

Pemanfaatan Digital Space Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Z Oleh Komisi Pemilihan Umum Kota Samarinda

Utilization Of Digital Space In Increasing The Political Participation Of Generation Z By The General Elections Commission (KPU) Of Samarinda City

Annisa Zakka Zanzabil¹, Yahdi Qolbi²

^{1,2} Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Vol. 14, No. 01

Page : 214

Published : 2026

KEYWORDS

Digital Space, Political
Participation, Generation Z

CORRESPONDENCE

Phone: +62 895-6059-53188

E-mail: niznizaal8@gmail.com

A B S T R A C T

This study aims to describe the policies and programs implemented by the General Election Commission (KPU) of Samarinda City increasing the political participation of Generation Z through the utilization of digital space. In addition, this study analyzes the factors that influence the effectiveness of KPU Samarinda's efforts in using digital media to reach young voters, as well as examines the contribution of digital space to enhancing Generation Z's political participation in the Regional Head Election (Pilkada) of Samarinda City. This research employs a qualitative approach with data collected through interviews, digital documentation, social media observation, and policy studies, including references to KPU RI Decree Number 620 of 2024 concerning the Voter Socialization and Education Program. The findings indicate that KPU Samarinda has implemented three main forms of digital space utilization: direct socialization in schools combined with the distribution of digital content, collaboration with local media to expand information reach, and the organization of sub-district-level (PPK) social media competitions. These programs contribute to increasing the political participation of Generation Z, although challenges remain, such as the low activity of PPK social media accounts and the absence of systematic educational content. Overall, digital space has a significant influence on expanding socialization outreach to Generation Z; however, its effectiveness still depends on the consistency of content management and the digital literacy of young voters.

INTRODUCTION

Era digitalisasi sudah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam ranah politik dan demokrasi. Perkembangan internet dan platform digital

telah menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk mengakses informasi secara cepat dan luas, khususnya di kalangan generasi muda. Data *Internasional Telecommunication Union* menunjukkan bahwa lebih dari lima miliar penduduk dunia telah terhubung dengan internet, dengan kawasan asia sebagai penyumbang terbesar jumlah pengguna (Our World In Data, 2023). Di Indonesia, jumlah pengguna internet pada tahun 2024 mencapai 221.563. 479 jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi, dengan generasi Z sebagai kelompok usia paling dominan dalam mengakses internet, yakni sebesar 34,40% (APJII, 2024).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, sehingga memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap perangkat dan ruang digital. Karakteristik ini menjadikan generasi Z mampu mengakses, mengelola dan menyebarkan informasi secara aktif melalui berbagai platform digital. Kondisi ini tidak hanya mengubah cara memperoleh informasi, tetapi juga membentuk pola interaksi sosial, pembentukan opini serta partisipasi dalam kehidupan politik (Pamungkas, 2021). Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z menghabiskan waktu lebih dari 10-12 jam per hari di depan layar, terutama sejak pandemi Covid-19, yang secara signifikan meningkatkan intensitas konsumsi media digital (Putri, M.A. et al., 2021).

Tingginya intensitas penggunaan media digital memberikan peluang besar bagi keterlibatan Generasi Z dalam aktivitas politik melalui ruang digital. Namun, tingginya paparan media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas partisipasi politik yang ada. Kurangnya literasi digital dan rendahnya pemahaman terhadap isu kepemiluan dapat menyebabkan Generasi Z rentan terhadap hoaks, framing informasi, serta partisipasi politik yang superfisial atau keterlibatan masyarakat dalam kegiatan politik hanya di permukaan, tidak mendalam, dan sering kali tanpa pemahaman substansi politik itu sendiri (Mansyur, 2020). Oleh karena itu, pemanfaatan ruang digital perlu disertai dengan strategi edukatif yang relevan dengan karakteristik Generasi Z agar dapat mendorong partisipasi politik yang lebih bermakna.

Dalam konteks ini, Komisi Pemilihan Umum (KPU) memiliki peran strategis sebagai lembaga penyelenggaraan pemilu dalam meningkatkan partisipasi pemilih, khususnya di kalangan Generasi Z. Pemanfaatan platform digital menjadi kebutuhan mendesak mengingat Generasi Z cenderung lebih aktif di media sosial dibandingkan dengan saluran komunikasi konvensional (Diazaki & Mubarak, 2024). Melalui strategi digital yang tepat, KPU diharapkan mampu meningkatkan kesadaran politik pemilih muda serta menanamkan pemahaman mengenai pentingnya partisipasi dalam proses demokrasi.

Namun demikian, realitas di tingkat lokal menunjukkan bahwa pemanfaatan ruang digital belum sepenuhnya berdampak optimal terhadap peningkatan partisipasi politik. Data Pilkada Kota Samarinda tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih hanya mencapai 59,7% terendah di antara kabupaten/kota yang ada di Provinsi Kalimantan Timur (Bayu, 2024). Rendahnya angka partisipasi ini mengindikasikan bahwa metode sosialisasi dan kampanye yang digunakan belum sepenuhnya relevan dengan minat dan karakteristik pemilih muda, khususnya Generasi Z.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan media digital oleh lembaga penyelenggara pemilu. (Akmal, 2024) menemukan bahwa KPU Kota Padang menghadapi kendala literasi politik Generasi Z akibat keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya variasi konten digital. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Nabila et al., 2025) menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan literasi politik Generasi Z. Sementara itu (Tarigan, 2024) menegaskan bahwa meskipun minat politik Generasi Z relatif tinggi, keterlibatan mereka masih memerlukan dukungan strategi komunikasi digital yang tepat. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji bagaimana KPU di tingkat lokal,

khususnya KPU Kota Samarinda, memanfaatkan ruang digital secara strategis untuk menjangkau Generasi Z sebagai kelompok pemilih dominan.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat celah penelitian yang perlu dikaji lebih mendalam, yaitu bagaimana strategi pemanfaatan ruang digital oleh KPU Kota Samarinda tidak hanya sebagai saluran penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang relevan dengan karakteristik Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan dan upaya KPU Kota Samarinda dalam memanfaatkan ruang digital, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya, serta memahami kontribusi pemanfaatan ruang digital terhadap peningkatan partisipasi politik Generasi Z dalam pelaksanaan Pilkada di Kota Samarinda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi politik digital di tingkat lokal.

THEORETICAL FRAMEWORK

Kerangka teoritis dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara pemanfaatan digital space oleh Komisi Pemilihan Umum dan peningkatan partisipasi politik Generasi Z. Kerangka ini dibangun dengan mengintegrasikan konsep peran kelembagaan, partisipasi politik, karakteristik Generasi Z sebagai digital native, serta ruang digital yang kini menjadi wadah utama dalam komunikasi politik.

Konsep peran dipahami sebagai aspek dinamis dari suatu kedudukan atau status sosial yang dijalankan melalui pelaksanaan hak dan kewajiban sesuai dengan posisi yang dimiliki (Syarifuddin et al., 2022). Peran tidak hanya dimaknai sebagai sekadar fungsi formal, tetapi juga sebagai rangkaian perilaku yang memiliki arti strategis bagi struktur sosial dan organisasi. Dalam konteks kelembagaan, peran mencerminkan bagaimana suatu institusi menjalankan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan tertentu dalam masyarakat. Horoeopetri, Arimbi, dan Santosa mengklasifikasikan peran ke dalam tiga dimensi operasional, yaitu peran sebagai landasan kebijakan, peran sebagai sarana komunikasi, dan peran sebagai alat strategi (Syarifuddin et al., 2022). Ketiga dimensi ini digunakan secara operasional dalam penelitian ini sebagai kerangka analisis untuk menilai bagaimana KPU Kota Samarinda memanfaatkan digital space dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z.

Peran sebagai landasan kebijakan merujuk pada kemampuan lembaga dalam merumuskan dan mengimplementasikan kebijakan yang adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi. Dalam konteks pemilu, kebijakan yang responsif terhadap perkembangan digital menjadi dasar bagi pemanfaatan ruang digital sebagai sarana sosialisasi dan pendidikan pemilih. Sementara itu, peran sebagai sarana komunikasi menempatkan digital space sebagai instrumen utama dalam penyampaian informasi politik, interaksi dengan pemilih, serta pembentukan pemahaman publik terhadap proses demokrasi. Peran sebagai alat strategi dimaknai sebagai upaya sistematis untuk memperoleh dukungan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya Generasi Z, melalui pendekatan yang sesuai dengan karakteristik dan kebiasaan mereka di ruang digital.

Partisipasi politik merupakan indikator penting dalam sistem demokrasi karena mencerminkan keterlibatan warga negara dalam proses pengambilan keputusan politik. Partisipasi politik tidak hanya terbatas pada pemberian suara dalam pemilu, tetapi juga mencakup berbagai bentuk keterlibatan lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam memengaruhi kebijakan publik (Firmansyah et al., 2023). Dalam pandangan Miriam Budiarto, partisipasi politik merupakan hak dan kewajiban warga negara untuk ikut serta dalam proses politik guna memengaruhi keputusan pemerintah (Hutabalian & Budiman, 2022). Tingkat partisipasi politik yang tinggi menunjukkan berfungsinya sistem demokrasi, sementara rendahnya partisipasi dapat mengindikasikan adanya masalah dalam komunikasi politik atau kepercayaan publik terhadap institusi politik. (Khosnol Khotimah & Muwahid, 2022). Perkembangan teknologi digital telah memperluas bentuk partisipasi politik ke dalam ruang digital. Media sosial dan platform daring memungkinkan individu untuk mengakses informasi politik, berdiskusi, serta mengekspresikan pandangan secara lebih mudah dan cepat. Bagi Generasi Z, partisipasi politik melalui ruang digital menjadi bentuk partisipasi yang lebih relevan

dibandingkan dengan cara-cara konvensional. Oleh karena itu, kualitas komunikasi digital yang disediakan oleh lembaga penyelenggara pemilu menjadi faktor penting dalam mendorong keterlibatan politik Generasi Z.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 dan dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh seiring dengan perkembangan internet dan media sosial (Melsya Dwi Putri et al., 2024). Generasi ini memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi, terbiasa melakukan multitasking, serta lebih menyukai komunikasi yang cepat dan visual. Media sosial menjadi sumber utama informasi dan ruang interaksi sosial mereka, termasuk dalam mengakses isu-isu politik (Putri, M.A. et al., 2021). Meskipun demikian, Generasi Z juga menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi politik, ketidakpercayaan terhadap institusi politik, serta paparan informasi yang tidak akurat di ruang digital (Kadir, 2022). Ruang digital (digital space) merujuk pada lingkungan virtual yang memungkinkan interaksi, pertukaran informasi, dan partisipasi tanpa batasan ruang dan waktu (Anshori & Nadiyya, 2023). Dalam konteks politik, ruang digital berfungsi sebagai arena penting bagi komunikasi politik, sosialisasi pemilu, dan mobilisasi partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda. Namun, pemanfaatannya juga menghadapi tantangan seperti penyebaran hoaks, kesenjangan digital, serta isu privasi dan keamanan data (Triastuti et al., 2025).

Pemanfaatan ruang digital dalam penyelenggaraan pemilu di Indonesia memiliki dasar kebijakan yang jelas melalui Keputusan KPU RI Nomor 620 Tahun 2024 tentang Pedoman Teknis Sosialisasi dan Pendidikan Pemilih, yang menekankan strategi sosialisasi adaptif melalui media digital untuk menjangkau pemilih muda. Dengan demikian, digital space diposisikan sebagai bagian integral dari strategi komunikasi politik KPU. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini menempatkan pemanfaatan digital space oleh KPU Kota Samarinda sebagai variabel kunci yang memengaruhi partisipasi politik Generasi Z, yang dianalisis melalui tiga dimensi peran KPU, yaitu sebagai landasan kebijakan, sarana komunikasi, dan alat strategi.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologi, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam pengalaman, pandangan, dan makna yang dialami informan terkait pemanfaatan digital space oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami bagaimana kebijakan, strategi, dan praktik komunikasi digital KPU dipersepsikan baik oleh pihak internal KPU sebagai pelaksana maupun oleh Generasi Z sebagai pemilih muda. Penelitian dilaksanakan pada periode April–November 2024, bertepatan dengan tahapan penting penyelenggaraan Pilkada Kota Samarinda.

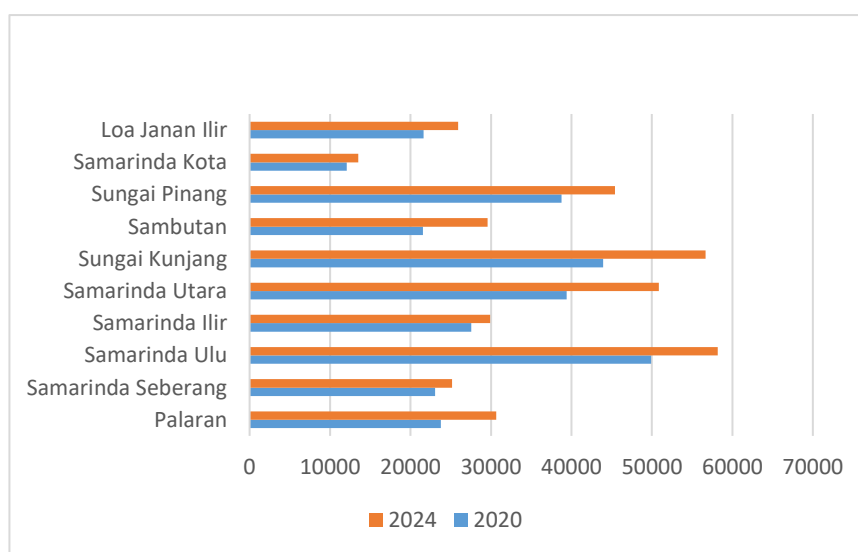
Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, dengan informan yang dipilih secara purposive, meliputi komisioner dan staf KPU Kota Samarinda yang terlibat dalam sosialisasi dan pengelolaan informasi, serta 30 responden Generasi Z yang merupakan mahasiswa aktif, pengguna media sosial, dan telah memiliki pengalaman mengikuti pemilihan. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, laporan kegiatan, konten media sosial, serta artikel portal berita daring yang berkaitan dengan upaya KPU Kota Samarinda dalam meningkatkan partisipasi politik Generasi Z melalui ruang digital. Observasi dilakukan terhadap platform digital resmi KPU Kota Samarinda, termasuk media sosial dan website, untuk melihat bentuk dan intensitas pemanfaatannya selama Pilkada 2024.

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan data agar relevan dengan fokus penelitian, khususnya pada peran KPU sebagai landasan kebijakan, sarana komunikasi, dan alat strategi. Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi tematik untuk memudahkan pemahaman hubungan antar konsep. Tahap akhir

berupa penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses verifikasi berkelanjutan guna memastikan konsistensi dan validitas temuan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

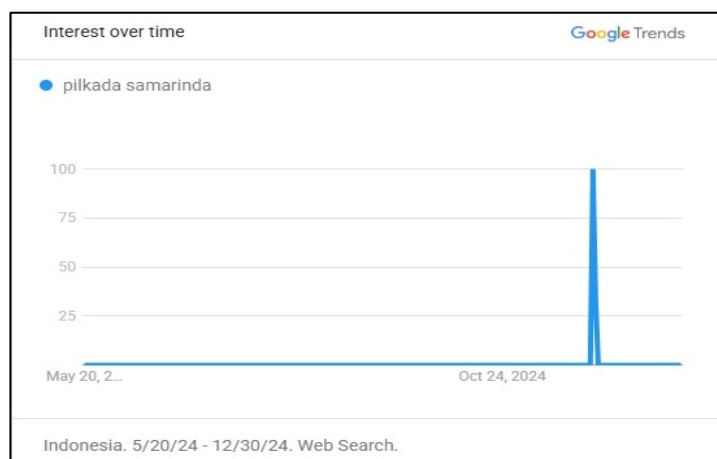
RESULT AND DISCUSSION

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital space oleh KPU Kota Samarinda telah dilakukan melalui beberapa instrumen utama, yaitu penggunaan media sosial resmi, kerja sama dengan media massa, serta penyelenggaraan lomba media sosial di tingkat Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK). Strategi ini diterapkan sebagai bagian dari upaya peningkatan partisipasi pemilih, khususnya Generasi Z, pada Pilkada Kota Samarinda tahun 2024. Berdasarkan data partisipasi pemilih, terjadi peningkatan tingkat partisipasi dari 51,8% pada Pilkada tahun 2020 menjadi 59,9% pada Pilkada tahun 2024. Perbandingan tingkat partisipasi tersebut disajikan pada Gambar berikut ini.



Gambar 1. Perbandingan Jumlah Pengguna Hak Pilih PILKADA Kota Samarinda Tahun 2020 dan 2024 per Kecamatan

Data ini memperlihatkan adanya peningkatan jumlah pengguna hak pilih di hampir seluruh kecamatan di Kota Samarinda. Meskipun demikian, capaian partisipasi tersebut masih berada di bawah target nasional yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peningkatan ini perlu dipahami sebagai indikasi perubahan positif dalam kehadiran pemilih di TPS, bukan sebagai bukti langsung keberhasilan satu strategi tertentu. Peningkatan angka partisipasi sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 tidak dapat dilepaskan dari kombinasi berbagai bentuk sosialisasi yang dilakukan KPU Kota Samarinda, baik melalui saluran digital maupun non-digital. Dalam konteks ini, digital space berperan sebagai pelengkap strategi komunikasi politik, bukan sebagai satu-satunya faktor penentu partisipasi. Temuan ini sejalan dengan prinsip metodologis penelitian sosial yang menegaskan bahwa hasil penelitian tidak membuktikan hubungan sebab-akibat secara langsung, melainkan menunjukkan kecenderungan empiris yang perlu ditafsirkan secara kontekstual. Selain data partisipasi, dinamika perhatian publik terhadap isu kepemiluan juga dianalisis melalui data *Google Trends*.



Gambar 2. Data Grafik Google Trends

Gambar 2 menyajikan tren pencarian kata kunci “Pilkada Samarinda 2024” sepanjang Januari hingga Desember 2024. Grafik tersebut menunjukkan bahwa intensitas pencarian publik mengalami lonjakan signifikan pada periode menjelang hari pemungutan suara, khususnya pada bulan Oktober hingga November 2024. Sebaliknya, pada bulan-bulan sebelumnya dan setelah pelaksanaan Pilkada, tingkat pencarian relatif rendah dan cenderung mendekati nol. Pola ini mengindikasikan bahwa perhatian publik terhadap isu kepemiluan bersifat temporal dan berorientasi pada momentum tertentu. Temuan pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan KPU Kota Samarinda belum sepenuhnya mampu membangun kesadaran politik yang berkelanjutan di ruang digital. Media digital lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian informasi menjelang pemungutan suara, bukan sebagai media edukasi politik jangka panjang. Pola ini konsisten dengan temuan (Putro Herwanto & Febrianti, 2025) yang menyebutkan bahwa minat pemilih muda terhadap isu kepemiluan cenderung meningkat mendekati hari pemilihan, namun menurun ketika konten yang disajikan bersifat formal dan kurang interaktif. Hasil observasi terhadap aktivitas akun Instagram resmi @kpu_kotasamarinda juga menunjukkan pola keterlibatan audiens yang fluktuatif. Tingkat interaksi konten Instagram selama periode April hingga November 2024 disajikan pada Tabel.

Tabel 1
Jumlah Interaksi Pada Akun Instagram KPU Kota Samarinda

Bulan	Jumlah Postingan	Rata-Rata Likes	Rata-Rata Komentar
April	29	22	20
Mei	36	32	24
Juni	40	35	11
Juli	29	24	0
Agustus	29	32	28

September	26	42	3
Oktober	14	25	9
November	24	35	8

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens cenderung meningkat pada bulan Juni hingga Agustus 2024, yang merupakan periode puncak sosialisasi pemilih. Konten yang menampilkan kegiatan lapangan, seperti jalan sehat Pilkada, sosialisasi langsung ke sekolah dan perguruan tinggi, serta aktivitas nonformal lainnya memperoleh tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan unggahan yang bersifat dokumentasi rapat internal atau pengumuman kelembagaan yang formal.

Pola interaksi yang ditunjukkan pada Tabel 2 mengindikasikan bahwa respons audiens Generasi Z sangat dipengaruhi oleh daya tarik visual, konteks aktivitas, serta kedekatan emosional konten dengan pengalaman keseharian mereka. Frekuensi unggahan tidak secara otomatis meningkatkan keterlibatan apabila tidak disertai dengan konsep penyajian yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik pemilih muda. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas media digital tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun resmi, tetapi juga oleh kualitas komunikasi politik yang dibangun melalui konten.

Hasil wawancara dengan 30 responden Generasi Z dari kalangan mahasiswa di Kota Samarinda memperkuat temuan observasi tersebut. Mayoritas responden menyatakan bahwa Instagram dan TikTok merupakan sumber utama informasi sehari-hari, termasuk informasi sosial dan politik. Namun demikian, sebagian besar responden mengaku jarang menjadikan akun media sosial KPU Kota Samarinda sebagai referensi utama informasi ke pemilu. Ketiadaan akun TikTok, keterbatasan variasi konten, serta dominasi unggahan yang bersifat formal menjadi faktor yang sering disebutkan oleh responden. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pola konsumsi media Generasi Z dengan platform serta gaya komunikasi digital yang digunakan oleh KPU Kota Samarinda.

Selain media sosial, KPU Kota Samarinda juga mengoptimalkan strategi komunikasi melalui kerja sama dengan media massa. Berdasarkan dokumentasi internal KPU Kota Samarinda, selama tahapan Pilkada tahun 2024 lembaga ini menjalin kerja sama dengan 19 media online, 4 media cetak, dan 10 radio lokal, yang menghasilkan 729 berita daring terkait tahapan dan kegiatan pemilu. Secara kuantitatif, jumlah pemberitaan tersebut menunjukkan bahwa KPU Kota Samarinda telah memanfaatkan media massa secara intensif sebagai sarana penyebaran informasi pemilu kepada publik yang lebih luas.

Namun demikian, jika dikaitkan dengan pola perhatian publik yang ditunjukkan melalui Gambar 2, intensitas pemberitaan yang tinggi belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan minat publik yang berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa kerja sama media yang dijalankan masih cenderung berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi satu arah dan bersifat administratif. Bagi Generasi Z, media daring konvensional dan radio bukan merupakan sumber utama informasi politik, sehingga efektivitas kerja sama media dalam meningkatkan keterlibatan pemilih muda masih terbatas.

Penelitian ini juga menemukan adanya faktor struktural yang memengaruhi optimalisasi pemanfaatan digital space. Berdasarkan wawancara dengan pihak internal KPU Kota Samarinda, pengelolaan desain visual, pembuatan konten, serta administrasi media sosial hanya ditangani oleh satu orang staf. Kondisi ini membatasi kapasitas produksi konten kreatif, konsistensi unggahan, serta pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih interaktif, khususnya pada platform yang menuntut kreativitas tinggi seperti TikTok. Keterbatasan sumber daya manusia ini berdampak langsung pada belum optimalnya pemanfaatan algoritma media sosial untuk memperluas jangkauan konten kepada pemilih muda.

Dari perspektif teori peran, pemanfaatan digital space oleh KPU Kota Samarinda masih dominan pada peran sebagai sarana komunikasi administratif. Media digital lebih banyak digunakan untuk menyampaikan informasi kelembagaan secara satu arah, sementara peran sebagai alat strategi untuk membangun dialog politik, edukasi kepemiluan, dan peningkatan literasi politik Generasi Z belum dijalankan secara optimal. Minimnya interaksi dua arah dan keterlibatan audiens mencerminkan bahwa ruang digital belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai arena partisipatif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Akmal S et al., 2024) dan (Maidi, 2024) yang menegaskan bahwa efektivitas digitalisasi politik sangat bergantung pada kualitas konten, interaktivitas, serta kapasitas sumber daya manusia. Dalam konteks KPU Kota Samarinda, keterbatasan SDM, belum meratanya aktivitas media sosial di tingkat PPK, serta dominasi konten formal menjadi faktor penghambat dalam membangun komunikasi politik digital yang resonan dengan Generasi Z.

Secara deduktif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan digital space oleh lembaga penyelenggara pemilu perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan kuantitas informasi, tetapi juga pada penguatan kualitas komunikasi politik. Pengembangan konten edukatif yang visual dan interaktif, pemanfaatan platform yang relevan dengan Generasi Z, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta integrasi strategi digital dengan kerja sama media merupakan langkah strategis yang dapat meningkatkan efektivitas digitalisasi pemilu. Dengan pendekatan tersebut, digital space berpotensi berkembang dari sekadar sarana penyebaran informasi menjadi ruang partisipasi politik yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi pemilih muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *digital space* oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda telah dilakukan melalui media sosial resmi, kerja sama dengan media massa daring, media cetak, radio, serta didukung oleh kegiatan sosialisasi secara langsung. Berbagai upaya tersebut berkontribusi terhadap peningkatan partisipasi pemilih pada Pilkada Kota Samarinda tahun 2024 dibandingkan dengan Pilkada tahun 2020. Namun demikian, peningkatan tersebut tidak dapat diinterpretasikan sebagai dampak langsung dari strategi digital semata, melainkan merupakan hasil dari kombinasi berbagai bentuk sosialisasi dan dinamika politik yang berlangsung selama tahapan Pilkada.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *digital space* dan partisipasi politik Generasi Z belum terbangun secara optimal. Meskipun Generasi Z merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media digital, mereka belum menjadikan media sosial KPU Kota Samarinda sebagai sumber utama informasi ke pemilu. Kondisi ini dipengaruhi oleh masih rendahnya tingkat interaktivitas komunikasi digital, dominasi konten yang bersifat formal dan administratif, minimnya konten edukatif serta partisipatif, belum optimalnya respons terhadap interaksi pengguna, dan belum dimanfaatkannya platform digital yang lebih dekat dengan karakteristik Generasi Z, seperti TikTok. Akibatnya, ruang digital lebih banyak berfungsi sebagai media penyampaian informasi daripada sebagai ruang dialog dan partisipasi politik yang berkelanjutan bagi pemilih muda.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa KPU Kota Samarinda perlu mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih interaktif, dialogis, dan partisipatif agar sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai *digital native*. Penguatan kualitas konten edukasi politik yang kreatif, pemanfaatan platform digital yang lebih relevan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan media sosial, serta pengembangan mekanisme komunikasi dua arah dengan pengguna menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas pemanfaatan *digital space*. Dengan demikian, ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi ke pemilu, tetapi juga sebagai sarana membangun literasi politik, keterlibatan publik, dan partisipasi politik Generasi Z secara berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang memengaruhi interpretasi dan generalisasi temuan. Desain penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus membatasi generalisasi hasil ke wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda. Selain itu, penelitian ini belum mengisolasi secara kuantitatif pengaruh *digital space* dari faktor non-digital, seperti sosialisasi tatap muka dan pemberitaan media massa, sehingga hubungan sebab-akibat tidak dapat ditarik secara langsung. Keterbatasan data analitik media sosial serta representasi responden Generasi Z yang didominasi oleh mahasiswa juga membatasi kedalaman analisis terhadap efektivitas pemanfaatan *digital space* secara menyeluruh.

REFERENSI

- Akmal, M. (2024). *Kendala dan upaya KPU dalam meningkatkan literasi politik generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram*. <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i3.556>
- Akmal S, M. ... Hasrul, H. (2024). *Kendala dan upaya KPU dalam meningkatkan literasi politik generasi Z pada Pemilu 2024 melalui Instagram*. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 4(3), 618–629. <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i3.556>
- Anshori, I., & Nadiyya, F. A. A. (2023). *Peran Ruang Digital Sebagai Transformasi Gerakan Aksi Sosial Mahasiswa Melalui Platform Sosial Media*. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2), 343–362. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i2.68981>

- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*.
- Bayu, R. (2024). *Tren Positif, Partisipasi Pemilih Pilkada Serentak 2024 di Samarinda Naik 8 Persen*. Kaltim Post. <https://kaltimpost.jawapos.com/samarinda/2385395412/tren-positif-partisipasi-pemilih-pilkada-serentak-2024-di-samarinda-naik-8-persen>
- Diazzaki, Y. F., & Mubarak, A. (2024). Peran Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi-Z Pada Pemilu Tahun 2024 Di Kabupaten Agam. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i2.139>
- Firmansyah, F. ... Nur, M. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrembang) Desa. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4502>
- Hutabalian, R., & Budiman, E. A. (2022). Peran Serta Masyarakat Dalam Mewujudkan Pemilihan Umum Yang Demokratis Di Provinsi Papua Dalam Perspektif Badan Pengawas Pemilihan Umum. *Jurnal Ius Publicum*, 2(2), 218–229. <https://doi.org/10.55551/jip.v4i4.36>
- Kadir, N. (2022). Media Sosial dan Politik Partisipatif : Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial dan Gen Z. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 180–197. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v4i2.225>
- Khosnol Khotimah, & Muwahid. (2022). Keberadaan Partai Politik Sebagai Bentuk Pelembagaan Demokrasi. *Sosio Yustisia: Jurnal Hukum Dan Perubahan Sosial*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.15642/sosyus.v2i1.170>
- Maidi. (2024). *Gen Z dan Literasi Politik, Angkat Keterlibatan Pemilih Muda di Pemilu dan Pilkada 2024*. <https://sumbar.kpu.go.id/blog/read/gen-z-dan-literasi-politik-angkat-keterlibatan-pemilih-muda-di-pemilu-dan-pilkada-2024>
- Mansyur, M. (2020). Model Literasi Digital untuk Melawan Ujaran Kebencian di Media Sosial Digital Literacy Model to Counter Hate Speech on Social Media. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 125–142. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.22.2.2020>.
- Melsya Dwi Putri ... Daimatussalimah Daimatussalimah. (2024). Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 4(2), 211–223. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i2.3300>
- Nabila, V. ... Kurniawan, A. W. (2025). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Literasi Politik Gen Z pada Pilkada 2024 di Kabupaten Garut. 14(2), 269–285. <https://doi.org/10.35508/jikom.v14i2.9707>
- Our World In Data. (2023). *Data Page: Number of people using the Internet*.
- Pamungkas, I. N. A. (2021). Komunikasi Dosen dengan Mahasiswa Kelompok Digital-natives di Perguruan Tinggi. *Avant Garde*, 9(1), 79. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1229>
- Putri, M.A., A. K. ... Pujihartati, S. H. (2021). Social Capital To Control Generation Z'S Screen Time Behavior. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10(3), 261–274. <https://doi.org/10.20961/jas.v10i0.50485>
- Putro Herwanto, D., & Febrianti, D. (2025). Generasi Z di Era Politik Digital: Bagaimana Media Sosial Membentuk Kecemasan Dan Antusiasme dalam Pilkada Bogor 2024. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis &*

Komunikasi, 12(1), 196–205. <https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v12i1.4516>

- Syarifuddin, H. ... Ikbali, M. (2022). Peran Badan Permusyawaratan Desa Talawe Kecamatan Watang Sidenreng Kabupaten Sidenreng Rappang. *PRAJA: Jurnal Ilmiah Pemerintahan*, 10(2), 113–121. <https://doi.org/10.55678/prj.v10i2.675>
- Tarigan, V. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterlibatan Politik Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Sumatera Utara 2024. 4. <https://doi.org/10.56128/jkih.v4i3.399>
- Triastuti, I. ... Noviyanti, I. (2025). Tingkat Stres Pada Gen Z Terhadap Pengaruh Media Sosial. 4(<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/issue/view/1703>), 264–272. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/issue/view/1703>