

PENGARUH KOMUNIKASI ADVOKASI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP PARTISIPASI GENERASI Z DALAM PEMILU KOTA DENPASAR

Katarina Maria Gelu Unaraja

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia
E-mail: katarinunaraja@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh media sosial, khususnya Instagram, terhadap partisipasi politik Generasi Z di Kota Denpasar dalam konteks pemilihan umum yang dilaksanakan setiap lima tahun di Indonesia. Mengingat pentingnya keterlibatan pemuda dalam politik untuk memperkuat demokrasi, penelitian ini mengidentifikasi adanya kesenjangan dalam metode komunikasi konvensional yang kurang menarik bagi Generasi Z sehingga menyebabkan tingginya angka golput. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh komunikasi advokasi melalui Instagram dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi politik Generasi Z. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan studi literatur, wawancara, dan observasi terhadap lima responden Generasi Z di Denpasar, dengan fokus pada indikator komunikasi interpersonal seperti transparansi pemerintah, kesan pertama, dan persepsi publik. Temuan utama menunjukkan bahwa fitur interaktif Instagram seperti *polling* dan *live streaming*, konten visual yang kreatif dan relevan, serta peran influencer secara signifikan meningkatkan keterlibatan politik Generasi Z dan menurunkan angka golput. Meskipun demikian, tantangan seperti penyebaran informasi palsu dan keterbatasan akses masih ada. Penelitian ini merekomendasikan pengelolaan komunikasi advokasi yang konsisten dan menarik melalui Instagram dengan pendekatan empati, transparansi, dan dialog interaktif agar kepercayaan publik meningkat, literasi politik berkembang, dan partisipasi aktif pemuda dalam proses demokrasi dapat berkelanjutan di Denpasar dan wilayah lainnya.

Kata Kunci: Generasi Z, Instagram, Komunikasi Advokasi, Media Sosial, Pemilu

ABSTRACT

This study addresses the increasing influence of social media, particularly Instagram, on the political participation of Generation Z in Denpasar City amid Indonesia's democratic elections held every five years. Recognizing the importance of engaging youth in politics to strengthen democracy, the research identifies a gap in effectively reaching and involving Generation Z using conventional communication methods, which often fail to capture their interest and result in high abstention rates. The study aims to analyze the impact of advocacy communication through Instagram on enhancing political awareness and participation among Generation Z. Employing a qualitative methodology through literature review, interviews, and observations with purposive sampling of five Generation Z respondents in Denpasar, the research focuses on interpersonal communication indicators such as government transparency, first impressions, and public perception. Key findings reveal that interactive Instagram features like polling and live streaming, along with creative, relatable visual content and influencer involvement,



significantly boost Generation Z's political engagement and reduce abstentions. Despite these positive outcomes, challenges remain in combating misinformation and ensuring content accessibility. The study recommends continued and improved management of advocacy communication via Instagram, emphasizing empathy, transparency, and interactive dialogue to foster trust, enhance political literacy, and sustain active youth participation in democratic processes in Denpasar and beyond.

Keywords: Generation Z, Instagram, Advocacy Communication, Social Media, Election

PENDAHULUAN

Indonesia negara yang menganut sistem demokrasi yang pada 5 tahun sekali melakukan pemilihan umum. Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia merupakan salah satu cara utama dalam implementasi demokrasi, di mana warga negara mengambil bagian dalam memilih pemimpin nasional. Salah satu kelompok populasi yang kini semakin diperhatikan dalam konteks pemilu adalah Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Dengan karakteristik yang kuat dalam penggunaan teknologi, khususnya media sosial, Generasi Z berperan penting dalam dinamika politik saat ini. Media sosial, terutama Instagram, telah menjadi alat komunikasi politik yang utama, memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara pemilih dan aktor politik. Sebagai salah satu platform paling banyak digunakan, Instagram memberikan kesempatan kepada politisi untuk menyampaikan pesan-pesan politik secara visual dan interaktif, menjadikannya cara yang efektif untuk memengaruhi partisipasi politik masyarakat.

Dilansir dari diksimerdeka.com, Berdasarkan rilis Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Denpasar mengungkapkan dari sekitar 495.896 jumlah pemilih di Kota Denpasar pada Pemilu 2024. Terdapat sekitar 51,0% berasal dari Generasi Z dan Y (17-39). Sementara sisanya terbagi atas Generasi X, *Baby Boomer*, dan lansia. Kepentingan suara Generasi Z dalam pemilihan umum 2024 sangat penting karena akan membentuk panggung keputusan yang mempengaruhi arah masa depan Indonesia saat memasuki era bonus demografi. Selain itu, Generasi Z memiliki karakteristik yang unik, contohnya dalam hal penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Rentang kelahiran Generasi Z menurut Badan Pusat Statistik Indonesia adalah antara tahun 1997 hingga 2012, yang berarti mereka tumbuh dan berkembang beriringan dengan perkembangan teknologi informasi. Hal ini menjadikan Generasi Z akrab dengan media sosial, sehingga platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi kanal yang efektif untuk menyampaikan pesan politik dan berkampanye (Suryawijaya et al., 2024).

Media sosial adalah alat komunikasi dan interaksi sosial yang dilakukan secara daring tanpa batasan ruang dan waktu. Platform ini juga berfungsi sebagai tempat untuk berbagi konten seperti foto, video, dan tulisan. Media sosial berperan sangat penting dalam membangun kesadaran tentang partisipasi politik di kalangan remaja saat ini, menjadi referensi dan sumber informasi mengenai perkembangan politik di Indonesia. Namun, kurangnya kesadaran anak muda terhadap politik terlihat dalam pemilihan umum (pemilu), di mana banyak di antara mereka yang tidak peduli dengan situasi politik negara dan cenderung malas untuk berpartisipasi, sebuah fenomena yang dikenal sebagai golput. Hal ini diperburuk oleh

penyebaran informasi yang salah mengenai politik di media sosial. Di Indonesia, masalah golput menjadi topik perdebatan yang cukup menarik (Rivaldo Putra et al., 2024).

Lemahnya suara pemilih Generasi Z dalam Pemilu 2024 disebabkan oleh beberapa faktor yang saling berhubungan, termasuk rendahnya tingkat keterlibatan politik dan tingkat pendidikan politik yang tidak memadai. Meskipun generasi muda ini memiliki akses luas ke media sosial, mereka sering terpapar informasi yang salah, yang menciptakan ketidakpercayaan dan skeptisisme terhadap proses politik. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial, di mana banyak dari mereka berasal dari keluarga yang tidak mengedepankan pentingnya memilih, serta pembicaraan politik yang dianggap tabu di kalangan teman sebaya, berkontribusi pada apatisme mereka. Ditambah dengan kampanye politik yang tidak menarik dan kurangnya inovasi dalam menyampaikan pesan kepada pemilih muda, hal ini semakin memperburuk partisipasi mereka, yang sering kali berujung pada tingkat golput yang tinggi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan partisipasi politik Generasi Z di Denpasar, penting untuk mengatasi masalah pendidikan politik, meningkatkan kesadaran, dan menggunakan pendekatan kampanye yang lebih menarik dan relevan bagi mereka.

Beberapa alasan yang melatarbelakangi mengapa partai politik masih menggunakan cara tradisional seperti *door-to-door*, pertemuan tatap muka, dan media komunikasi cetak seperti baliho dan poster. Di satu sisi cara konvensional dibutuhkan karena adanya keterbatasan, seperti keterbatasan jaringan internet. Oleh karena itu cara konvensional dirasa tepat sebagai solusi infrastruktur yang masih belum memadai. Sebaliknya, metode konvensional tidak selalu menarik generasi Z karena dianggap membosankan dan tidak menarik. Informasi politik harus bebas dari stigma yang membosankan dan berat. Konten informasi politik yang dibuat oleh penyelenggara pemilu dan peserta pemilu harus menggunakan format tertentu seperti video vertikal, audio visual, dan penceritaan cerita naratif (*narrative storytelling*). Selain itu konten harus mengandung elemen *soft-selling* atau ajakan tidak langsung (Rosadi et al., 2020).

Komunikasi advokasi melalui Instagram diharapkan dapat membantu meningkatkan partisipasi politik Generasi Z dengan cara yang lebih menarik dan relevan bagi mereka. Dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti *story*, *polling*, dan *live streaming*, politisi dan pemangku kebijakan dapat menciptakan dialog yang lebih langsung dengan pemilih muda. Hal ini tidak hanya memungkinkan Generasi Z untuk mengajukan pertanyaan atau menyampaikan pendapat mereka tetapi juga memberikan mereka rasa memiliki dalam proses politik. Selain itu konten visual yang kreatif seperti infografis dan video pendek dapat digunakan untuk menyampaikan informasi politik yang kompleks dengan cara yang lebih mudah dipahami sehingga menarik perhatian mereka untuk lebih terlibat dalam diskusi politik.

Pentingnya advokasi politik di Instagram juga terletak pada kemampuannya dalam memperluas jangkauan pesan-pesan politik kepada audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan influencer atau figur publik yang memiliki pengikut di kalangan Generasi Z, kampanye politik dapat lebih mudah diterima. *Influencer* dapat membantu menyampaikan nilai dan ideologi politis dengan cara yang *relatable* dan sesuai dengan konteks kehidupan sehari-

hari Generasi Z. Ini berpotensi mengurangi tingkat golput di kalangan generasi muda dan mendorong mereka untuk lebih aktif berpartisipasi dalam pemilu. Jika komunikasi advokasi ini dilakukan secara konsisten dan dengan konten yang menarik, kedepannya diharapkan Generasi Z akan menjadi kelompok yang lebih sadar dan aktif dalam mengambil bagian dalam proses demokrasi di Indonesia.

Kesenjangan penelitian ini adalah komunikasi advokasi melalui Instagram tentu dapat berhasil dan berkembang jika dibiarkan terus menerus dengan pengelolaan yang benar, dengan menggunakan peran Instagram juga meningkatkan partisipasi politik Generasi Z dalam kebijakan pemilu dan dampak positif yang diharapkan adalah peningkatan kesadaran politik di kalangan mereka. Fitur interaktif seperti *polling* dan *live streaming* dapat mendorong keterlibatan aktif dalam diskusi politik dan memahami isu-isu penting. Selain itu konten visual menarik seperti infografis dan video pendek akan menyederhanakan informasi kompleks, mengurangi angka golput. Interaksi langsung dengan politisi memberi kesempatan bagi Generasi Z untuk bertanya dan berkontribusi dalam membuat mereka merasa didengar. Kampanye di Instagram juga dapat memperkuat jaringan di antara mereka yang memiliki minat politik serupa meningkatkan pengorganisasian untuk aktivitas politik. Dengan keterlibatan *influencer* agar pesan politik lebih mudah diterima yang berpotensi meningkatkan partisipasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis cara komunikasi advokasi melalui Instagram dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z dalam konteks kebijakan pemilu di Indonesia khususnya di Bali dan Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk menegaskan bahwa Instagram merupakan platform yang efisien dalam menyampaikan pesan politik dengan cara yang menarik dan relevan bagi Generasi Z. Fitur interaktif Instagram, seperti *polling* dan *live streaming* juga berpotensi mendorong keterlibatan aktif Generasi Z dalam proses politik. Selain itu penelitian ini akan menggali peran *influencer* atau figur publik dalam menyampaikan nilai dan ideologi politik dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh Generasi Z yang diharapkan dapat mengurangi tingkat golput di antara mereka. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya meningkatkan kesadaran politik di kalangan Generasi Z, agar mereka lebih aktif dalam berpartisipasi dalam pemilu, sekaligus mendukung penguatan demokrasi di Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini didasarkan pada definisi (Moleong, 2018), yang menggambarkan metode kualitatif deskriptif sebagai suatu pendekatan penelitian di mana informasi dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bahan-bahan deskriptif lainnya. Lokasi penelitian berada di Denpasar, Bali. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* untuk mendapatkan data dengan *Teknik Purposive Sampling*, di mana menurut Sugiyono & Lestari (2021) teknik tersebut menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab

permasalahan penelitian (Sugiyono & Lestari, 2021). Instrumen pada penelitian ini menggunakan 5 orang generasi Z dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini cara pengumpulan data, reduksi data, display data dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada bagian ini, akan dipaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari observasi dan wawancara terkait indikator dalam Komunikasi Interpersonal sesuai dengan kerangka konsep yang dikemukakan oleh (Anggraini et al., 2022). Hasil ini terfokus pada tiga indikator dari Komunikasi Interpersonal. Yaitu: Transparansi Pemerintah, Kesan Pertama dan Persepsi Masyarakat, dan Kualitas Interaksi Pemerintah kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh peneliti di Kota Denpasar, Provinsi Bali dilakukan dengan melibatkan beberapa informan dari pihak Ketua Sosialisasi KPU Kota Denpasar, Masyarakat Kota Denpasar Timur, Masyarakat Kota Denpasar Selatan, Masyarakat Kota Denpasar Barat, Masyarakat Kota Denpasar Utara. Pemilu dan Pilkada tahun 2024 sangat berpengaruh terhadap generasi Z. Berdasarkan data pemilih atau DPT 52% suara untuk generasi Z khususnya di Kota Denpasar.

1. Transparansi Pemerintah

Transparansi Pemerintah merupakan salah satu indikator utama dalam implementasi teori komunikasi interpersonal menurut (Anggraini et al., 2022) yang digunakan untuk menilai keberhasilan komunikasi advokasi dalam partisipasi generasi Z pada pelaksanaan pemilu di Kota Denpasar. Dalam indikator transparansi pemerintah mencakup sasaran kedalaman penyebaran informasi melalui instagram KPU Kota Denpasar. Tujuan dilakukannya penyebaran ini melalui media sosial untuk meningkatkan partisipasi generasi Z. Persepsi dan pengalaman responden terhadap transparansi informasi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar melalui media sosial khususnya Instagram cukup beragam meskipun umumnya menunjukkan penilaian yang positif.

Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Randy Gusas (Ketua Divisi Sosdiklih parmas & SDM KPU Kota Denpasar) yang menyatakan bahwa:

“Saat ini media yang paling nomor satu adalah pertama TikTok, lalu kedua Instagram, lalu yang lain mengikuti. Secara audiovisual memang TikTok dan Instagram itu masih merajai komunitas para generasi Z. Tetapi ada yang namanya deskripsi ataupun pendalaman tentang hal yang Lebih baik itu di X.”



Gambar 1. Wawancara dengan Pak Randy Gusas
(Ketua Divisi Sosdiklih parmas & SDM KPU Kota Denpasar)
Sumber: Penulis (2025)

Pernyataan tersebut didukung oleh saudari Lienita selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Barat yang menambahkan bahwa:

“Kalau saya jarang mendapat informasi melalui instagram sih karena memang saya lebih suka di TikTok, tapi dari Instagram tetap mendapat informasi nya.”

Secara umum, banyak responden menganggap bahwa transparansi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar melalui Instagram cukup jelas dan informatif dengan adanya penyampaian visi, misi, nama calon dan partai yang mendukung calon tersebut. Sehingga dapat memudahkan masyarakat terutama generasi Z Kota Denpasar dalam memahami proses pemilu. Hal ini tentu berpengaruh kepada partisipasi masyarakat terutama generasi Z dalam melakukan pemilihan.

KECAMATAN														KECAMATAN													
DESA	UMUR													DESA	UMUR												
	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
DENPASAR TIMUR	1904	2090	1871	2019	2063	2096	2052	2176	1953	1899	1918	1845		DENPASAR BARAT	1	2900	3262	2907	3170	3341	3377	3386	3404	3066	2957	3186	2918
DANGIN PURI	141	136	131	154	163	151	164	159	150	142	137	112		DAUH PURI		137	159	144	164	147	168	140	159	128	144	152	138
DANGIN PURI KELOD	214	240	215	201	237	256	207	233	218	207	204	168		DAUH PURI KANGIN		63	68	67	57	81	68	68	72	59	60	72	63
KESIMAN	216	228	202	213	206	218	256	265	200	211	264	212		DAUH PURI KAUH		229	237	215	242	249	231	269	229	216	197	209	198
KESIMAN KERTALANGU	310	354	319	340	336	334	296	333	314	276	279	277		DAUH PURI KELOD		189	235	182	210	219	236	218	199	193	175	183	147
KESIMAN PETILAN	166	160	169	179	169	166	185	190	161	193	169	154		PADANG SAMBIAN KAJA		257	310	276	312	304	297	309	332	263	288	321	267
PENATIH	149	170	146	184	178	187	177	203	187	165	171	181		PADANGSAMBIAN KELOD		468	548	443	519	526	546	545	547	527	491	514	484
PENATIH DANGIN PURI	143	154	135	134	139	140	146	160	135	120	142	140		PEMECUTAN		314	364	301	335	381	424	386	399	387	330	390	363
SUMERTA	148	144	144	118	152	140	133	132	123	113	110	140		PEMECUTAN KELOD	1	303	319	316	337	370	385	353	384	344	334	354	305
SUMERTA KAJA	106	143	111	155	165	155	128	137	146	138	137	149		TEGAL HARUM		487	588	511	562	603	561	632	634	499	478	554	512
SUMERTA KAUH	96	112	103	132	102	127	132	131	116	125	110	116		TEGAL KERTHA		200	163	193	184	200	203	201	206	197	207	188	191
SUMERTA KELOD	215	249	196	209	216	222	228	233	203	209	195	196		DENPASAR SELATAN	2827	3140	2902	3159	3185	3179	3204	3184	3194	2987	2914	2927	
DENPASAR UTARA	2612	2941	2573	2777	2890	2840	2832	3061	2759	2672	2740	2711		PANJER		396	394	389	397	408	414	417	446	392	396	399	405
DANGIN PURI KAJA	205	225	210	212	225	240	238	243	213	223	214	242		PEDUNGAN		352	435	406	455	454	471	456	460	442	445	423	373
DANGIN PURI KANGIN	148	165	166	137	166	169	169	162	141	145	150	150		PENOGAN		518	585	550	591	582	571	563	553	622	511	489	506
DANGIN PURI KAUH	101	131	119	121	114	136	109	132	127	117	110	135		RENON		185	211	198	184	197	213	201	208	212	205	165	173
DAUH PURI KAJA	305	326	256	304	296	303	317	316	311	309	313	298		SANUR		126	139	153	149	167	171	177	154	177	142	153	146
PEGUYANGAN	208	240	216	225	249	240	224	252	253	242	232	246		SANUR KAJA		105	113	128	142	137	124	127	140	142	144	125	130
PEGUYANGAN KAJA	157	159	157	161	170	168	175	159	176	138	157	127		SANUR KAUH		139	177	171	168	182	173	216	182	209	186	213	192
PEGUYANGAN KANGIN	288	337	307	338	355	321	323	357	345	330	340	321		SEANUR		65	85	57	56	73	85	75	60	57	53	63	71
PEMECUTAN KAJA	438	482	416	468	509	466	484	547	442	423	471	449		SIDAKARYA		654	661	589	724	695	644	675	693	646	637	607	653
TONIA	221	251	210	267	239	238	234	264	222	245	236	245				268	340	261	293	290	313	297	288	295	268	277	275
UBUNG	148	182	169	166	190	175	153	195	154	146	145	139															
UBUNG KAJA	393	443	347	378	377	384	406	434	375	354	372	359															
Grand Total	1	10243	11433	10253	11125	11479	11492	11474	11825	10972	10515	10758	10401														

Gambar 2. Rekap DPT Pemilih Generasi Z
Sumber: Data Kassubag Data Perencanaan KPU Kota Denpasar

Pernyataan tersebut juga didukung oleh saudara Riko selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Selatan yang menyatakan bahwa:

“Melihat transparansi yang disampaikan oleh KPU khususnya KPU Kota Denpasar. Untuk melihat transparansi yang disampaikan melalui instagram, cukup jelas. Dimana disana menyampaikan tentang nama calon, visi misi calon serta partai yang mengusung calon tersebut. Jadi menurut saya transparansi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar cukup jelas sekali melalui Instagram.”

Pernyataan tersebut juga didukung oleh saudari Komang Try selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Utara yang menyatakan bahwa:

“Transparansi pemerintah sendiri sudah agak jelas, mungkin kedepannya untuk ini lebih ke informasi yang mendukung mereka jadi lebih ke fokus pada visi misi mereka dengan konten-konten yang menarik perhatian generasi Z.”



Gambar 3. Wawancara dengan Generasi Z Kecamatan Denpasar Utara
Sumber: Penulis (2025)

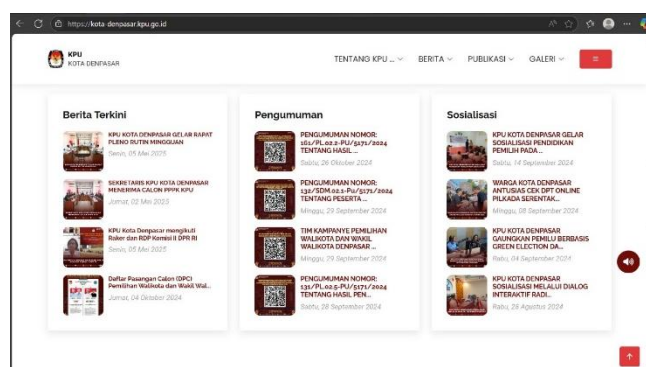
Pernyataan tersebut didukung oleh saudari Gek Mirah selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Timur yang menambahkan bahwa:

“Melihat 24 jam generasi Z ini sendiri bermain medsos jadi transparansi pemerintahan ini sendiri sudah cukup jelas.”



Gambar 4. Wawancara dengan Generasi Z Kecamatan Denpasar Timur
Sumber: Penulis (2025)

Dengan adanya komunikasi advokasi dalam pengimplementasian yang dilakukan melalui media sosial ini sangat berfokus dalam merealisasikan transparansi pemerintahan menurut (Anggraini et al., 2022). KPU Kota Denpasar setelah pemilu juga tetap melakukan *survey* terkhusus seperti pemungutan akhir data pemilih guna memperbaharui data-data para pemilih terkhusus generasi Z. Hal ini tentu sangat sejalan dengan indikator transparansi pemerintah.



Gambar 5. Halaman Depan Website KPU Kota Denpasar
Sumber : Website KPU Kota Denpasar (<https://kota-denpasar.kpu.go.id/>)

Dari kelima pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa indikator transparansi pemerintah dapat dikatakan berhasil karena sebagian besar generasi Z menganggap penyampaian informasi oleh KPU Kota Denpasar melalui instagram secara keseluruhan sudah jelas. Menurut observasi saya sebagai pengamat dilapangan sudah sangat jelas dalam transparansi dalam penyampaian informasi.

2. Kesan Pertama & Persepsi Masyarakat

Kesan pertama dan persepsi masyarakat terhadap KPU Kota Denpasar dalam menyampaikan informasi melalui isntagram mendapatkan tanggapan yang cukup positif.

Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Randy Gusas (Ketua Divisi Sosdiklih parmas & SDM KPU Kota Denpasar) yang menyatakan bahwa:

“KPU Kota Denpasar selalu memberikan informasi yang teraktual, terupdate dan juga akurat. Contohnya adalah kegiatan-kegiatan rutin kami. Seperti misalnya apel pagi atau rapat pleno rutin yang membahas tentang kebijakan KPU Kota Denpasar seminggu ke depan. Kita buat desain semenarik mungkin untuk menarik beberapa komunitas, baik itu BEM, kampus ataupun OKP, Organisasi Kepemimpinan yang ada di Kota dan Pasar. Yang kedua adalah kita bekerjasama dengan diskominfo melalui channel-channel ataupun kanal-kanal mereka, baik itu Radio Kota dan Pasar, Info dan Pasar ataupun beberapa hal yang memang berkaitan dengan pemerintah Kota Denpasar.”

Pernyataan tersebut juga didukung oleh saudara Riko selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Selatan yang menyatakan bahwa:

“Kesan pertama cukup informatif dari desain dan tempat postingan di instagram tersebut atau tampilan dari postingan cukup menarik untuk dilihat, desain desain nya juga sudah cukup digital sekali jadi informasi yang diberikan jadi bisa lebih gampang saya tangkap dan cerna.”



Gambar 6. Wawancara dengan Generasi Z Kecamatan Denpasar Selatan
Sumber: Penulis (2025)

Pernyataan tersebut didukung oleh saudari Gek Mirah selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Timur yang menambahkan bahwa:

“Kesan saya informasi yang diberikan sangat informatif dan kontennya itu lumayan kreatif serta kadang humor dan referensi culture yang relevan dengan generasi sekarang jadi kesannya cukup informatif.”

Namun dibalik tanggapan yang cukup positif terdapat juga kenyataan bahwa masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki dalam penyampaian informasi oleh KPU Kota Denpasar. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya minat generasi Z dalam mencari informasi di Instagram KPU Kota Denpasar. Pernyataan ini dapat didukung dari hasil wawancara dengan saudari Komang Try selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Utara yang menyatakan bahwa:

“Kesan saya bagus pada desainnya dan penyampaian informasi dari postingan KPU namun dalam penyampaian informasi di Instagram masih menggunakan caption yang terlalu panjang, sehingga saya menghabiskan waktu yang lebih lama untuk memahami.”

Pernyataan tersebut didukung oleh saudari Lienita selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Barat yang menambahkan bahwa:

“Saya tidak tahu, mungkin kurang menarik karena kurang mencari informasi di Instagram.”



Gambar 7. Wawancara dengan Generasi Z Kecamatan Denpasar Barat
Sumber: Penulis (2025)

Secara umum pernyataan diatas menggambarkan bahwa kesan pertama generasi Z terhadap penyelenggaraan dan informasi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar cukup positif terutama pada konten yang disampaikan. Akan tetapi sebagian responden juga menilai bahwa informasi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar melalui media sosial kuranglah menarik hingga menurunkan minat dalam mencari informasi melalui Instagram. Menurut observasi saya sebagai pengamat lapangan informasi yang disampaikan pada instagram sudah sangat jelas sehingga memberikan kesan yang bagus dari segi menariknya visual maupun kedalaman informasinya serta memanfaatkan media yang cocok dengan karakter generasi Z.

3. Interaksi Pemerintah kepada Masyarakat

Indikator kualitas interaksi pemerintah kepada masyarakat dalam pengimplementasian komunikasi advokasi melalui Instagram mengacu pada hambatan

dalam memahami informasi pemilu, yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar. Hambatan yang muncul juga sangatlah beragam hal ini didukung dari hasil wawancara dengan saudari Komang Try selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Utara yang menyatakan bahwa:

“Kendalanya saya harus membaca seluruh informasi yang ada di Instagram.”

Pernyataan tersebut didukung oleh saudari Lienita selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Barat yang menambahkan bahwa:

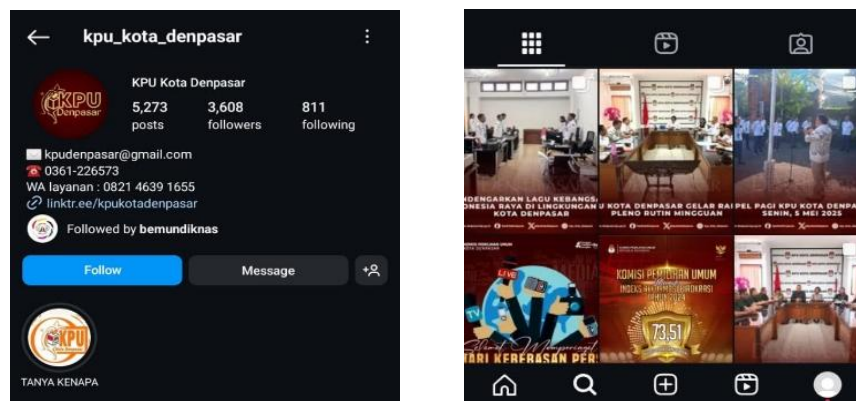
“Hambatan yang saya rasakan ketika saya memahami informasi itu terhalang karena biasanya di instagram itu memakai caption yang lumayan panjang, jadi saya agak sulit untuk memahaminya.”

Pernyataan tersebut juga didukung oleh saudara Riko selaku generasi Z di Kecamatan Denpasar Selatan yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya, kendala yang saya alami dalam mencari konten-konten kpu mungkin kurangnya konten dari KPU Kota Denpasar itu yang fyp, apalagi saya bukan tipe orang yang mencari nama instagram dari suatu instansi. Sehingga saya malah mendapatkan informasi tentang pemilu kota denpasar dari nama akun instagram lain.”

Dari hasil penelitian kualitas interaksi sangatlah penting karena pemerintah dapat mengetahui respon balik dari generasi Z ini sendiri. Dalam pelaksanaan penyebaran informasi KPU Kota Denpasar memanfaatkan fitur-fitur di Instagram seperti live streaming guna memperhatikan kualitas interaksi KPU Kota Denpasar dengan generasi Z. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Bapak Randy selaku Ketua Sosialisasi yang menyatakan bahwa:

“Kita menggunakan fitur-fitur seperti live streaming ya khususnya, dan itu kita buka web live di Youtube kami, walaupun memang interaksi terhadap Youtube kami perlu dibenahi, karena kita keterbatasan sarana-prasarana dan SDM untuk yang mengelola. Nah ini untuk di tahun 2025 ini, kita sudah merencanakan untuk memperbaiki seperti itu. Dan kita akan mengundang para influencer sebenarnya, baik itu di tataran kampus, SMA, ataupun di tataran publik.”



Gambar 8. Instagram KPU Kota Denpasar
Sumber : Instagram KPU Kota Denpasar

Secara umum dalam penyebaran informasi dengan menggunakan fitur seperti polling dan fitur interaktif lainnya memudahkan generasi Z untuk berpartisipasi dan berinteraksi langsung dalam proses penyebaran informasi. Penggunaan fitur-fitur tersebut dianggap mampu meningkatkan komunikasi dua arah yang efektif dan membuat generasi Z merasa lebih terlibat. Responden dari berbagai latar belakang menyoroti bahwa keberadaan konten yang tidak terlalu serius seperti animasi dan konten yang disajikan secara santai dan menarik mampu meningkatkan minat generasi Z terhadap informasi pemilu. Generasi Z menyukai konten yang kreatif, informatif, dan tidak terlalu formal, yang mampu menarik perhatian mereka dan membuat mereka lebih tertarik mengikuti informasi yang disampaikan agar sesuai dengan Indikator kualitas interaksi pemerintah kepada masyarakat dalam pengimplementasian komunikasi advokasi melalui Instagram. Dalam hal ini KPU Kota Denpasar juga menyatakan bahwa masih penting untuk melakukan pertemuan tatap muka.

Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Randy Gusas (Ketua Divisi Sosdiklih parmas & SDM KPU Kota Denpasar) yang menyatakan bahwa:

“Pertemuan tatap muka itu lebih memungkinkan atau lebih efektif ketika memang untuk menggali potensi-potensi informasi tentang baik itu kepemiluan ataupun pemilihan kemarin di kota Denpasar seperti itu. Masih efektif sebenarnya karena kita tidak pungkiri perkembangan zaman apalagi sudah ada teknologi AI, itu yang memang membuat kita risaukan. Nah yang efektif adalah untuk menangkal isu-isu hoax sebenarnya, terutama kemarin untuk isu-isu manipulatif, lalu tentang kampanye, itu memang masih efektif untuk media sosial karena percepatan akses informasi itu di media sosial ketimbang di tatap muka. Tetapi untuk mendapatkan pendalaman informasi tentang pemilihan atau kepemiluan masih diperlukan pertemuan tatap muka bagi generasi z kemarin.”

Secara keseluruhan dapat disimpulkan dari beberapa mayoritas pernyataan generasi Z menilai bahwa upaya pemerintah khususnya disini KPU Kota Denpasar dalam menyampaikan informasi melalui media sosial terutama Instagram sudah cukup efektif dalam menjalin kualitas interaksi dengan generasi Z. Namun untuk meningkatkan keberhasilan perlu adanya penyajian konten yang lebih menarik, interaktif, dan mudah untuk dipahami. Penggunaan media dan fitur yang mengikuti zaman juga dianggap penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal dan mampu meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses pemilu. Menurut observasi saya sebagai pengamat lapangan bahwa kualitas interaksi yang dilakukan KPU Kota Denpasar sudah sangat baik apalagi sudah memanfaatkan fitur live streaming yang dimana ada interaksi antara masyarakat terutama generasi Z dalam masa pemilu.

Pembahasan

Media komunikasi yang saat ini sering digunakan saat ini oleh generasi Z ialah instagram. Berdasarkan hasil wawancara dari seluruh narasumber dapat disimpulkan bahwa secara audiovisual Instagram sangat merajai komunitas terutama para generasi Z, hal ini tentu dapat menjadi tempat untuk KPU Kota Denpasar memanfaatkan sebagai lahan dalam penyebaran informasi terutama pada masa Pemilu terkhusus kampanye. Penyebaran informasi ini dikemas dalam bentuk konten yang menampilkan video dengan *caption* yang tentu saja menjelaskan secara detail bagaimana visi, misi, nama calon, serta informasi lain yang mendeskripsikan sebagaimana konteks pemilu itu. Generasi Z tentu sangat peka akan konten-konten yang ditampilkan melalui media sosial terutama transparansi untuk mengukur suara kepercayaan masyarakat terhadap calon pemimpin kelak. Pada Pemilu 2024 berdasarkan data pemilih atau DPT 52% suara untuk generasi Z khususnya. Komunikasi advokasi juga menentukan bagaimana reaksi kita dalam kesan pertama untuk menangkap informasi, hal ini juga dapat dikategorikan dalam pertimbangan untuk memilih.

Isu-isu hoax selama masa kampanye sampai pada pemilihan juga dapat mempengaruhi partisipasi masyarakat karena kepercayaan yang ada pun sudah tidak ada lagi maka dari itu perlu dimanfaatkan kembali fitur-fitur di media sosial yang dapat digunakan sebagai alat atau media komunikasi dalam penyampaian informasi tersebut. Sebagai calon pemimpin pada pemilu tentu harus melakukan penyebaran informasi mengenai kampanye, penyebaran ini perlu disesuaikan kembali dengan melihat bagaimana kondisi dari wilayah itu sendiri. Penyebaran informasi yang dilakukan pun sebaiknya masih menggunakan sistem tatap muka bukan hanya bertumpu pada media sosial saja, namun alangkah baiknya jika kedua sistem ini dapat berjalan dengan baik. Menurut peneliti lapangan dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan Pemilu perlu memerlukan media komunikasi seperti media sosial, namun dalam pelaksanaan ini belum bisa sepenuhnya menggunakan media sosial karena target dari Pemilu ini bukan hanya generasi Z namun masih banyak kaum-kaum yang memerlukan sistem *face to face* untuk mempermudah komunikasi. Metode *face to face* digunakan untuk melakukan

pendekatan secara fisik yang dimana dapat melihat langsung reaksi dari masyarakat ini sendiri. Dalam penyebaran informasi cepat Pemilu tentu memerlukan unsur – unsur agar dalam melakukan hal ini masih sesuai alur seperti adanya transparansi dari pemerintah, membangun kesan pertama yang baik agar mendapat persepsi masyarakat yang positif, mengedepankan kualitas interaksi pemerintah kepada masyarakat.

Teori komunikasi interpersonal menurut (Anggraini et al., 2022) dalam konteks transparansi pemerintahan menekankan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif antara pemerintah dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan pemerintahan yang transparan. Anggraini menyatakan bahwa transparansi tidak hanya soal keterbukaan informasi, tetapi juga melibatkan hubungan timbal balik yang terbuka, jujur, dan partisipatif antara pihak pemerintah dan publik. Transparansi dalam kegiatan Pemilu ini penting untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah serta menciptakan pemerintahan yang bersih dan bertanggung jawab. Hal ini sudah sesuai dengan komunikasi advokasi yang dilakukan oleh KPU Kota Denpasar dan masih terus berjalan. Berdasarkan hasil penelitian transparansi Pemilu sudah dilakukan dengan melakukan segala update informasi melalui Instagram KPU Kota Denpasar dan juga memanfaatkan media sosial lain seperti youtube, website, dan tiktok. Menurut (Anggraini et al., 2022) dalam komunikasi interpersonal kesan pertama dan persepsi masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan arah dan kualitas interaksi selanjutnya. Kesan pertama terbentuk dalam momen awal pertemuan dan sangat memengaruhi bagaimana seseorang terutama masyarakat menilai sikap dari lawan bicaranya. Dalam konteks komunikasi penampilan dan sikap serta cara berbicara saat pertama kali berinteraksi dengan masyarakat akan membentuk persepsi awal yang dapat bertahan dan memengaruhi tingkat kepercayaan publik. Persepsi masyarakat sendiri merupakan hasil dari interpretasi terhadap pesan dan perilaku komunikator. Untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan membangun kepercayaan pemerintah perlu menciptakan kesan pertama yang positif melalui komunikasi yang empatik dan terbuka yang pada akhirnya mendukung terciptanya komunikasi interpersonal yang efektif antara pemerintah dan masyarakat.

Dalam pengimplementasian KPU Kota Denpasar dalam menggunakan media sosial dalam hal ini sudah mendapatkan respon kesan pertama yang baik namun masih saja ada beberapa hoax-hoax yang tersebar sehingga beberapa masyarakat pun percaya dengan hoax tersebut. Pada indikator teori ini sudah cukup berjalan dengan baik pada pengimplementasiannya namun masih harus terus melakukan *branding* dan kesesuaian hal yang bisa disampaikan dengan tindakan akhirnya. Menurut (Anggraini et al., 2022) kualitas interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam komunikasi interpersonal sangat menentukan keberhasilan penyampaian pesan dan terciptanya hubungan yang saling percaya. Interaksi yang berkualitas ditandai dengan adanya kejelasan pesan dan keterbukaan serta kesediaan untuk mendengar dan merespons aspirasi masyarakat. Pemerintah tidak hanya bertugas menyampaikan informasi tetapi juga harus mampu membangun dialog yang partisipatif agar masyarakat merasa dihargai dan dilibatkan. Semakin tinggi kualitas interaksi

yang dibangun maka semakin besar pula kemungkinan terciptanya kepercayaan, transparansi, dan partisipasi aktif masyarakat dalam proses Pemilu ini. Pada penelitian ini dalam penyampaian interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui media sosial menghasilkan kualitas yang baik karena bentuk komunikasi yang disampaikan oleh KPU Kota Denpasar melalui media sosial terkhususnya Instagram sudah meningkatkan pemahaman masyarakat terutama generasi z yang dimana sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Anggraini (2022).

Berdasarkan penyelusuran terhadap penelitian yang ada, ditemukan beberapa refrensi penelitian sebelumnya. Penelitian dengan indikator transparansi pemerintahan menurut (Anggraini et al., 2022) sejalan juga dengan penelitian yang disampaikan oleh (Febrianti et al., 2025) bahwa mendorong keterbukaan dan transparansi dalam pemerintahan dan organisasi publik adalah langkah penting untuk menciptakan tata kelola yang baik (*good governance*). Untuk mencapai keterbukaan yang efektif juga diperlukan komitmen dari semua pihak termasuk pemerintah, lembaga non-pemerintah, media, dan masyarakat. Kolaborasi ini penting agar implementasi keterbukaan informasi tidak hanya menjadi formalitas tetapi benar-benar menciptakan partisipasi masyarakat yang aktif dan kritis. Dalam pengimplementasian kedua penelitian ini sudah baik dalam pengimplementasian pada indikator transparansi pemerintah. Pada indikator kesan pertama dan persepsi masyarakat relevan dengan penelitian menurut (Handayani & Suryani, 2019) yang menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat adalah persepsi masyarakat akan kenyataan yang sesungguhnya dibandingkan harapan-harapan yang ada. Kepuasan masyarakat dapat diwujudkan apabila masyarakat memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka. Pada penelitian dahulu ini juga menunjukkan bahwa kesan pertama dan persepsi masyarakat sangat berpengaruh karena membentuk persepsi awal tentang kualitas pelayanan seperti penilaian masyarakat terhadap berbagai aspek layanan salah satunya kepercayaan terhadap petugas dan sistem pelayanan secara keseluruhan.

Dalam pengimplementasian indikator kesan pertama dan persepsi masyarakat sudah baik namun masih ada beberapa masyarakat yang memiliki kesan pertama kurang baik karena pelayanan tidak memuaskan keinginan pengunjung. Namun secara teori penelitian ini sama-sama memiliki kesan yang kurang baik dalam pengimplementasiannya. Penelitian ini relevan dengan penelitian menurut (Diana & Veronika, 2018) dipenelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan sistem informasi suatu pemerintahan. Kualitas layanan yang baik tidak hanya berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan tetapi juga berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi masyarakat. Masyarakat yang menikmati layanan adalah masyarakat yang dapat menentukan kualitas layanan. Persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. Dalam penelitian ini menggunakan media sosial seperti website untuk kemudahan dalam berinteraksi, kecepatan respon, serta kualitas layanan yang diberikan melalui website tersebut. Relevansi yang sama juga ada dalam pengimplementasian Instagram sebagai wadah informasi yang menyampaikan

Pemilu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sama-sama melihat kualitas interaksi antara pemerintah dan masyarakat sebagai faktor utama dalam Pemilu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial khususnya Instagram yang menjadi alat efektif dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z di Kota Denpasar. Melalui konten yang menarik, transparan, dan interaktif seperti video, infografis, *polling* dan fitur *live streaming* yang didukung oleh *influencer* dan figur publik komunikasi advokasi mampu membangun citra positif politisi dan meningkatkan kesadaran politik serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Selain itu keterlibatan aktif Generasi Z dalam diskusi, pengawasan, serta penyebaran informasi politik menunjukkan bahwa platform media sosial tidak hanya memudahkan akses terhadap informasi tetapi juga memotivasi mereka untuk lebih berpartisipasi dalam proses demokrasi. Oleh karena itu strategi komunikasi melalui Instagram yang konsisten dan menarik sangat berpotensi besar dalam menurunkan angka golput dan memperkuat partisipasi politik generasi muda di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Diana, D., & Veronika, N. D. M. (2018). Analisis Kualitas Website Provinsi Bengkulu Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Pseudocode*, 5(1), 10–17. <https://doi.org/10.33369/pseudocode.5.1.10-17>
- Febrianti, I., Ayumi, M., & Panjaitan, A. (2025). *Peran Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Identitas dan Budaya Organisasi*. 60–70.
- Handayani, L., & Suryani, N. (2019). Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 743–757. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31504>
- Judijanto, L., Wandan, H., Ayu, N., & Triyanto, A. (2024). *Pengaruh Politik Identitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Digital Pemilih Milenial dan Gen Z di Indonesia*. 2(01), 24–35. <https://doi.org/10.58812/sish.v2.i01>
- Laorensa, E., Wulan Suri, E., & Dani, R. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membentuk Persepsi Pemilih Pada Pemilu 2024. *Masyarakat Demokrasi - Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.22212/jp.v15i2.4441>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>

- Menjelang, G. Z., & Di, P. (2025). *PEMAHAMAN DAN PRAKTIK KOMUNIKASI POLITIK AKTIVIS PALEMBANG*. 16(1), 79–89.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)* (Sunarto, Ed.; 1st ed.). ALFABETA.