



Hutanasyah: Jurnal Hukum Tata Negara

Vol., 5 No. 1 Agustus 2026 h. 11-21

ISSN (Print): 3026-2755, ISSN (Online): 3026-2496

DOI: <http://doi.org/10.37092/hutanasyah.v5i1.1137>

Available online at <http://ejournal.htn.staibslg.ac.id/index.php/syariah>

Media Sosial Dan Sikap Politik Gen Z Dalam Pemilu 2024: Tinjauan Undang-Undang ITE dan Pemilu

Siti Aisha Hulailah, Jefik Zulfikar Hafizd, Nursyamsudin

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

s.aisha21043@gmail.com, jefik@uinssc.ac.id, nursyamsu_din@yahoo.co.id

Abstract

Article History

Received : 19-04-2025

Revised : 10-05-2025

Accepted : 28-08-2026

The development of digital technology has made social media one of the main spaces for Generation Z to obtain information and develop political attitudes. This study aims to analyze the impact of social media on the formation of Generation Z's political attitudes in determining their choices in the 2024 General Election and to examine its relevance to Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions and Law Number 7 of 2017 concerning General Elections. This study employs a descriptive qualitative method with an empirical juridical approach. Data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires involving 51 students from various faculties at UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. The results show that social media plays an important role in shaping the political attitudes of Generation Z. A total of 98% of respondents obtained political information through social media, while 51% stated that political content sufficiently influenced their political decisions. Instagram and TikTok were the dominant platforms used. Nevertheless, respondents recognized the risks of hoaxes, disinformation, and propaganda and reported verifying the information they received. From a legal perspective, the ITE Law establishes limitations on the dissemination of unlawful content, while the General Election Law regulates social media as a campaign medium. Thus, social media can strengthen Generation Z's political participation when accompanied by digital literacy, critical attitudes, and legal responsibility.

Keywords: Generation Z, Political Attitudes, Social Media, 2024 General Election, ITE Law

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu ruang utama bagi Generasi Z dalam memperoleh informasi dan membentuk sikap politik. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak media sosial terhadap pembentukan sikap politik Generasi Z dalam menentukan pilihan pada Pemilu 2024 serta meninjau relevansinya dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan yuridis empiris. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner terhadap 51 mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dari berbagai fakultas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam pembentukan sikap politik Gen Z. Sebanyak 98% responden memperoleh informasi politik melalui media sosial dan 51% menyatakan konten politik cukup memengaruhi keputusan politik mereka. Instagram dan TikTok menjadi platform yang dominan digunakan. Meskipun demikian, responden menyadari risiko hoaks, disinformasi, dan propaganda serta melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima. Secara hukum, UU ITE memberikan batasan terhadap penyebaran konten yang melanggar hukum, sedangkan UU Pemilu mengatur media sosial sebagai sarana kampanye. Dengan demikian, media sosial dapat memperkuat partisipasi politik Gen Z apabila disertai literasi digital, sikap kritis, dan tanggung jawab hukum.

Katakunci: Gen Z, Media Sosial, Pemilu 2024, Sikap Politik, UU ITE

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara hukum setelah dilakukannya amandemen UUD 1945. Secara konseptual, negara hukum dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 adalah konsepsi negara hukum mutakhir (Oksidelfa, 2020). Demokrasi adalah asas dan struktur yang paling efektif dari sistem politik dan ketatanegaraan. Indonesia mungkin dianggap sebagai suatu negara "demokrasi" karena presidennya dipilih secara langsung oleh rakyat dan pemilihan jabatan publik yang melibatkan partisipasi banyak orang atau semua pihak yang ada dalam komunitas di dalam institusi negara dan lembaga. Sebagai pemegang kedaulatan tertinggi, rakyat kemudian memberikan kontribusinya ke dalam sistem kekuasaan negara, yang dalam kasus ini dikendalikan oleh pemerintahan (Huda, 2020).

Pemilihan umum, juga disebut sebagai "pemilu", adalah suatu proses demokratis di mana warga memilih wakil mereka untuk pemerintahan atau lembaga publik lainnya. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilihan umum dilaksanakan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka,

bebas, rahasia, jujur, dan adil terhadap anggota DPR, presiden, dan wakil presiden, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Huda, 2020). Ada empat tujuan penyelenggaraan pemilihan umum, yaitu: sebagai berikut: (a). potensi pergantian penguasa dengan pendekatan aman dan damai; (b). pergantian para pejabat yang menjalankan fungsi legislasi pada lembaga perwakilan (DPR, MPR dan DPD); (c). Implementasi dari prinsip kedaulatan rakyat; dan (d). Menjunjung tinggi hak asasi warga negara.

Dasar hukum pemilihan umum adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum juncto Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menjadi Undang-Undang. Selanjutnya, sesuai informasi yang tercantum dalam laman Komisi Pemilihan Umum (KPU) pada tahun 2024 jumlah daftar pemilih tetap (DPT) sebanyak 204.807.222. dari jumlah ini 56% pemilih dari kelompok Generasi milenial dan Gen Z (Irawan, 2024).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 221.563.479 pada tahun 2024 dengan jumlah populasi 278.696.200 orang. Tingkat penetrasi internet-net Indonesia meningkat sebesar 79,5% dibandingkan musim sebelumnya sebesar 1,4%, menurut hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh APJII. Di Indonesia, penetrasi internet berdasarkan gender sebagian besar adalah laki-laki sebesar 50,7% dan perempuan sebesar 49,1%. Sedangkan yang berselancar di dunia maya mayoritas sebesar 34,40 persen merupakan Generasi Z (lahir 1997-2012) (Prasetyo et al., 2024).

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. Media sosial dapat bermanfaat untuk menentukan personal branding yang diinginkan, mencari lingkungan yang tepat, mempelajari cara berkomunikasi. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan teman atau relasi, dapat menjadi media untuk membentuk komunitas daring (*online*) (Saksono & Putranto, 2023).

Pada tahun 2024, ketika pemilihan umum dilaksanakan, penting untuk memahami bagaimana persepsi dan perilaku generasi milenial dan generasi Z mempengaruhi keputusan mereka di tempat pemungutan suara. Terdapat argumen yang menyatakan bahwa generasi milenial cenderung lebih idealis dan terbuka terhadap perubahan, sementara generasi Z seringkali lebih pragmatis dan terhubung secara digital dalam pengambilan keputusan politik. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperjelas dan mendalaminya.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa perlu untuk mengkaji lebih mendalam mengenai sikap politik Generasi Z dalam Pemilihan Umum 2024, khususnya dalam melihat bagaimana Generasi Z membentuk sikap dan pilihan politiknya dalam kontestasi tersebut. Kajian ini juga mencakup dampak media sosial dalam membantu Generasi Z memahami isu-isu politik serta menentukan dan memilih kandidat yang sesuai dengan persepsi dan preferensi politik mereka. Selain itu, penelitian ini menganalisis sikap politik Generasi Z dalam Pemilihan Umum 2024 berdasarkan tinjauan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan yuridis empiris (Hafizd et al., 2026; Sugiyono, 2022). Penelitian ini mengkaji secara mendalam sikap politik Generasi Z dalam Pemilihan Umum 2024 serta kaitannya dengan pengaruh media sosial dan ketentuan hukum yang berlaku. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan kondisi yang terjadi, sedangkan pendekatan yuridis empiris digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum sekaligus realitas penerapannya di masyarakat. Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder, dengan data primer diperoleh melalui wawancara terhadap mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang termasuk Generasi Z, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, peraturan perundang-undangan, dan literatur yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sementara analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai objek penelitian.

Pembahasan

Konsep Media sosial, Pemilihan Umum, dan Undang-Undang

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, bekerja sama, berbagi informasi, menciptakan konten, serta membangun hubungan sosial secara virtual. Menurut Indriyanto Banyumurti, media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunanya berinteraksi dengan menciptakan dan membagikan konten informasi serta menerima informasi dari pengguna lainnya. Media sosial memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari media konvensional, antara lain jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten, dan penyebaran (*sharing*). Perkembangan media sosial berlangsung secara dinamis seiring dengan perubahan teknologi dan perilaku pengguna, dengan berbagai bentuk layanan seperti blog, jejaring sosial (*social network*), dan mikroblog (*microblogging*). Platform seperti WordPress dan Blogger termasuk layanan blog, sedangkan Facebook dan LinkedIn merupakan jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berbagi pesan, foto, video, memberikan tanggapan, serta membangun interaksi dengan pengguna lain, sementara Twitter sebagai salah satu layanan mikroblogging memungkinkan pengguna menyampaikan informasi, gagasan, kritik, dan pandangan secara singkat serta berinteraksi dengan masyarakat secara luas. Dengan karakteristik tersebut, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan pertukaran informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi, pola interaksi, dan perilaku masyarakat, termasuk dalam konteks politik (Fujianti, 2025; Kartini et al., 2022, 2023; Kurnia et al., 2018).

Layanan *media sharing* merupakan salah satu bentuk media sosial yang berfokus pada penyebaran konten berupa foto, audio, dan video, seperti Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp, dan Telegram. Instagram memungkinkan pengguna membagikan foto dan video dengan berbagai fitur pengolahan visual, sedangkan YouTube menyediakan ruang untuk berbagi konten audiovisual sekaligus memungkinkan pengguna memberikan komentar dan berinteraksi. TikTok menitikberatkan pada pembuatan dan penyebaran video pendek, sementara WhatsApp dan Telegram lebih berorientasi pada komunikasi dan pertukaran informasi secara langsung melalui pesan, foto, audio, maupun video. Selain sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi, media sosial juga dimanfaatkan untuk pendidikan dan pengembangan diri, hiburan, pemasaran, pengembangan usaha, serta

memperoleh peluang pekerjaan. Dengan beragam fungsi tersebut, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat dan memiliki potensi besar dalam memengaruhi cara individu memperoleh, memahami, dan menyebarkan informasi.

Dalam konteks politik, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk membentuk persepsi, sikap, dan perilaku politik serta berinteraksi dengan aktor-aktor politik (Alen, 2023). Secara umum, politik mencakup berbagai kegiatan dalam suatu sistem politik atau negara yang berkaitan dengan proses penetapan dan pelaksanaan tujuan, termasuk pengambilan keputusan dan pembentukan kebijakan publik yang memerlukan kekuasaan serta kewenangan untuk mengatur kerja sama dan menyelesaikan konflik (Alim, 2024). Dalam prosesnya, politik mencakup beberapa konsep penting, yaitu proses politik, sikap politik, elektabilitas, perilaku politik, dan politikus (Fossati, 2019). Proses politik berkaitan dengan upaya individu atau kelompok memperoleh dan menggunakan kekuasaan politik untuk mencapai kepentingannya, sedangkan sikap politik merujuk pada persepsi dan keyakinan seseorang terhadap dirinya serta kemampuannya dalam memengaruhi kehidupan politik (Sutrisman, 2019). Elektabilitas menunjukkan tingkat keterpilihan seorang politikus atau partai politik dalam pemilihan yang dipengaruhi antara lain oleh rekam jejak dan aktivitas kampanye, sementara perilaku politik merupakan bentuk partisipasi warga negara dalam proses pengambilan keputusan politik yang dilakukan secara sukarela, bertanggung jawab, serta dilandasi kebebasan berpikir dan menyampaikan pendapat. Adapun politikus merupakan individu yang memiliki aspirasi atau menduduki jabatan pemerintahan, baik melalui pemilihan, penunjukan, maupun jalur karier.

Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden serta anggota lembaga perwakilan pada berbagai tingkatan pemerintahan. Melalui Pemilu, masyarakat menggunakan hak politiknya untuk menentukan pemimpin dan wakil yang akan menjalankan kekuasaan pemerintahan, sehingga Pemilu menjadi salah satu instrumen utama dalam sistem demokrasi. Secara konstitusional, penyelenggaraan Pemilu berlandaskan Pasal 22E UUD NRI Tahun 1945 yang mengatur bahwa Pemilu dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil setiap lima tahun sekali. Ketentuan tersebut kemudian dijabarkan melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum yang mengatur penyelenggaraan, peserta, tahapan, kelembagaan, kampanye, pengawasan, serta penegakan hukum Pemilu, termasuk kedudukan KPU, Bawaslu, dan DKPP (UU No. 7, 2017).

Indonesia menggunakan sistem proporsional terbuka dalam Pemilu 2024, sebagaimana ditegaskan melalui Putusan Mahkamah Konstitusi, sehingga pemilih dapat menentukan calon anggota legislatif yang dikehendaknya. Dalam perkembangan teknologi informasi, penyelenggaraan dan partisipasi politik juga berlangsung melalui ruang digital yang memunculkan kebutuhan akan pengaturan terhadap informasi dan komunikasi elektronik. Hal tersebut menjadi salah satu dasar pembentukan Undang-Undang 19 tahun 2016 tentang perubahan UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang mengatur penyelenggaraan informasi dan transaksi elektronik serta memberikan landasan hukum bagi penggunaan teknologi secara bertanggung jawab (UU, 2016). Kedua regulasi tersebut memiliki keterkaitan dalam konteks Pemilu digital, khususnya dalam mengatur penggunaan media sosial, penyebaran informasi, komunikasi politik, serta batasan perilaku dalam ruang elektronik agar partisipasi politik berlangsung secara demokratis, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ketentuan hukum. Dengan demikian, pemahaman terhadap Pemilu, UU Pemilu, dan UU ITE menjadi landasan

penting untuk menganalisis sikap dan perilaku politik Generasi Z dalam Pemilu 2024, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan ruang partisipasi politik.

Sikap politik merupakan cara individu atau kelompok dalam memahami, merespons, dan berpartisipasi dalam isu-isu politik yang mencakup persepsi, keyakinan, serta tindakan dalam kehidupan demokrasi. Dalam Pemilu 2024, Generasi Z, termasuk mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, menjadi kelompok pemilih yang memiliki peran penting karena jumlahnya yang dominan. Generasi ini memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi digital, terbuka terhadap perubahan, kritis, dan memiliki akses informasi yang luas, meskipun di sisi lain menghadapi tantangan berupa budaya instan, rendahnya kepedulian terhadap isu politik, serta skeptisisme akibat berbagai persoalan seperti korupsi dan ketidaksesuaian antara janji politik dengan realitas. Tingkat pendidikan dan kemampuan literasi digital menjadikan Gen Z lebih mampu mengakses, menganalisis, dan menyampaikan pandangan politik melalui berbagai platform digital. Dalam menentukan pilihan politik, mereka cenderung mempertimbangkan rekam jejak, integritas, transparansi, kemampuan pemimpin membawa perubahan, serta keterbukaan terhadap partisipasi masyarakat. Meskipun sebagian Gen Z memandang demokrasi secara kritis, mereka mulai menyadari bahwa perubahan hanya dapat terjadi melalui keterlibatan aktif, baik melalui penggunaan hak pilih, diskusi publik, organisasi kepemiluan seperti KPPS, maupun partisipasi digital. Oleh karena itu, peningkatan pendidikan politik dan literasi digital menjadi penting agar Gen Z mampu menjadi pemilih yang rasional, kritis, dan bertanggung jawab dalam menjaga kualitas demokrasi serta menentukan arah masa depan bangsa.

Dampak Media Sosial terhadap Pembentukan Sikap Politik Gen Z dalam memilih kandidat Pemilu 2024

Media sosial telah menjadi salah satu ruang utama dalam pembentukan opini dan sikap politik masyarakat, khususnya Generasi Z yang tumbuh dalam perkembangan teknologi digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi, ruang diskusi, serta media partisipasi politik (Qalbuadi et al., 2025). Sebagai kelompok pemilih dengan jumlah yang signifikan pada Pemilu 2024, Gen Z memiliki karakteristik yang dekat dengan teknologi, cepat beradaptasi terhadap perkembangan digital, serta cenderung memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi mengenai isu sosial dan politik. Namun, tingginya penggunaan media sosial juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, propaganda politik, dan potensi pembentukan opini berdasarkan informasi yang belum tentu valid.

Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap pembentukan sikap politik Gen Z dalam menentukan pilihan pada Pemilu 2024, penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner terhadap mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Kuesioner bertujuan menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan mahasiswa mengenai penggunaan media sosial sebagai sumber informasi politik, pengaruh konten politik terhadap keputusan pemilih, tingkat kepercayaan terhadap informasi digital, serta cara mahasiswa melakukan verifikasi terhadap informasi politik yang diterima. Responden dalam penelitian ini berjumlah 51 mahasiswa yang berasal dari berbagai fakultas di lingkungan UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi yang sangat dominan dalam akses informasi politik Gen Z. Platform yang paling banyak digunakan oleh

responden adalah Instagram dan TikTok, dengan persentase pengguna Instagram sebesar 49% dan TikTok sebesar 37,3%. Dominasi kedua platform tersebut menunjukkan bahwa karakter komunikasi politik Gen Z cenderung berbasis visual, singkat, dan mudah diakses melalui perangkat digital. Selanjutnya, sebanyak 98% responden menyatakan memperoleh informasi politik melalui media sosial, serta 98% responden mengaku sering menemukan konten politik selama periode Pemilu 2024. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penting dalam membangun pemahaman dan persepsi politik generasi muda.

Dari sisi pengaruh terhadap keputusan politik, sebanyak 51% responden menyatakan bahwa konten politik di media sosial cukup memengaruhi keputusan mereka dalam Pemilu 2024. Hal ini menunjukkan bahwa informasi digital memiliki kemampuan membentuk opini, persepsi, dan preferensi politik pemilih muda. Meskipun demikian, sebagian responden menyatakan bahwa keputusan politik tetap dipengaruhi oleh pertimbangan pribadi, nilai yang diyakini, dan pilihan berdasarkan hati nurani. Dengan demikian, media sosial tidak selalu menjadi faktor tunggal dalam menentukan pilihan politik, tetapi berperan sebagai salah satu sumber pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam konteks kampanye politik, sebanyak 62,7% responden menilai bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kandidat dan program politik. Media sosial memberikan ruang bagi kandidat untuk memperkenalkan visi, misi, rekam jejak, serta berinteraksi dengan masyarakat secara lebih luas. Instagram dianggap sebagai platform yang paling efektif untuk kampanye politik oleh 51% responden, sedangkan TikTok dipilih oleh 37,3% responden. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik pada era digital perlu menyesuaikan karakteristik Gen Z yang lebih tertarik pada konten visual, interaktif, dan mudah dipahami.

Meskipun media sosial menjadi sumber informasi politik utama, tingkat kepercayaan Gen Z terhadap informasi digital tetap perlu dikaji secara kritis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 86,3% responden cukup percaya terhadap informasi politik yang diperoleh melalui media sosial. Namun, sebagian responden menunjukkan sikap skeptis karena menyadari adanya risiko penyebaran hoaks, manipulasi informasi, propaganda, dan konten politik yang bertujuan menyerang pihak tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital menjadi faktor penting dalam membentuk sikap politik yang rasional dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil kuesioner, mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon memiliki beberapa strategi dalam memverifikasi informasi politik, yaitu dengan memeriksa sumber informasi, membandingkan berita dari berbagai media terpercaya, serta melihat kredibilitas pihak yang menyampaikan informasi. Praktik tersebut menunjukkan adanya kesadaran kritis bahwa tidak semua informasi politik yang beredar di media sosial dapat diterima secara langsung tanpa proses pemeriksaan.

Selain sebagai sumber informasi, media sosial juga memiliki pengaruh terhadap pembentukan citra kandidat politik. Informasi positif mengenai rekam jejak, program, dan kebijakan calon pemimpin dapat meningkatkan dukungan publik, sedangkan informasi negatif seperti isu korupsi atau kontroversi politik dapat menurunkan kepercayaan pemilih. Oleh karena itu, cara informasi dikemas dan disebarakan melalui media sosial memiliki pengaruh besar terhadap persepsi politik Gen Z terhadap kandidat Pemilu 2024.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam membentuk sikap politik Gen Z, baik sebagai sumber informasi, ruang kampanye, maupun media partisipasi demokrasi. Namun, pengaruh tersebut harus

diimbangi dengan kemampuan literasi digital dan pendidikan politik agar Gen Z tidak hanya menjadi pengguna informasi, tetapi juga menjadi pemilih yang kritis, rasional, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi instrumen penguatan demokrasi apabila digunakan secara bijak untuk mendukung partisipasi politik yang sehat dan berdasarkan informasi yang akurat.

Tinjauan Undang-undang terhadap Sikap Politik Gen Z dalam Pemilu 2024

Sikap politik Generasi Z dalam Pemilu 2024 tidak dapat dilepaskan dari kerangka hukum yang mengatur penggunaan informasi digital, penyelenggaraan pemilu, pengawasan, serta perlindungan hak politik warga negara. Dalam konteks penggunaan media sosial, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dasar hukum bagi pemanfaatan informasi dan teknologi elektronik sekaligus menetapkan batasan dalam penggunaannya (UU, 2008). Pasal 4 UU ITE menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi diarahkan antara lain untuk mencerdaskan kehidupan bangsa serta memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi. Ketentuan tersebut relevan dengan temuan penelitian bahwa 98% responden memperoleh informasi politik melalui media sosial dan 98% sering menemukan konten politik selama Pemilu 2024. Media sosial dengan demikian menjadi ruang penting bagi Gen Z untuk memperoleh informasi politik, tetapi akses yang tinggi terhadap informasi juga menuntut kemampuan untuk menilai kebenaran dan kredibilitas informasi sebelum menjadikannya dasar dalam menentukan pilihan politik. Selain itu, ketentuan mengenai perbuatan yang dilarang dalam UU ITE, khususnya Pasal 27 ayat (3) dan (4) serta Pasal 28 ayat (2), memberikan batasan terhadap penyebaran konten yang mengandung penghinaan, pencemaran nama baik, pemerasan, pengancaman, maupun informasi yang ditujukan untuk menimbulkan kebencian atau permusuhan berdasarkan SARA. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa kebebasan berekspresi dalam ruang digital memiliki batas hukum, sehingga partisipasi politik Gen Z melalui media sosial harus dilakukan secara bertanggung jawab dan tidak merugikan pihak lain. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa meskipun 86,3% responden cukup percaya terhadap informasi politik di media sosial, mereka tetap menyadari adanya risiko hoaks, manipulasi, propaganda, dan informasi yang menyerang pihak tertentu serta melakukan verifikasi dengan memeriksa sumber dan membandingkan informasi dari media terpercaya.

Dalam konteks penyelenggaraan Pemilu, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum memberikan dasar hukum bagi Gen Z untuk menggunakan hak politiknya sebagai pemilih. Pasal 1 angka 34 menetapkan bahwa pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang telah berusia 17 tahun atau lebih, sudah kawin, atau pernah kawin. Sementara itu, Pasal 267 menempatkan kampanye sebagai bagian dari pendidikan politik masyarakat yang harus dilaksanakan secara bertanggung jawab, sedangkan Pasal 275 mengakui media sosial sebagai salah satu metode kampanye. Pengaturan tersebut menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar sarana informal dalam kontestasi politik, tetapi telah diakui sebagai bagian dari mekanisme komunikasi dan pendidikan politik dalam penyelenggaraan Pemilu. Temuan penelitian memperkuat hal tersebut, karena 62,7% responden menilai media sosial berperan penting dalam menyampaikan informasi mengenai kandidat dan program politik, sementara Instagram dan TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi strategis dalam membentuk pengetahuan dan persepsi pemilih Gen Z terhadap kandidat,

meskipun keputusan politik tidak sepenuhnya ditentukan oleh media sosial karena tetap dipengaruhi pertimbangan pribadi, nilai, dan hati nurani pemilih.

Selanjutnya, Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2024 memperkuat aspek pengawasan dalam penyelenggaraan Pemilu. Pengaturan mengenai pengawasan memiliki relevansi dengan karakter Gen Z sebagai pengguna aktif media sosial karena ruang digital dapat menjadi sarana partisipasi masyarakat dalam mengawasi proses politik, menyampaikan informasi mengenai dugaan pelanggaran, serta meningkatkan kesadaran publik terhadap integritas Pemilu (Bawaslu, 2024). Dalam perspektif ini, partisipasi politik Gen Z tidak hanya diwujudkan melalui pemberian suara, tetapi juga melalui keterlibatan dalam memperoleh informasi, mengawasi proses politik, dan menyampaikan kritik secara bertanggung jawab. Sikap kritis tersebut penting untuk mencegah penerimaan informasi politik secara pasif sekaligus mendorong pemilih untuk mempertimbangkan rekam jejak, program, dan integritas kandidat sebelum menentukan pilihan.

Selain UU ITE dan UU Pemilu, sikap politik Gen Z juga memiliki keterkaitan dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia. Pasal 43 menjamin hak setiap warga negara untuk dipilih dan memilih dalam Pemilu serta turut serta dalam pemerintahan secara langsung maupun melalui wakil yang dipilih secara bebas (UU, 1999). Ketentuan tersebut menegaskan bahwa partisipasi politik merupakan bagian dari hak warga negara yang harus dihormati dan dilindungi. Dalam konteks Gen Z, jaminan tersebut memberikan ruang bagi mereka untuk menyampaikan aspirasi, berdiskusi, memberikan kritik, serta menentukan pilihan politik tanpa tekanan. Namun, kebebasan politik tersebut tetap harus dijalankan dengan menghormati hak orang lain dan ketentuan hukum yang berlaku. Dengan demikian, keempat kerangka hukum tersebut menunjukkan bahwa sikap politik Gen Z dalam Pemilu 2024 berada dalam hubungan antara kebebasan berpartisipasi dan tanggung jawab hukum. UU HAM memberikan dasar perlindungan terhadap hak politik, UU Pemilu mengatur mekanisme partisipasi dan kampanye, UU ITE memberikan batasan terhadap aktivitas dalam ruang digital, sedangkan regulasi Bawaslu memperkuat pengawasan terhadap penyelenggaraan Pemilu. Berdasarkan temuan penelitian, media sosial terbukti menjadi ruang utama bagi Gen Z dalam memperoleh informasi dan membentuk persepsi politik, tetapi pengaruh tersebut perlu diimbangi dengan literasi digital, verifikasi informasi, kesadaran hukum, dan pertimbangan kritis agar pilihan politik yang dihasilkan tidak semata-mata berdasarkan popularitas atau narasi yang beredar di media sosial, melainkan berdasarkan informasi yang valid, rekam jejak, program, dan pertimbangan politik yang rasional.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak media sosial terhadap pembentukan sikap politik Generasi Z dalam kontestasi Pemilu 2024, dapat disimpulkan bahwa Gen Z, khususnya mahasiswa UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, menunjukkan sikap politik yang erat dengan penggunaan teknologi digital, ditandai dengan tingginya akses terhadap informasi, keterlibatan dalam diskusi politik, serta kebebasan dalam membentuk preferensi politik. Media sosial, terutama Instagram dan TikTok, berperan signifikan sebagai sumber informasi, ruang diskusi, sarana kampanye, dan pembentukan persepsi terhadap kandidat, meskipun pengaruhnya bukan satu-satunya faktor dalam menentukan pilihan politik. Di sisi lain, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga menghadirkan risiko hoaks, disinformasi, propaganda, dan konten yang dapat memengaruhi pemilih tanpa dasar

informasi yang valid, sehingga literasi digital dan kemampuan verifikasi menjadi penting. Dari perspektif hukum, UU ITE memberikan batasan terhadap penyebaran konten yang melanggar hukum, UU Pemilu mengatur penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana kampanye serta menjamin mekanisme partisipasi pemilih, sedangkan UU HAM memberikan perlindungan terhadap hak warga negara untuk memilih, dipilih, dan berpartisipasi dalam pemerintahan. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi instrumen yang memperkuat partisipasi politik Gen Z dalam Pemilu 2024 apabila digunakan secara kritis, etis, dan bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Daftar Pustaka

- Alen, N. P. 2023. Transformasi media sosial dalam kompetensi komunikasi politik. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 5101–5109.
- Alim, M. S. 2024. *Ilmu politik & kebijakan publik*. Mega Press Nusantara.
- Bawaslu. 2024. *Peraturan Badan Pengawas Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2024 Tentang Pengawasan Penetapan Pasangan Calon Terpilih, Penetapan Perolehan Kursi, dan Penetapan Calon Terpilih dalam Pemilihan Umum*.
- Fossati, D. 2019. The resurgence of ideology in Indonesia: Political Islam, Aliran and political behaviour. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 38(2), 119–148.
- Fujianti, I. 2025. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Action Research Journal Indonesia (ARJI)*, 7(1), 275–285.
- Hafizd, J. Z., Nurfuadah, I., Ramadhan, F. B., Aini, F. N., & Musthafa, B. 2026. *Metodologi Penelitian Hukum Islam dan Penulisan Karya Ilmiah*. CV. Strata Persada Academia.
- Huda, N. 2020. *Ilmu negara*. Rajawali Pers. <https://books.google.co.id/books?id=bU4btwAACAAJ>
- Irawan, F. 2024. Analisis Pelaksanaan Pemilu 2024 Ditinjau Dari Aspek Yuridis Dan Perspektif Mahasiswa. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(4), 599–613.
- Kartini, K., Gultom, N., Sari, N., & Annisa, A. N. 2023. Penelitian Sejarah Sosial Media. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1001–1005.
- Kartini, K., Ningrum, I. M., Sari, J. E., & Khoirunnisa, K. 2022. Penelitian tentang Facebook. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 146–153.
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. 2018. Hubungan pemanfaatan media sosial instagram dengan kemampuan literasi media di UPT Perpustakaan Itenas. *Edulib*, 8(1), 1–17.
- Oksidelfa, Y. 2020. *Negara Hukum Kepastian, Keadilan, dan Kemanfaatan Hukum*. Pustaka Reka Cipta.
- Prasetyo, S. M., Gustiawan, R., Albani, F. R., Komputer, I., & Informatika, T. 2024. Analisis pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 2(1), 65–71.
- Qalbuadi, G. Q., Muhammad, M., & Saad, M. 2025. Media Sosial dan Keterlibatan Politik Generasi Z pada Pilkada Kabupaten Enrekang Tahun 2024. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 575–586.
- Saksono, E. H., & Putranto, A. 2023. Media Sosial dan Komunikasi Politik: Isu Utang sebagai Komunikasi Politik di Masa Pemilihan Umum 2024. *Jurnal Mahardika Adiwidia*, 3(1), 14–22.

- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *Metode Penelitian Kualitatif*, 5.
- Sutrisman, D. 2019. *Pendidikan politik, persepsi, kepemimpinan, dan mahasiswa*. Guepedia.
- UU. 1999. *Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia*.
- UU. 2008. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.
- UU. 2016. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*.
<https://doi.org/10.31957/.v2i3.655>
- UU No. 7. 2017. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum*.