberapa besar pengaruh media sosial dalam membentuk kecemasan, sebanyak 22,6 % reponden menjawab terpengaruh dengan media sosial. Dan 49,6 % responden menjawab netral. Meski terbilang kecil, dampak buruk media sosial tidak bisa dibiarkan.

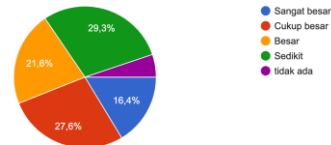
115 jawaban



Gambar 13: Pengaruh Berita Palsu
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Dari 115 responden yang menjawab pertanyaan tentang paparan berita palsu dan informasi negatif di media sosial, sebanyak 48,7 % menjawab pernah terpengaruh dan mengakibatkan kecemasan.

116 jawaban



Gambar 14: Ketakutan Memilih Kepala Daerah
Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Ketakutan generasi Z memilih kepala daerah yang tidak sesuai harapan juga tak bisa dipisahkan dari *anxiety* dan *enthusiasm*. Sebanyak 27,6 % merasa ketakutannya cukup besar. Dan sebanyak 29,3 % memilih bahwa rasa takut tak berpengaruh untuk memilih kepala daerah yang tidak sesuai harapan.

IV. SIMPULAN

Meskipun media sosial memang memiliki peran besar dalam membentuk antusiasme pemilih Gen Z, perbedaan tingkat antusiasme ini dipengaruhi oleh beberapa variabel. Sebagian Gen Z yang aktif di media sosial cenderung lebih antusias dan terlibat dalam percakapan politik, terutama yang berkaitan dengan isu-isu lokal dan kandidat yang mereka dukung. Namun, kelompok lainnya mungkin menunjukkan sikap lebih netral atau apatis. Sikap ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketidaktertarikan pada politik, kebingungan terhadap sistem politik yang kompleks, atau perasaan bahwa partisipasi mereka tidak akan membuat perubahan signifikan. Oleh karena itu, meskipun media sosial bisa menggerakkan massa, dampaknya tidak merata di seluruh populasi Gen Z.

Media sosial memang memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi hal ini sering kali disertai dengan ketidakpastian dan ketidaktepatan informasi. Berita palsu (hoaks) dan opini yang tidak terverifikasi bisa tersebar dengan sangat cepat. Sebagian besar Gen Z yang terpapar informasi tersebut mungkin merasa kebingungan dan bahkan cemas dalam

menentukan pilihan mereka. Ketidakpastian ini diperburuk oleh sifat media sosial yang mengedepankan konten yang sensasional dan memicu emosi, yang bisa menambah kecemasan. Informasi yang tidak jelas atau bertentangan bisa membuat pemilih merasa terjebak dalam dilema, di mana mereka tidak tahu siapa yang benar-benar pantas dipilih, atau mereka takut salah memilih dan membuat keputusan yang berdampak buruk di masa depan.

Bagi pemilih pemula yang tidak memiliki banyak pengetahuan politik, ketakutan akan membuat keputusan yang salah dapat merembet ke tingkat kecemasan yang lebih tinggi. Media sosial tidak hanya menyebarkan informasi yang membuat bingung, tetapi juga memperlihatkan tekanan sosial yang mungkin datang dari teman sebaya atau influencer yang memiliki pandangan politik kuat. Pemilih muda yang merasa terisolasi dalam pandangannya atau tidak cukup tahu bagaimana cara mengevaluasi kandidat bisa merasakan ketidakpercayaan diri yang lebih besar. Ini bisa mengarah pada keputusan untuk tidak memilih sama sekali atau memilih dengan cara yang sangat terpengaruh oleh kelompok yang mereka ikuti di media sosial.

Rekomendasi yang ditawarkan adalah membuka ruang bagi Gen Z untuk berdiskusi secara terbuka mengenai pilihan politik mereka tanpa takut dihakimi atau dibuli. Platform diskusi di media sosial atau forum-forum khusus bisa membantu mereka mengeksplorasi pandangan yang berbeda, memperkuat proses pengambilan keputusan, serta memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih sehat. Selain itu, platform media sosial harus bekerja sama dengan pemerintah, organisasi independen, dan lembaga pendidikan untuk menyediakan sumber informasi yang terverifikasi mengenai Pilkada. Penyediaan konten berupa fakta, klarifikasi mengenai kebijakan, dan informasi pemilu yang jelas dapat membantu Gen Z membuat keputusan politik yang lebih terinformasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Boulianne, S. (2015). *Social media use and participation: A meta-analysis of current research*. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Chadwick, A., & Howard, P. N. (2009). *Routledge handbook of Internet politics*. Routledge London.
- Coleman, S., & Freelon, D. (2015). Introduction: conceptualizing digital politics. In *Handbook of digital politics*. Edward Elgar Publishing.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Kurniawan, M.R. (2023), "Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024," *Innovative: Journal of Social Science Research* 3, no. 6: 1375–90.
- Muhammad, N. (2024). *Media Sosial Jadi Sumber Utama Gen Z dalam Mengakses Berita*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/09/media-sosial-jadi-sumber-utama-gen-z-dalam-mengakses-berita>.
- Marcus, G. E., & Mackuen, M. B. (1993). *Anxiety, Enthusiasm, and the Vote: The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement During Presidential Campaigns*. *The American Political Science Review*, 87(3), 672–685. <https://doi.org/10.2307/2938743>.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.
- Postill, J. (2020). Digital politics and political engagement. In *Digital anthropology* (pp. 165-184). Routledge.
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. *On the Horizon*, 9 (5), 1-6.
- Setiawan, TB. M., Dian, H., Djafar (2024) "Partisipasi Politik Pemilih Muda Dalam Pelaksanaan," *Populis* 8, no. 2: 201–13.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RAD*. Bandung. Alfabeta.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the Net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- Tufekci, Z. (2015). *Online social networks and political participation: A literature review*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 172-184.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. (1995). *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Wagner, M., & Morisi, D. (2019). *Anxiety, Fear, and Political Decision Making*. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*.
- Widjanarko, P. (2005). *Mapping Notions of Cyberspace: Optimism, Skepticism, and the Issues of Identity and Spirituality* [Master's thesis, Ohio University]