

Konstruksi Narasi Politik Generasi Z di Tiktok: Studi Praktik Komunikasi Digital Pemilih Muda Pasca Pemilu 2024

Levi Mubarok

Fakultas Falsafah & Peradaban, Komunikasi Politik, Universitas Paramadina, Indonesia,

*Corresponding Author e-mail: levi.mubarok@students.paramadina.ac.id

Abstract: The transformation of Indonesia's political communication landscape post-2024 elections demonstrates significant phenomena regarding Generation Z's involvement in constructing political narratives through the TikTok platform. Generation Z, representing 60 percent of Indonesian voters, has changed the paradigm of political participation by utilizing social media as a strategic arena for shaping political discourse. This research aims to analyze the process of Generation Z's political narrative construction on TikTok post-2024 elections, explore digital communication practices in producing, distributing, and consuming political content, and understand the mechanisms of political identity negotiation through platform features and participatory culture. The research employs a qualitative approach with a library research method analyzing reputable academic literature from 2020-2025 through qualitative content analysis techniques with stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Research findings reveal that Generation Z's political narrative construction is characterized by the use of inclusive language styles, creative visual-multimodal elements, and content orientation that shifts from electoral campaigns toward critical evaluation and deliberative participation. Digital communication practices include authentic visual-based content production, distribution through platform algorithmic logic, and consumption with critical interpretation influenced by media literacy. Political identity negotiation occurs in digital liminality spaces through the utilization of interactive features such as duets, stitches, and hashtag challenges, while facing challenges of disinformation, discourse polarization, and algorithmic bias. The research recommends developing comprehensive digital political literacy programs, adopting authentic communication strategies by political actors, increasing platform algorithmic transparency, and conducting further research to explore the long-term dynamics of digital political narrative construction and its impact on the quality of Indonesia's deliberative democracy.

Keywords: Digital Communication, Generation Z, Political Narrative Construction, Political Participation, TikTok

Abstrak: Transformasi lanskap komunikasi politik Indonesia pasca Pemilu 2024 menunjukkan fenomena signifikan terkait keterlibatan Generasi Z dalam konstruksi narasi politik melalui platform TikTok. Generasi Z yang merepresentasikan 60 persen pemilih Indonesia telah mengubah paradigma partisipasi politik dengan memanfaatkan media sosial sebagai arena strategis pembentukan wacana politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok pasca Pemilu 2024, mengeksplorasi praktik komunikasi digital dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten politik, serta memahami mekanisme negosiasi identitas politik melalui fitur-fitur platform dan kultur partisipatif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan yang menganalisis literatur akademik bereputasi periode 2020-2025 melalui teknik analisis konten kualitatif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa konstruksi narasi politik Generasi Z dicirikan oleh penggunaan gaya bahasa inklusif, elemen visual-multimodal kreatif, dan orientasi konten yang bergeser dari kampanye elektoral menuju evaluasi kritis serta partisipasi deliberatif. Praktik komunikasi digital mencakup produksi konten autentik berbasis visual, distribusi melalui logika algoritma platform, dan konsumsi dengan interpretasi kritis yang dipengaruhi literasi media. Negosiasi identitas politik terjadi dalam ruang liminality digital melalui pemanfaatan fitur interaktif seperti duet, stitch, dan hashtag challenge, sambil menghadapi tantangan disinformasi, polarisasi wacana, dan bias algoritma. Penelitian merekomendasikan pengembangan program literasi politik digital komprehensif, adopsi strategi komunikasi autentik oleh aktor politik, peningkatan transparansi algoritma platform, serta penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi dinamika jangka panjang konstruksi narasi politik digital dan dampaknya terhadap kualitas demokrasi deliberatif Indonesia.

Kata Kunci: Generasi Z, Komunikasi Digital, Konstruksi Narasi Politik, Partisipasi Politik, TikTok

Pendahuluan

Transformasi lanskap komunikasi politik Indonesia pasca Pemilu 2024 menunjukkan fenomena signifikan terkait keterlibatan pemilih muda dalam wacana politik digital. Generasi Z, yang merepresentasikan 60 persen dari total pemilih Indonesia, telah mengubah paradigma partisipasi politik melalui pemanfaatan platform media sosial, khususnya TikTok (Marlina & Hakim, 2025). Platform berbasis video pendek ini mencatat 107,7 juta pengguna aktif di



This is an open-access article under the CC-BY-SA License. Copyright 2025 @author (s)

4466

Indonesia pada awal tahun 2025, dengan lebih dari 50 persen pengguna berusia antara 18-40 tahun yang secara demografis selaras dengan komposisi pemilih Generasi Z (Jalli et al., 2025). Fenomena ini mengindikasikan bahwa TikTok telah berevolusi menjadi arena strategis pembentukan narasi politik yang mempengaruhi preferensi dan perilaku politik pemilih muda. Penelitian (Venus et al., 2025) menegaskan bahwa eksposur terhadap konten politik digital di media sosial seperti Instagram dan TikTok secara signifikan meningkatkan partisipasi politik Generasi Z melalui mediasi *political interest* dan *political efficacy*. Studi (Dewi, 2025) menemukan bahwa Generasi Z di Jawa Barat menunjukkan preferensi kuat terhadap konsumsi informasi politik melalui platform digital dibandingkan media konvensional, dengan TikTok menjadi sumber utama yang diakses dalam aktivitas digital harian mereka. Temuan empiris ini menggarisbawahi pergeseran fundamental dalam ekosistem informasi politik, di mana konten politik terintegrasi secara organik dalam aliran konten digital sehari-hari yang bersifat informal dan menghibur (Feibriandy et al., 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah mengeksplorasi peran media sosial dalam komunikasi politik, terdapat kesenjangan signifikan dalam pemahaman mendalam mengenai bagaimana Generasi Z secara aktif mengkonstruksi narasi politik mereka di TikTok, khususnya dalam konteks pasca-Pemilu 2024 Indonesia. Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada efektivitas kampanye politik digital dan dampak media sosial terhadap partisipasi pemilih, namun belum mengeksplorasi secara komprehensif proses konstruksi narasi yang dilakukan oleh pemilih muda sebagai produsen aktif konten politik digital (Dewi, 2025; Marlina & Hakim, 2025). Studi (Ida et al., 2025) menunjukkan bahwa meskipun jejaring sosial berkontribusi terhadap partisipasi politik pemuda Indonesia, mekanisme spesifik bagaimana pemilih muda mengonstruksi makna politik melalui praktik komunikasi digital mereka masih memerlukan elaborasi lebih lanjut. Mayoritas penelitian eksisting menganalisis konten politik dari perspektif *top-down*, yakni bagaimana kandidat dan partai politik menggunakan TikTok untuk kampanye, sementara perspektif *bottom-up* yang mengkaji praktik komunikasi digital pemilih muda masih terbatas (Lorentz et al., 2025). Penelitian (Tiidenberg et al., 2024) menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai pembentuk, fasilitator, sekaligus hambatan dalam partisipasi politik pemuda, yang mengindikasikan kompleksitas peran platform digital yang memerlukan analisis kontekstual spesifik dalam lanskap politik Indonesia.

Novelty penelitian ini terletak pada pendekatan komprehensif untuk memahami konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok melalui lensa praktik komunikasi digital yang mengintegrasikan aspek produksi, distribusi, dan konsumsi konten politik. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada efektivitas kampanye atau pengaruh media sosial terhadap perilaku pemilih, studi ini mengeksplorasi bagaimana pemilih muda secara aktif mengkonstruksi identitas politik dan menegosiasikan makna politik melalui fitur-fitur spesifik TikTok. Penelitian ini juga mengisi kekosongan literatur dengan menganalisis fenomena pasca-elektoral, di mana pemilih muda terus terlibat dalam diskusi dan konstruksi narasi politik setelah Pemilu 2024. Dengan menggabungkan perspektif teoretis komunikasi politik digital dan pendekatan empiris yang mengeksplorasi pengalaman langsung Generasi Z, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman holistik tentang bagaimana generasi digital *native* membentuk lanskap politik kontemporer Indonesia melalui praktik komunikasi digital mereka di TikTok.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana Generasi Z mengkonstruksi narasi politik di platform TikTok pasca Pemilu 2024?, (2) Bagaimana praktik komunikasi digital Generasi Z dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten politik di TikTok?, dan (3) Bagaimana pemilih muda menegosiasikan identitas politik mereka melalui interaksi dengan fitur-fitur TikTok dan kultur partisipatif platform?. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis proses konstruksi narasi politik yang dilakukan oleh Generasi Z di platform

TikTok dalam konteks pasca Pemilu 2024, (2) Mengeksplorasi praktik komunikasi digital pemilih muda dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi konten politik di TikTok, dan (3) Memahami mekanisme negosiasi identitas politik Generasi Z melalui interaksi dengan fitur-fitur spesifik TikTok dan kultur partisipatif yang terbentuk dalam platform.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur komunikasi politik digital, khususnya dalam konteks partisipasi politik Generasi Z di Indonesia melalui pemahaman mendalam tentang konstruksi narasi politik di era platform media sosial. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi praktisi komunikasi politik, partai politik, dan organisasi masyarakat sipil dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk melibatkan pemilih muda. Bagi pengambil kebijakan, penelitian ini menyediakan wawasan penting untuk mengembangkan kebijakan literasi digital dan pendidikan politik yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi Generasi Z. Lebih lanjut, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan pemahaman tentang demokrasi digital Indonesia dengan mengeksplorasi bagaimana ruang publik digital seperti TikTok membentuk diskursus politik kontemporer dan partisipasi demokratis generasi muda.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*) yang menekankan pada penelaahan dan analisis mendalam terhadap berbagai literatur akademik yang relevan dengan konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan mengungkap fenomena sosial secara holistik-kontekstual dengan mengeksplorasi makna, proses, dan pola komunikasi digital dalam konteks praktik politik pemilih muda tanpa menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi data (Adlini et al., 2022). Studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk mengonstruksi kerangka konseptual komprehensif melalui sintesis teoritis dan empiris dari berbagai sumber sekunder yang telah dipublikasikan, sehingga menghasilkan pemahaman teoretis yang kaya tentang fenomena yang dikaji. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari literatur sekunder yang mencakup jurnal ilmiah nasional dan internasional bereputasi, buku akademik, artikel prosiding konferensi, dan publikasi riset yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020 hingga 2025. Pembatasan rentang waktu publikasi dimaksudkan untuk memastikan relevansi dan aktualitas literatur dengan perkembangan terkini dalam komunikasi politik digital, dinamika media sosial, dan karakteristik perilaku politik Generasi Z di era kontemporer. Kriteria seleksi literatur meliputi relevansi tematik dengan konstruksi narasi politik, praktik komunikasi digital, penggunaan TikTok sebagai platform politik, dan keterlibatan Generasi Z dalam wacana politik, khususnya dalam konteks Indonesia dan kawasan global yang memiliki karakteristik serupa. Pencarian literatur dilakukan melalui basis data akademik seperti Google Scholar, DOAJ, Portal Garuda, Scopus, dan repositori institusi pendidikan tinggi dengan menggunakan kata kunci kombinasi seperti "*political narrative construction*", "*digital political communication*", "*Generation Z*", "*TikTok*", "*youth political participation*", dan "*social media*".

Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui kajian dokumentasi sistematis dengan membaca secara komprehensif, mencatat gagasan utama, dan mengidentifikasi konsep-konsep teoretis serta temuan empiris yang relevan dari setiap literatur yang telah terseleksi. Proses ini melibatkan identifikasi tema-tema sentral, pola-pola teoretis, dan argumen-argumen kunci yang berkaitan dengan variabel penelitian, yakni konstruksi narasi politik, praktik komunikasi digital, dan karakteristik pemilih muda Generasi Z di platform TikTok. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif-analitis dengan teknik analisis konten kualitatif yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Lim, 2025). Reduksi data dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengekstrak informasi esensial dari literatur yang dikaji, kemudian mengelompokkannya berdasarkan kategori tematik yang sesuai

dengan rumusan masalah penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menyusun sintesis naratif yang mengintegrasikan berbagai perspektif teoretis dan temuan empiris untuk membangun pemahaman komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi kritis terhadap pola-pola teoretis dan empiris yang muncul dari analisis literatur, mengidentifikasi implikasi teoretis, serta merumuskan proposisi konseptual tentang konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok dalam konteks pasca-Pemilu 2024 Indonesia. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber dengan menggunakan beragam literatur dari berbagai perspektif teoretis dan konteks geografis, serta melalui proses verifikasi konsistensi argumen dan temuan di antara literatur yang dikaji untuk memastikan kredibilitas dan *trustworthiness* hasil penelitian.

Hasil Dan Pembahasan

Konstruksi Narasi Politik Generasi Z di Platform TikTok Pasca Pemilu 2024

1) Pola Narasi Politik yang Dikonstruksi oleh Generasi Z

Konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok pasca Pemilu 2024 menunjukkan transformasi signifikan dalam cara pemilih muda mengekspresikan pandangan politiknya melalui medium digital yang interaktif dan partisipatif. (Anggraini et al., 2025) mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi politik di era digital memerlukan pendekatan yang adaptif, kreatif, dan mampu membangun kedekatan emosional dengan target audiens, khususnya generasi muda. Pola narasi yang dikonstruksi oleh Generasi Z cenderung menggunakan gaya bahasa inklusif dan simbol-simbol nasionalisme yang dikemas dalam format pendek namun padat makna. (Putri Mahardika et al., 2025) menegaskan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik sebagai *digital natives* yang kritis terhadap informasi dan menghargai autentisitas dalam setiap narasi politik yang mereka konsumsi maupun produksi. (Vera Hermawan, 2025) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi kanal utama bagi aktor politik untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan memobilisasi dukungan, dimana Generasi Z berperan aktif dalam merespons dan merekonstruksi narasi-narasi tersebut. Dalam konteks pasca-elekitoral, narasi politik yang dibangun tidak lagi terpusat pada kampanye elektoral semata, melainkan berkembang menjadi diskursus kritis terhadap janji politik, evaluasi kinerja pemerintahan, dan artikulasi aspirasi generasi muda. (Mudjiyanto et al., 2020) mengungkapkan bahwa narasi digital dalam kontestasi politik Indonesia direkayasa, disebarluaskan, dan dikonsumsi oleh publik melalui mekanisme algoritma yang membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku pemilih. Pola narasi yang muncul juga mencerminkan fenomena *post-truth* dimana (Mudjiyanto et al., 2020) mencatat bahwa disinformasi dan polarisasi wacana turut membentuk persepsi publik terhadap demokrasi. Generasi Z kemudian merespons fenomena ini dengan mengembangkan narasi tandingan yang lebih faktual, kritis, dan reflektif terhadap dinamika politik kontemporer. (Dewi, 2025) menambahkan bahwa konten yang dikemas sesuai dengan pola pikir dan gerakan generasi muda dapat mempengaruhi keputusan politik mereka, sehingga pola narasi yang dikonstruksi Generasi Z cenderung mengutamakan autentisitas, transparansi, dan relevansi isu dengan kehidupan sehari-hari mereka.

2) Elemen Visual dan Multimodal dalam Konstruksi Narasi Politik

Elemen visual dan multimodal menjadi kunci utama dalam konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok, mengingat platform ini mengandalkan konten audiovisual berdurasi pendek yang menarik perhatian dalam hitungan detik. (Haris & Azwar, 2024) dalam penelitiannya tentang iklan politik audiovisual menunjukkan bahwa penggunaan visual, musik latar, dan simbol-simbol tertentu memperkuat emosi dan persuasi dalam penyampaian pesan politik. (Anggraini et al., 2025) menegaskan bahwa narasi, visual, simbol, dan bahasa digunakan secara strategis untuk membentuk citra kepemimpinan dan representasi generasi muda dalam konteks politik kontemporer. (Adila & Eddyono, 2025) menguraikan bahwa

platform seperti TikTok telah menjadi panggung politik performatif dimana visibilitas algoritmik, narasi afektif, dan tren partisipatif menjadi kunci daya tarik politik. Kampanye politik di TikTok semakin mengutamakan *influencer*, *meme*, dan *emotional storytelling* untuk menciptakan viralitas dan membangun kedekatan semu dengan pemilih. (Moch. Ficky Aulia, 2024) menambahkan bahwa dalam studi kultur digital, kampanye kandidat presiden menggunakan medium yang membawa identitas, informasi, dan persuasi melalui perang bahasa dan perang simbol dalam konteks hiperealitas. Elemen visual yang digunakan Generasi Z tidak hanya bersifat dekoratif, melainkan berfungsi sebagai instrumen untuk menyampaikan kritik politik, satir sosial, dan ekspresi identitas kolektif. (Prayogi et al., 2024) menjelaskan bahwa media konvensional dan digital secara signifikan mempengaruhi preferensi pemilih melalui *agenda setting* dan *framing*, yang mengarahkan perhatian publik pada isu-isu spesifik dan membentuk persepsi terhadap kandidat politik. Dalam praktiknya, Generasi Z memanfaatkan fitur-fitur TikTok seperti filter, efek transisi, teks overlay, dan musik latar untuk menciptakan narasi politik yang lebih menarik dan mudah dipahami. (Nurdin et al., 2025) menyatakan bahwa Generasi Z cenderung mengonsumsi informasi politik melalui media sosial yang menawarkan akses cepat, interaktif, dan lebih mudah dipahami dibandingkan media tradisional, dimana konten berbasis visual seperti infografis dan video pendek menjadi format yang paling efektif.

3) Dinamika Narasi Politik dalam Konteks Pasca-Elektoral

Dinamika narasi politik Generasi Z di TikTok mengalami pergeseran signifikan dalam konteks pasca-elektoral, dari orientasi kampanye menuju evaluasi kritis dan partisipasi deliberatif. (Farida et al., 2023) mengungkapkan bahwa meskipun pasangan calon memiliki isu kampanye dominan dan partisipasi digital yang sangat tinggi, hal tersebut tidak serta merta menjadi faktor penentu kemenangan kontestasi pemilu 2024. (Saragih & Tutiasri, 2023) menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki kapasitas kritis dalam menerima dan menolak diskursus politik tertentu, dimana mayoritas informan dalam penelitiannya menunjukkan penerimaan oposisi terhadap ide sistem proporsional tertutup. (Panggabean & Mihardja, 2025) menegaskan bahwa pemilih pemula lebih banyak mengonsumsi informasi politik dari media sosial, namun mereka tetap mengembangkan literasi media dan interaksi sosial yang memoderasi pengaruh konten politik terhadap keputusan mereka. Dalam konteks pasca-elektoral, Generasi Z tidak lagi sekadar menjadi objek kampanye politik, melainkan menjadi subjek aktif yang memproduksi narasi kritis terhadap janji-janji politik yang belum terealisasi dan kebijakan pemerintahan yang dianggap tidak sesuai dengan aspirasi mereka. (Mulyadi et al., 2024) memperingatkan bahwa media sosial dapat membawa dampak negatif yang mempengaruhi kemampuan Generasi Z dalam membuat pilihan rasional, dimana kualitas berpikir mereka rentan terhadap dampak negatif media sosial sehingga menyulitkan mereka dalam membuat pilihan rasional dalam pemilu. (Venus et al., 2025) menekankan pentingnya pendidikan literasi politik yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan etis untuk membendung praktik diskriminatif dan memperkuat budaya demokrasi deliberatif. (Ubaidillah, 2025) menambahkan bahwa strategi komunikasi politik yang efektif harus melibatkan pendekatan partisipatoris dan menyentuh aspek budaya lokal yang kuat, dimana penyampaian visi-misi melalui media digital dan pendekatan interpersonal menjadi kunci dalam membangun persepsi publik yang mendukung. Dinamika narasi politik dalam konteks pasca-elektoral juga ditandai dengan munculnya gerakan-gerakan digital yang mengkritisi fenomena *parcok* (partai coklat), polarisasi politik, dan praktik politik pragmatis yang dinilai mengabaikan substansi demokrasi.

Tabel 1. Pola Konstruksi Narasi Politik Generasi Z di TikTok Pasca Pemilu 2024

Dimensi Narasi	Karakteristik	Elemen Kunci	Referensi
----------------	---------------	--------------	-----------

Gaya Bahasa	Inklusif, santai, kritis	Penggunaan bahasa sehari-hari, slang, humor politik	(Anggraini et al., 2025); (Dewi, 2025)
Visual dan Multimodal	Audiovisual pendek, efek kreatif	Filter, transisi, teks overlay, musik latar	(Haris & Azwar, 2024); (Adila & Eddyono, 2025)
Orientasi Konten	Evaluasi kritis, partisipasi deliberatif	Kritik kebijakan, satir politik, aspirasi generasi muda	(Venus et al., 2025); (Saragih & Tutiasri, 2023)
Platform Logic	Algoritma-driven, partisipatif	Viralitas, engagement, kolaborasi konten	(Mudjiyanto et al., 2020); (Putri Mahardika et al., 2025)

Sumber: Diolah dari (Anggraini et al., 2025); (Haris & Azwar, 2024); (Putri Mahardika et al., 2025); (Adila & Eddyono, 2025); (Venus et al., 2025); (Saragih & Tutiasri, 2023); (Dewi, 2025); (Mudjiyanto et al., 2020).

Praktik Komunikasi Digital Generasi Z dalam Ekosistem Konten Politik TikTok

1) Praktik Produksi Konten Politik oleh Pemilih Muda

Praktik produksi konten politik oleh Generasi Z di TikTok mencerminkan transformasi peran pemilih dari konsumen pasif menjadi produsen aktif narasi politik dalam ekosistem digital. (Vera Hermawan, 2025) menjelaskan bahwa media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah antara kandidat dan pemilih, memperluas partisipasi politik, dan menyediakan akses yang lebih cepat dan efisien terhadap informasi politik. (Putri Mahardika et al., 2025) mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi politik yang sukses di era digital bergantung pada kemampuan memahami nilai-nilai dan gaya komunikasi generasi muda secara autentik dan substansial. Dalam praktiknya, Generasi Z memproduksi konten politik melalui berbagai format seperti video pendek dengan narasi kritis, *meme* politik yang menggunakan humor dan satir, serta *duet* dan *stitch* yang merespons konten politik dari akun lain. (Dewi, 2025) menegaskan bahwa generasi muda mudah dipengaruhi oleh konten yang dikemas sesuai dengan gerakan dan pola pikir mereka, sehingga dalam memproduksi konten, mereka menggunakan pendekatan yang relevan dengan pengalaman hidup dan isu-isu yang mereka anggap penting. (Adila & Eddyono, 2025) menambahkan bahwa kampanye politik di TikTok semakin mengutamakan *influencer*, *meme*, dan *emotional storytelling* untuk menciptakan viralitas, dimana Generasi Z mengadaptasi logika ini dalam produksi konten mereka sendiri. (Ubaidillah, 2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan simbol-simbol politik menjadi strategi efektif dalam membangun citra positif dan meningkatkan partisipasi politik. Praktik produksi konten politik juga melibatkan kolaborasi antar pengguna, dimana Generasi Z seringkali berpartisipasi dalam *challenge* politik, kampanye *hashtag*, dan gerakan digital kolektif yang mengangkat isu-isu tertentu. (Nurdin et al., 2025) menggarisbawahi pentingnya konten berbasis visual seperti infografis dan video pendek dalam meningkatkan kesadaran politik Generasi Z. (Prayogi et al., 2024) menambahkan bahwa praktik produksi konten yang efektif memerlukan pemahaman mendalam terhadap mekanisme *agenda setting* dan *framing* yang membentuk persepsi publik terhadap isu politik tertentu.

2) Praktik Distribusi dan Sirkulasi Konten Politik

Praktik distribusi dan sirkulasi konten politik di TikTok dipengaruhi oleh logika algoritma platform yang menentukan visibilitas dan jangkauan konten ke audiens yang lebih luas. (Mudjiyanto et al., 2020) menegaskan bahwa algoritma berfungsi tidak hanya sebagai alat teknis tetapi juga sebagai mekanisme kekuasaan yang membentuk opini publik, mempengaruhi perilaku pemilih, dan menciptakan kejutan politik. (Farida et al., 2023) menjelaskan bahwa narasi isu kampanye di media sosial dapat dianalisis menggunakan *Social Network Analysis* (SNA), yang menunjukkan pola distribusi dan sirkulasi konten politik di berbagai platform.

Dalam ekosistem TikTok, distribusi konten politik terjadi melalui mekanisme *For You Page* (FYP) yang menggunakan algoritma rekomendasi untuk menampilkan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi, interaksi sebelumnya, dan tren yang sedang viral. (Vera Hermawan, 2025) mengidentifikasi bahwa platform media sosial seperti TikTok menyediakan jangkauan audiens yang lebih luas dengan efisiensi biaya yang tinggi, namun penggunaannya perlu diimbangi dengan tanggung jawab untuk memastikan informasi yang disebarluaskan akurat dan tidak menyesatkan. (Panggabean & Mihardja, 2025) menambahkan bahwa meskipun program media massa tradisional masih memiliki pengaruh, pemilih pemula lebih mempercayai media sosial dan lingkungan sosial mereka sebagai sumber informasi politik. Praktik distribusi konten politik oleh Generasi Z juga melibatkan strategi *hashtag*, kolaborasi dengan *influencer* politik, dan partisipasi dalam tren viral yang relevan dengan isu politik tertentu. (Prayogi et al., 2024) memperingatkan bahwa bias algoritma dapat memperkuat *echo chamber* dan aktivitas *buzzer* politik yang menyebarkan narasi yang disesuaikan, sehingga meningkatkan polarisasi dan disinformasi. (Mulyadi et al., 2024) menegaskan bahwa dampak negatif media sosial sangat mempengaruhi pilihan rasional Generasi Z dalam pemilu, karena kualitas berpikir mereka rentan terhadap pengaruh negatif tersebut. (Venus et al., 2025) menambahkan bahwa dalam era *post-truth*, sirkulasi konten politik seringkali dipenuhi dengan disinformasi yang turut membentuk persepsi publik, sehingga diperlukan literasi digital yang kuat untuk mengidentifikasi dan memfilter informasi yang tidak akurat.

3) Praktik Konsumsi dan Interpretasi Konten Politik

Praktik konsumsi dan interpretasi konten politik oleh Generasi Z di TikTok menunjukkan kompleksitas dalam cara mereka menerima, memahami, dan memaknai pesan-pesan politik yang beredar di platform digital. (Haris & Azwar, 2024) dalam penelitiannya menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall untuk memahami bagaimana khalayak menerima dan memaknai iklan politik, dimana terdapat tiga posisi khalayak yaitu hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi. (Saragih & Tutiasri, 2023) menemukan bahwa mayoritas pemilih pemula memiliki penerimaan oposisi terhadap diskursus politik tertentu, yang menunjukkan kapasitas kritis mereka dalam menginterpretasi konten politik. (Panggabean & Mihardja, 2025) menjelaskan bahwa pemilih pemula dipengaruhi oleh konten politik melalui rute periferal *Elaboration Likelihood Model* (ELM) seperti kemasan visual dan gaya penyajian, dimana literasi media dan interaksi sosial turut memoderasi pengaruh tersebut. Dalam praktik konsumsi konten politik di TikTok, Generasi Z cenderung melakukan interpretasi kritis terhadap pesan politik dengan mempertimbangkan konteks, kredibilitas sumber, dan kesesuaian dengan nilai-nilai pribadi mereka. (Nurdin et al., 2025) menekankan bahwa Generasi Z cenderung mengonsumsi informasi politik melalui konten berbasis visual yang interaktif dan mudah dipahami, dimana mereka lebih tertarik pada format infografis dan video pendek dibandingkan teks panjang. (Mulyadi et al., 2024) memperingatkan bahwa kualitas berpikir Generasi Z rentan terhadap dampak negatif media sosial, yang menyulitkan mereka dalam membuat pilihan rasional dalam pemilu. (Venus et al., 2025) menambahkan bahwa pendidikan literasi politik yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan etis sangat penting untuk membekali Generasi Z dengan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi polarisasi wacana dan disinformasi. (Anggraini et al., 2025) menegaskan bahwa komunikasi politik bersifat tidak linier dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang ideologis audiens, sehingga interpretasi terhadap konten politik dapat bervariasi antar individu. Dewi (2025) menjelaskan bahwa konten politik di TikTok dapat mempengaruhi keputusan politik Generasi Z karena dikemas sesuai dengan gerakan dan pola pikir mereka, namun efektivitas pengaruh tersebut bergantung pada tingkat literasi media dan keterlibatan kritis dalam mengonsumsi konten.

Negosiasi Identitas Politik Generasi Z melalui Interaksi dengan Fitur dan Kultur Partisipatif TikTok

1) Pemanfaatan Fitur Interaktif TikTok untuk Ekspresi Identitas Politik

Pemanfaatan fitur interaktif TikTok oleh Generasi Z menjadi sarana penting dalam mengekspresikan identitas politik mereka dan berpartisipasi dalam diskursus politik digital. (Adila & Eddyono, 2025) menjelaskan bahwa platform seperti TikTok telah menjadi ruang dimana identitas politik dibentuk dan narasi dikonstruksi melalui visibilitas algoritmik dan tren partisipatif. (Putri Mahardika et al., 2025) menegaskan bahwa Generasi Z menghargai autentisitas dan partisipasi digital dalam komunikasi politik, dimana fitur-fitur interaktif memungkinkan mereka untuk terlibat secara aktif dalam membentuk narasi politik. Fitur-fitur seperti *duet*, *stitch*, *comment*, *share*, dan *hashtag challenge* memungkinkan Generasi Z untuk merespons, mengkritisi, dan mengembangkan narasi politik yang beredar di platform. (Vera Hermawan, 2025) menambahkan bahwa media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah yang memperluas partisipasi politik dan memberikan ruang bagi ekspresi identitas politik yang beragam. (Ubaidillah, 2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan simbol-simbol politik menjadi strategi efektif dalam membangun citra diri yang positif dan meningkatkan partisipasi politik pemilih muda. Dalam praktiknya, Generasi Z menggunakan fitur *duet* untuk memberikan respons langsung terhadap pernyataan politik tokoh tertentu, fitur *stitch* untuk mengambil cuplikan video politik dan menambahkan komentar kritis, serta fitur *comment* untuk berdiskusi dan berdebat dengan pengguna lain. (Dewi, 2025) menegaskan bahwa TikTok menjadi target utama kampanye politik karena hampir seluruh generasi muda yang merupakan pemilih utama menggunakan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga platform ini menjadi ruang penting untuk negosiasi identitas politik. (Nurdin et al., 2025) menambahkan bahwa konten yang interaktif dan berbasis visual di TikTok sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran politik Generasi Z, dimana mereka dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi politik melalui fitur-fitur yang tersedia. (Prayogi et al., 2024) mengingatkan bahwa meskipun fitur interaktif meningkatkan partisipasi politik, platform media sosial juga dapat memperburuk polarisasi dan disinformasi melalui bias algoritma yang memperkuat *echo chamber*.

2) Partisipasi dalam Kultur Kolaboratif dan *Challenge* Politik

Partisipasi Generasi Z dalam kultur kolaboratif dan *challenge* politik di TikTok mencerminkan bentuk baru dari aktivisme digital dan mobilisasi politik yang berbasis pada kreativitas dan partisipasi massa. (Adila & Eddyono, 2025) mengidentifikasi bahwa kampanye politik di TikTok semakin mengutamakan tren partisipatif dan *emotional storytelling* untuk menciptakan viralitas dan membangun kedekatan dengan pemilih. (Farida et al., 2023) menjelaskan bahwa setiap pasangan kandidat memiliki preferensi isu kampanye yang berbeda dengan partisipasi digital yang sangat tinggi, dimana kultur kolaboratif memungkinkan pemilih untuk turut berkontribusi dalam menyebarkan isu-isu tersebut. *Challenge* politik yang viral di TikTok seringkali melibatkan *hashtag* tertentu yang mengajak pengguna untuk membuat konten dengan tema politik spesifik, seperti evaluasi janji kampanye, kritik terhadap kebijakan tertentu, atau dukungan terhadap isu sosial-politik tertentu. (Putri Mahardika et al., 2025) menegaskan bahwa kesuksesan komunikasi politik di era digital bergantung pada kemampuan memahami nilai-nilai dan gaya komunikasi generasi muda secara autentik, dimana partisipasi dalam kultur kolaboratif menjadi salah satu bentuk ekspresi autentik tersebut. (Vera Hermawan, 2025) menambahkan bahwa media sosial memperluas partisipasi politik dan menyediakan akses yang lebih cepat dan efisien terhadap informasi politik, dimana kultur kolaboratif memungkinkan mobilisasi massa yang efektif. (Ubaidillah, 2025) menunjukkan bahwa pendekatan partisipatoris dan pelibatan dalam kegiatan sosial budaya masyarakat menjadi kunci dalam membangun persepsi publik yang mendukung. Dalam konteks TikTok, Generasi Z tidak hanya berpartisipasi dalam *challenge* yang diciptakan oleh aktor politik atau

influencer, tetapi juga menciptakan *challenge* mereka sendiri untuk mengangkat isu-isu yang mereka anggap penting. (Nurdin et al., 2025) menekankan pentingnya strategi yang lebih terstruktur untuk meningkatkan literasi politik digital bagi Generasi Z, termasuk kampanye pendidikan politik berbasis media sosial yang memanfaatkan kultur kolaboratif. (Venus et al., 2025) mengingatkan bahwa meskipun kultur kolaboratif dapat memperkuat partisipasi politik, hal ini juga dapat menjadi medium bagi penyebaran disinformasi dan polarisasi wacana jika tidak diimbangi dengan literasi digital yang memadai.

3) Negosiasi Identitas Politik dalam Ruang *Liminality* Digital

Negosiasi identitas politik Generasi Z di TikTok terjadi dalam ruang *liminality* digital, dimana batas antara privat dan publik, personal dan politik, serta hiburan dan aktivisme menjadi kabur dan cair. (Moch. Ficky Aulia, 2024) menjelaskan bahwa dalam studi kultur digital, medium kampanye membawa muatan hibrida yang menggabungkan identitas, informasi, dan persuasi dalam konteks hiperealitas dan *post-truth*. (Mudjiyanto et al., 2020) menegaskan bahwa dalam kontestasi demokrasi Indonesia kontemporer, kekuasaan termanifestasi dalam kontrol narasi digital, dimana aktor politik, institusi politik, mesin kampanye, dan *influencer* mengeksplorasi celah algoritma untuk memperkuat legitimasi dan memobilisasi dukungan. Dalam ruang *liminality* digital ini, Generasi Z melakukan negosiasi identitas politik dengan cara mengekspresikan pandangan politik mereka secara selektif, menyesuaikan narasi dengan konteks audiens, dan mengelola kesan diri dalam interaksi dengan komunitas digital. (Haris & Azwar, 2024) menunjukkan bahwa pemaknaan khalayak terhadap konten politik dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan, pendidikan, dan pengalaman hidup mereka, sehingga negosiasi identitas politik bersifat dinamis dan kontekstual. (Anggraini et al., 2025) menambahkan bahwa komunikasi politik bersifat tidak linier dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang ideologis audiens, dimana negosiasi identitas terjadi melalui proses interpretasi dan reinterpretasi narasi politik. (Saragih & Tutiasri, 2023) menemukan bahwa pemilih pemula tersebar dalam tiga posisi khalayak yaitu hegemonik dominan, negosiasi, dan oposisi, yang mencerminkan spektrum negosiasi identitas politik mereka. (Panggabean & Mihardja, 2025) menegaskan bahwa literasi media dan interaksi sosial turut memoderasi proses negosiasi identitas politik, dimana pemilih pemula mengembangkan strategi kritis dalam mengonsumsi dan merespons konten politik. Dalam ruang *liminality* digital, Generasi Z juga menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi identitas politik mereka di tengah tekanan konformitas kelompok, algoritma filter *bubble*, dan polarisasi politik yang intens. (Venus et al., 2025) menekankan pentingnya pendidikan literasi politik yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan etis untuk membantu Generasi Z dalam mengelola negosiasi identitas politik mereka secara sehat dan konstruktif. (Prayogi et al., 2024) mengingatkan bahwa ruang digital dapat menjadi arena untuk memperkuat demokrasi deliberatif atau justru memperburuk polarisasi, bergantung pada bagaimana Generasi Z mengelola negosiasi identitas politik mereka dalam ekosistem digital yang kompleks.

Tabel 2. Dimensi Negosiasi Identitas Politik Generasi Z di TikTok

Dimensi	Bentuk Ekspresi	Mekanisme Partisipasi	Referensi
Fitur Interaktif	<i>Duet, stitch, comment, share</i>	Respons langsung, kritik, diskusi	(Adila & Eddyono, 2025); (Vera Hermawan, 2025); (Ubaidillah, 2025)
Kultur Kolaboratif	<i>Hashtag challenge, kampanye viral</i>	Partisipasi massa, kreativitas kolektif	(Putri Mahardika et al., 2025); (Farida et al., 2023); (Nurdin et al., 2025)

<i>Liminality Digital</i>	Ekspresi selektif, manajemen kesan	Adaptasi kontekstual, negosiasi identitas	(Mudjiyanto et al., 2020); (Haris & Azwar, 2024); (Anggraini et al., 2025)
Posisi Khalayak	Hegemonik, negosiasi, oposisi	Penerimaan, interpretasi, penolakan	(Saragih & Tutiasri, 2023); (Panggabean & Mihardja, 2025)

Sumber: Diolah dari (Adila & Eddyono, 2025); (Vera Hermawan, 2025);(Ubaidillah, 2025);(Putri Mahardika et al., 2025);(Farida et al., 2023);(Nurdin et al., 2025); (Mudjiyanto et al., 2020);(Haris & Azwar, 2024); (Anggraini et al., 2025);(Saragih & Tutiasri, 2023);(Panggabean & Mihardja, 2025)

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konstruksi narasi politik Generasi Z di TikTok pasca Pemilu 2024 menunjukkan transformasi signifikan dalam praktik komunikasi digital pemilih muda. Pola narasi yang dikonstruksi dicirikan oleh penggunaan gaya bahasa inklusif, elemen visual dan multimodal yang kreatif, serta orientasi konten yang bergeser dari kampanye elektoral menuju evaluasi kritis dan partisipasi deliberatif. Generasi Z tidak lagi menjadi konsumen pasif informasi politik, melainkan produsen aktif yang memanfaatkan fitur-fitur interaktif TikTok seperti duet, stitch, dan hashtag challenge untuk mengekspresikan identitas politik mereka. Praktik komunikasi digital yang dilakukan mencakup produksi konten berbasis visual dengan pendekatan autentik, distribusi melalui logika algoritma platform, dan konsumsi dengan interpretasi kritis yang dipengaruhi oleh literasi media. Negosiasi identitas politik terjadi dalam ruang liminality digital dimana Generasi Z berpartisipasi dalam kultur kolaboratif sambil menghadapi tantangan disinformasi, polarisasi wacana, dan bias algoritma yang membentuk echo chamber dalam ekosistem digital kontemporer.

Berdasarkan temuan penelitian, diperlukan strategi komprehensif untuk mengoptimalkan partisipasi politik digital Generasi Z. Pertama, lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat sipil perlu mengembangkan program literasi politik digital yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan etis untuk membekali Generasi Z dengan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi disinformasi dan polarisasi. Kedua, aktor politik dan komunikator publik harus mengadopsi pendekatan komunikasi yang autentik, transparan, dan relevan dengan nilai-nilai generasi muda, memanfaatkan format visual dan storytelling yang efektif di platform digital. Ketiga, platform media sosial seperti TikTok perlu meningkatkan transparansi algoritma dan menyediakan fitur yang mendukung fact-checking untuk meminimalisir penyebaran informasi yang menyesatkan. Keempat, penelitian lanjutan diperlukan untuk mengeksplorasi dinamika jangka panjang konstruksi narasi politik digital, dampak kultur partisipatif terhadap kualitas demokrasi deliberatif, serta strategi efektif dalam membangun resistensi terhadap manipulasi politik di ruang digital yang semakin kompleks dan terfragmentasi.

Daftar Pustaka

- Adila, I., & Eddyono, A. S. (2025). Trajektori Branding Politik di Indonesia: dari Kampanye Konvensional ke Politik Performatif di Media Sosial. *Journal of Politics and Policy*, 7(1), 18–39. <https://doi.org/10.21776/ub.jppol.2025.7.1.2>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., & Chotimah, O. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6, 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Anggraini, A. F., Salsabila, A. P., Yasin Ibadurrahman, & Jumroni. (2025). Analisis Strategi Gibran Rakabuming dalam Video Manifesto Bonus Demografi di Youtube. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1294–1303.

- Dewi, N. R. (2025). The Influence of Political Communication on TikTok on Gen Z's Support in the 2024 Election. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 7(1), 25–40. <https://doi.org/10.21580/jpw.v7i1.23871>
- Farida, Rasda, D., & Mutmainna. (2023). Implikasi Media Sosial Dalam Tahapan Kampanye Pemilu Serentak Tahun 2024. *Vifada Assumption Jurnal Of Law*, 1(2), 9–16.
- Febriandy, R. K., Habibah, T. M., & Hutapea, E. B. (2024). Humor, Symbols, and Power: Prabowo-Gibran Political Memes on Social Media in the 2024 Presidential Election. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(2), 537–548. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v9i2.1133>
- Haris, F., & Azwar, A. (2024). Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN). *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 139–158. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.957>
- Ida, R., Mashud, M., Saud, M., Yousaf, F. N., & Ashfaq, A. (2025). Politics in Indonesia: democracy, social networks and youth political participation. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2432071>
- Jalli, N., Unggraini, I. N., Setianto, Y. P., & Programme, S. (2025). *How TikTok 's Visual Politics Shaped Indonesia 's 2024 Election*. 52, 1–13.
- Lim, W. M. (2025). What Is Qualitative Research? An Overview and Guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 199–229. <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>
- Lorentz, P. M., Pawito, & Rahmanto, A. N. (2025). Insta-engaged yoyth: Exploring GenZ's political engagement on instagram during the 2024 Indonesian Presidential election. *Critical Vision: Mediatising Populism and Authoritarianism*, 251–260.
- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam Kampanye Politik: Strategi Menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196–213. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.587>
- Moch. Ficky Aulia. (2024). Desain, Hiperealitas & Post-Truth Dalam Studi Kultur Digital: Kampanye Kandidat Presiden Indonesia Tahun 2024. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 6(1), 33–49. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v6i1.204>
- Mudjiyanto, B., Launa, Yanuar, F., & Mansur, M. (2020). Politik Kontestasi: Antara Narasi Digital, Algoritma Politik, Dan Plot Twist Politik Dalam Dinamika Pemilu Indonesia Pasca Reformasi. *Jurnal Paradigma Pendidikan*, 2507(February), 1–9.
- Mulyadi, D., Nursyakinah, K. B., Baidhowi, N. R., Hidayat, C., Saharani, T. R., Tricahya, M. A., & Maswah, E. Z. (2024). The Negative Impact of Social Media on Generation Z in Election Activities in 2024. *Sinergi International Journal of Law*, 2(3), 183–197. <https://doi.org/10.61194/law.v2i3.151>
- Nurdin, A., Paryati, A. N., Rizqi, S. K., Hermawan, I. H., & Handayani, T. Q. (2025). The Role of Social Media in Political Education and Election Socialization Among Generation Z. *The Journal of Academic Science*, 2(2), 566–577. <https://doi.org/10.59613/2w7p1883>
- Panggabean, R. H., & Mihardja, E. J. (2025). Pengaruh Program Kabar Pemilu di tvOne Terhadap Pilihan Politik Pemilih Pemula di Indonesia dalam Konteks Pemilihan Umum 2024. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5979–5990. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2601>
- Prayogi, A., Nasrullah, R., Prasetya, D., Marina, R., & ... (2024). Shaping Democracy in the Digital Age: the Role of Media in Influencing Voter Behavior and Political Communication. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 24–32.
- Putri Mahardika, A., Lisna Wansyah, D., Dwi, M., Fikri, I., Navtalie, G. L., Hanny, O., Qotrunnada, S., & Hafidhah, R. A. (2025). Becoming Relevant in the Generation Z Era: A Study of PKS' Political Communication Strategy in the 2024 Election. *Journal of Political Islam (JOPI)*, 1(1).
- Saragih, R. I., & Tutiasri, R. P. (2023). Penerimaan Pemilih Pemula pada Partisipasi Politik

- (Konten Total Politik: Proporsional Terbuka VS Proporsional Tertutup). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 7398–7403. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2965>
- Tiidenberg, K., Karatzogianni, A., Parsanoglou, D., Matthews, J., Lepik, K. S., Raig, M., & Suitslepp, M. L. (2024). Social media as a shaper, enabler, and hurdle in youth political participation. *Understanding The Everyday Digital Lives of Children and Young People*, 351–377. https://doi.org/10.1007/978-3-031-46929-9_12
- Ubaidillah, U. (2025). Strategi Komunikasi Politik Mujid Riduan Dalam Kecenderungan Perilaku Pemilih Dapil 3 Kabupaten Gresik. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 278. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v7i2.37832>
- Venus, A., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., & Lestari, P. (2025). Political participation in the digital age: Impact of influencers and advertising on Generation Z. *Cogent Arts and Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2520063>
- Vera Hermawan. (2025). Political Communication in the Digital Era: The Role of Social Media in Shaping Public Opinion in the 2024 Election. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia (JIM-ID)*, 4(05 SE-Articles), 160–169. <https://doi.org/10.58471/esaprom.v4i05>