

ANALISIS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK KESADARAN POLITIK MAHASISWA GEN Z DI KOTA DENPASAR

Oleh

I Gusti Ayu Bintang Dwijayanthi^{1*}, I Nyoman Subanda², Nuning Indah Pratiwi³, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

Email: ^{1*}bintangdwijayanti@gmail.com, ²nyomansubanda@undiknas.ac.id, ³nuningindahpratiwi@undiknas.ac.id, ⁴devikalfika@undiknas.ac.id

Article History:

Received: 25-10-2025

Revised: 30-10-2025

Accepted: 27-11-2025

Keywords:

Social Media, Agenda Setting, Political Awareness, Generation Z, Bali Regional Election 2024

Abstract: This study aims to analyze how political content on Instagram shapes the political awareness of Generation Z students during the 2024 Bali Regional Election (Pilkada), using the Agenda Setting theory as the main analytical framework. Employing a descriptive qualitative approach, this research examines three levels of agenda setting: media agenda, public agenda, and policy agenda, alongside the cognitive, affective, and evaluative dimensions of political awareness. The findings reveal that Instagram plays a significant role in directing the political issues considered important by Gen Z, particularly through the viral circulation and high frequency of political content during the election period. These digital discussions not only influence public dialogue among students but also stimulate responses from candidates, contributing to the formation of policy agendas. Furthermore, Instagram enhances students' (cognitive) awareness by increasing their political knowledge, triggers emotional responses toward candidates and political issues (affective), and strengthens their critical evaluation of information (evaluative), ultimately encouraging more informed and conscious voting behavior. Overall, this study highlights Instagram as an effective digital political arena that fosters political awareness and engagement among Generation Z during the 2024 Bali Regional Election.

PENDAHULUAN

Komunikasi pada era digital saat ini mengalami transformasi besar yang mengubah pola interaksi sosial, politik, dan budaya di masyarakat modern, terutama generasi muda, tidak lagi bergantung pada media konvensional untuk memperoleh informasi, melainkan menjadikan media sosial sebagai ruang utama dalam membangun pemahaman dan pandangan terhadap kehidupan sehari-hari. Media sosial bukan hanya berfungsi sebagai

sarana berbagai aktivitas pribadi, tetapi telah berkembang menjadi arena diskusursus publik yang dinamis, termasuk dalam urusan politik. Kini media digital menjadi alat efektif untuk mendorong keterlibatan politik generasi muda, melalui media sosial dapat menunjukkan partisipasi aktif mereka dalam berbagai gerakan sosial secara *online* maupun *offline*, dan berguna mengekspresikan identitas politik mereka untuk menyuarakan penolakan terhadap kebijakan politik yang menurut mereka bertentangan (Jayawinangun & Nugroho, 2025, h. 16). Perubahan ini membuat media sosial menjadi salah satu faktor strategis yang menentukan bagaimana opini publik, persepsi, dan kesadaran politik terbentuk di kalangan generasi muda. Mahasiswa Gen Z, sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi, menjadi generasi yang paling terpengaruh oleh kemajuan digital ini, sehingga media sosial memainkan peran besar dalam membentuk cara mereka memandang dan merespon isu politik. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Maolana (2024, h. 40), yang menjelaskan media sosial selain menjadi alat komunikasi dapat juga digunakan untuk mengakses dan menyebarkan informasi di berbagai bidang salah satunya penyebaran komunikasi dan ide-ide seputar politik.

Menurut laporan *Global Digital Reports 2025*, tingkat penetrasi internet yang mencapai lebih dari 212 juta pengguna di Indonesia menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari dunia digital. Media sosial khususnya Instagram, menjadi salah satu platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, dengan basis visual dan fitur interaktifnya, memungkinkan penyebaran informasi politik secara cepat dan luas, sehingga menjadi salah satu media politik paling berpengaruh di kalangan generasi muda. Instagram menjadi situs jejaring sosial yang paling diminati saat ini dan terus bertambah penggunaannya dari kalangan masyarakat, terutama pada kalangan mahasiswa Gen Z (Situmorang & Hayati, 2023, h. 113). Hal ini semakin menguatkan bahwa relasi antara politik dan media sosial seperti Instagram menjadi sebuah peranan penting dalam konteks politik seperti Pilkada Bali 2024 yang menjadi perhatian utama mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar.

Generasi Z sebagai *digital natives* memiliki kedekatan yang sangat intens dengan teknologi. Mereka mengakses informasi politik sebagian besar melalui *feed*, *story*, *reels*, dan influencer di Instagram. Diantara berbagai platform digital, media sosial Instagram telah menjadi salah satu media sosial yang paling dominan bagi Gen Z dalam mengakses informasi (Hakim et al., 2024, h. 490). Pola konsumsi informasi yang serba cepat ini membuat mereka sangat terpapar narasi, opini, dan kampanye politik, baik dalam bentuk visual maupun teks singkat. Informasi politik yang tersebar di platform Instagram memudahkan mahasiswa Gen Z memahami perpolitikan Indonesia, sehingga mendorong peningkatan minat dan partisipasi mereka dalam kegiatan politik (Permana, 2022, h. 201). Namun, paparan intens terhadap informasi politik ini dapat berdampak ganda, satu sisi dapat meningkatkan keterlibatan informasi dan pemahaman politik, namun di sisi lain juga dapat menyebabkan distorsi informasi, polarisasi, dan pembentukan opini instan. Oleh sebab itu, penting untuk memahami bagaimana konten politik yang generatif di Instagram mampu membentuk orientasi kognitif, afektif, dan evaluatif mahasiswa Gen Z sebagai bagian dari proses pembentukan kesadaran politik.

Pada wilayah Bali, khususnya Kota Denpasar sebagai pusat pendidikan dan aktivitas sosial generasi muda, fenomena ini tampak lebih jelas. Pilkada Bali 2024 menjadi momentum

penting yang memperlihatkan bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk menyebarkan isu politik, mulai dari isu pencalonan calon kepala daerah, penetapan resmi oleh KPU, kampanye, dan debat publik, sehingga dapat mempengaruhi persepsi pemilih bahkan menggerakkan opini publik. Mahasiswa Gen Z menjadi salah satu kelompok pemilih terbesar yang mulai menggunakan hak pilih pada kontestasi politik lokal tersebut. Dengan dominasi pengguna internet berusia 16-24 tahun, kelompok ini memiliki potensi besar untuk menentukan arah politik Bali kedepan. Namun, dari survei yang telah dilakukan adanya kekhawatiran yang muncul karena tingkat kesadaran politik Gen Z di Bali masih tergolong rendah. Banyak dari mereka yang masih belum paham terkait politik yang dapat berpotensi golput di kalangan mereka.

Pada situasi ini Instagram dapat menjadi agenda media dan berperan strategis dalam mendorong isu tertentu agar dapat menjadi penting di mata publik. Melalui teori Agenda Setting, dapat dipahami bahwa media sosial khususnya Instagram, tidak sekedar menyampaikan informasi, tetapi secara aktif menentukan isu apa yang perlu diperhatikan oleh pengguna. Pada Pilkada Bali 2024, unggahan mengenai profil kandidat, konten kampanye, liputan debat publik, hingga opini konten kreator lokal menjadi stimulus penting yang memengaruhi mahasiswa Gen Z dalam membentuk persepsi politiknya. Paparan isu politik yang berulah, disertai gaya penyajian secara visual yang menarik di Instagram, menjadi faktor kunci yang mendorong *transfer of salience* dari media menuju kesadaran publik, khususnya mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar. Selain agenda media, diskusi yang terjadi melalui komentar, repost, dan interaksi digital lainnya membentuk agenda publik, yakni bagaimana isu politik menjadi bahan perhatian dan pembicaraan di kalangan mahasiswa. Lebih jauh lagi, ketika opini publik yang terbentuk cukup kuat, isu tersebut dapat memengaruhi agenda kebijakan, sebab kandidat maupun lembaga penyelenggara pemilu terpicu untuk menyesuaikan strategi kampanye dan edukasi politik berdasarkan respons masyarakat, terutama generasi muda, seperti mahasiswa Gen Z. Karena itu, proses agenda setting pada Instagram tidak hanya berhenti pada pembentukan persepsi, tetapi dapat memengaruhi sikap politik mahasiswa hingga dalam banyak kasus menentukan keputusan mereka dalam menggunakan hak pilih.

Kesadaran politik mahasiswa Gen Z dalam penelitian ini dipahami melalui tiga dimensi utama menurut Almond dan Verba yang dapat dibagi menjadi: orientasi *kognitif* yang mencakup pengetahuan politik dan pemahaman sistem pemilu, orientasi *afektif* yang menunjukkan minat, kepedulian, dan emosi terhadap isu politik, dan orientasi *evaluatif* yang mengukur kemampuan mereka menilai kandidat, kebijakan, dan performa politik. Ketiga orientasi tersebut sangat dipengaruhi oleh cara media sosial Instagram dalam menyajikan isu politik. Paparan konten dapat memperkuat pengetahuan mahasiswa, membangkitkan minat terhadap politik lokal, dan pada akhirnya mempengaruhi penilaian mereka terhadap pasangan calon pada Pilkada Bali 2024.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z bukan hanya konsumen pasif konten digital, tetapi mereka terlibat dalam proses menginterpretasikan informasi, berdiskusi, membentuk opini, dan bahkan ikut menyebarkan informasi politik yang mereka anggap relevan. Hal tersebut menjadi relevan untuk dikaji mengingat Pilkada Bali 2024 memberikan contoh nyata bagaimana media sosial menjadi ruang kampanye utama yang difokuskan kepada pemilih muda. Konten politik yang tersebar melalui Instagram tidak lagi

sekadar informasi, tetapi telah menjadi bagian dari konstruksi kesadaran politik mahasiswa Gen Z. Media sosial memiliki peran dalam membentuk kesadaran politik karena penyebaran informasi politik yang mudah dan tidak lepas dari partisipasi mereka dalam menggunakan hak suara sebagai warga negara (Tamrin et al., 2024, h. 2179). Maka penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis bagaimana media sosial Instagram membentuk kesadaran politik mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar, terutama dalam fokus konteks Pilkada Bali 2024 yang menjadi momentum penting bagi generasi muda dalam memahami peran mereka sebagai warga negara.

Melalui teori Agenda Setting oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972) sebagai landasan utama dan konsep kesadaran politik menurut Almond dan Verba (1963) sebagai fokus analisis, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika hubungan antara media sosial Instagram dan pembentukan kesadaran politik. Penelitian ini tidak hanya diharapkan memberi kontribusi pada kajian komunikasi politik dan media digital, tetapi juga mampu memberikan gambaran empiris yang berguna bagi pemerintah, lembaga penyelenggara pemilu, pendidik, serta masyarakat umum mengenai pentingnya media sosial dalam membangun generasi pemilih muda yang lebih sadar, kritis, dan partisipatif dalam proses demokrasi.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Politik

Komunikasi politik menjadi dasar dalam menjalankan proses interaksi yang berlangsung antara masyarakat, aktor politik, serta institusi yang berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan politik. Pertukaran pesan serta gagasan politik yang dilakukan dapat mempengaruhi opini publik dan penentuan kebijakan, proses tersebut dapat berlangsung melalui media sebagai saluran informasi (Sampurna et al., 2024, h. 26773). Pesan politik yang bersifat dinamis dan berlangsung secara keberlanjutan karena, memungkinkan aktor politik untuk menciptakan, membagikan, serta mengelola makna melalui pesan-pesan yang di sampaikan kepada publik melalui media massa (Alam, 2021, h. 69). Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mekanisme untuk membangun citra dan menjaga legitimasi dimata masyarakat. Pesan politik yang disampaikan melalui media massa dapat lebih cepat diterima oleh publik sehingga dapat membentuk keputusan tersendiri dari audiens. Penyampaian pesan politik berjalan efektif karena adanya kesadaran pada publik terhadap isu-isu politik yang sedang berkembang, sehingga mereka mampu menilai, merespons, dan berpartisipasi dalam proses politik secara bijaksana (Lopulalan & Pendahuluan, 2023, h. 12). Secara keseluruhan, komunikasi politik dapat dipahami sebagai elemen utama dalam kehidupan demokratis, berperan dalam sosialisasi politik masyarakat, pembentukan kesadaran politik, hingga dapat mempengaruhi keputusan politik dalam diri individu.

Kesadaran Politik

Kesadaran politik mencerminkan sejauh mana individu memahami, merasa peduli, dan memiliki kepekaan terhadap isu-isu politik yang mempengaruhi kehidupan mereka. Individu yang memiliki kesadaran politik lebih mengetahui hak dan kewajiban sebagai warga negara, serta memahami proses pengambilan keputusan dan menyadari dampak kebijakan

publik sehari-hari. Kesadaran politik tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui pengalaman sosial, paparan media, dan pendidikan politik.

Media Sosial Instagram

Andreas Kaplan dan Michael mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas fondasi edeologis dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran informasi *User-Generated Content*. Media sosial memainkan peran mendasar dalam politik modern dengan memungkinkan partisipasi aktif, memperkuat gerakan sosial dan politik serta sebagai alat untuk memobilisasi dan menyebarkan informasi politik (Hutabarat, 2024, h. 205). Gen Z yang lahir dan berkembang di era teknologi cenderung memperoleh informasi politik terutama melalui media sosial, dengan kemajuan teknologi membuat berbagai aspek kehidupan mudah diakses hanya melalui platform digital. Termasuk dalam perkembangan politik yang kini bergerak sangat cepat di media sosial, khususnya Instagram. Instagram sebagai platform media sosial yang dimanfaatkan penggunaannya untuk berbagi informasi dalam bentuk gambar, foto, video, serta tulisan singkat atau caption. Media sosial Instagram merupakan salah satu platform yang sangat digemari oleh Gen Z, sebagai ruang interaktif dalam penyebaran informasi politik (Zephaniah et al., 2025, h. 973). Peran strategis Instagram sebagai media dalam membantu pembentukan kesadaran politik ditengah perkembangan teknologi saat ini, karena Instagram menyediakan ruang untuk penyebaran informasi, diskusi, dan interaksi sosial yang memengaruhi cara individu memahami perkembangan isu lebih cepat (Muda et al., 2025, h. 273). Dengan demikian Instagram sebagai media sosial berbasis visual dalam pembentukan kesadaran politik Gen Z, karena dapat menayangkan konten yang ringkas, menarik, dan mudah digambarkan memungkinkan penyebaran informasi lebih cepat. Algoritma Instagram yang memperkuat paparan isu relevan terkini, serta fitur interaktif seperti komentar, *like*, *share* yang memungkinkan pengguna terlibat dalam diskusi secara cepat dan dinamis. Melalui keberadaan akun politisi, aktivis, media, dan komunitas isu tertentu, Instagram tidak hanya menjadi saluran penyebaran informasi politik, namun juga partisipasi politik yang lebih aktif pada tingkat isu lokal seperti adanya Pilkada sebagai isu terkini tentang calon kepala daerah. Dengan Instagram publik dapat lebih nyata merasakan politik lokal yang langsung dapat menyentuh kehidupan individu. Karena, keterpaparan informasi yang terus-menerus menyesuaikan dengan isu relevan yang ramai diperbincangkan.

Mahasiswa Gen Z

Generasi Z atau Gen Z adalah kelompok generasi yang lahir sekitar tahun 1997-2012, mereka merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital dan sangat terampil menggunakan teknologi, mereka disebut sebagai digital natives. Ciri khas Gen Z termasuk Kemahiran digital, kesadaran sosial, kreativitas, dan peduli akan isu sosial serta akses informasi yang luas. Mahasiswa Gen Z berpotensi menjadi agen perubahan pada generasi muda dengan memberikan perubahan yang signifikan dalam merespon isu-isu sosial, pendidikan, ekonomi, hingga isu politik yang sedang berkembang. Keterpaparan informasi secara terus-menerus melalui media digital membuat Gen Z cenderung berinteraksi lebih banyak pada media sosial (Nurlaila et al., 2024, h. 97).

Teori Agenda Setting (*Agenda Setting Theory*)

Teori Agenda Setting merupakan awal mula berakar kuat dari pemikiran dua tokoh politik terkemuka yakni, Walter Lippman dan Bernard C. Cohen pada abad ke-20 di tahun 1922. Mereka sebagai tokoh utama yang meletakkan dasar pemikiran yang kemudian berkembang menjadi Teori Agenda Setting. Lippman memberikan fondasi tentang peran media dalam membentuk citra realitas publik, sedangkan Cohen merumuskan gagasan tersebut menjadi pernyataan yang lebih jelas tentang fungsi media dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting oleh publik. Lalu Teori Agenda Setting diperkenalkan dan dikembangkan oleh dalam penelitian klasik pemilihan presiden di Chapel Hill, North Carolina. Teori Agenda Setting menekankan pandangan bahwa media tidak hanya sekedar menyampaikan fakta, tetapi juga berfungsi penting dalam menentukan isu-isu yang dianggap krusial oleh publik. Teori Pengaturan Agenda menjelaskan bagaimana massa media memiliki pengaruh kuat terhadap masyarakat dalam menentukan isu-isu yang dianggap penting. Hasil temuan lain menurut Nadia Istamala et al., (2024, h. 77),

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini berfokus pada upaya memaparkan fenomena secara rinci dan mendalam sebagaimana terjadi pada konteks kehidupan nyata dan realistis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan pengumpulan data non-numerik melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan memahami makna, pandangan, serta pengalaman nyata informan sebagai subjek penelitian yang dialami dalam lingkungan asli mereka. Analisis mendalam pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara komperhensif bagaimana media sosial Instagram dapat bekerja dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar. Metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pengamatan langsung atau fenomena terkini secara sistematis untuk menghasilkan informasi yang detail, serta umum digunakan dalam penelitian karena mampu menggambarkan makna secara mendalam terhadap objek yang diteliti (Fadli et al., 2023, h. 214). Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada kedalaman informasi secara deskriptif agar dapat mengetahui makna baru yang dihasilkan melalui teknik pengumpulan data yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial Instagram memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar, terutama pada momentum Pilkada Bali 2024. Sebagai generasi digital yang sangat bergantung pada arus informasi visual, Gen Z menjadikan Instagram sebagai ruang utama untuk mengakses, menilai, dan membicarakan isu politik. Dalam perseptif Teori Agenda Setting, Instagram berfungsi sebagai agenda media yang menonjolkan isu-isu tertentu melalui konten politik yang intens, kemudian memengaruhi agenda publik ketika mahasiswa Gen Z mulai membicarakan dan memprioritaskan isu tersebut, hingga berpotensi mendorong para pembuat kebijakan dalam membuat agenda kebijakan melalui tekanan opini publik yang tercermin di media sosial Instagram. Proses penonjolan isu tersebut berdampak langsung pada pembentukan kesadaran politik mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar, yang dapat dianalisis lebih mendalam melalui orientasi

kesadaran politik. Menurut Almond dan Verba terdiri dari tiga orientasi. Orientasi kognitif terbentuk ketika mahasiswa memahami kandidat, visi-misi, dan isu Pilkada yang berkembang melalui konten di Instagram. Orientasi afektif muncul dari keterlibatan emosional akibat gaya penyajian konten politik yang menarik dan mudah diakses. Sementara itu, orientasi evaluatif terlihat dari kemampuan mereka menilai kualitas kandidat dan dapat berpikir lebih kritis terkait isi yang berkembang selama masa Pilkada Bali 2024, sehingga dapat mendorong mereka dalam menggunakan hak suaranya. Dengan demikian, Instagram bukan sekedar platform hiburan, tetapi menjadi ruang pendidikan politik bagi mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar, paparan konten politik yang konsisten membentuk cara mereka berpikir, merasakan, dan mengevaluasi isu Pilkada Bali 2024, serta berpengaruh terhadap partisipasi mereka sebagai pemilih muda dalam kontestasi politik lokal.

Teori Agenda Setting Agenda Media

Instagram memainkan peran sentral dalam menentukan isu politik apa yang dianggap penting oleh mahasiswa Gen Z selama Pilkada Bali 2024, dimana media sosial Instagram melalui mekanisme algoritma, akun berita, influencer politik, hingga konten yang beredar secara konsisten menonjolkan isu-isu tertentu sehingga muncul berulang di linimasa pengguna dan menciptakan persepsi bahwa isu tersebut memiliki urgensi tinggi. Instagram berperan sebagai agenda media dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa gen Z di Kota Denpasar melalui kemampuannya menonjolkan isu-isu politik secara konsisten menghadirkan konten yang memperkuat sorotan publik terhadap isu yang tertentu. Paparan intens terhadap informasi seperti profil calon gubernur, visi-misi, rekam jejak, serta isu strategis seperti lingkungan, pariwisata berkelanjutan, dan kesejahteraan masyarakat membuat mahasiswa Gen Z memprioritaskan topik-topik tersebut sebagai isu utama yang layak diperhatikan. Fitur-fitur visual seperti *reels*, *story*, *like*, hingga *live streaming* dimanfaatkan secara maksimal untuk menyampaikan pesan politik dengan format yang menarik, singkat, dan mudah dipahami, sehingga memperkuat persepsi publik terhadap isu yang dianggap penting. Algoritma Instagram kemudian memperkuat proses ini dengan terus menampilkan konten yang sering direspons pengguna, menciptakan siklus perhatian berulang yang membuat isu tertentu semakin dominan di linimasa mahasiswa. Pada titik ini, Instagram tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga mengarahkan fokus perhatian publik dengan menentukan isu politik mana yang harus dilihat, dipikirkan, dan didiskusikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penonjolan isu oleh Instagram bekerja sebagai mekanisme agenda media yang kuat, mengatur peta perhatian politik mahasiswa Gen Z dan menjadi pintu awal terbentuknya kesadaran politik digital di kalangan pemilih muda Kota Denpasar selama Pilkada Bali 2024. Salah satu informan menyampaikan:

“Menurutku Instagram salah satu media sosial yang sering aku pakai saat masa Pilkada Bali 2024 kemarin, dan punya pengaruh gede banget waktu Pilkada Bali 2024. Jujur, awalnya engga terlalu mengikuti politik, tapi karena kontennya nongol terus di *explore* dan beranda, jadi aku otomatis ikut aware kalo ternyata mau dilaksanakannya Pilkada Bali di Bulan November 2024 kemarin. Yang bikin aku sadar soal Pilkada Bali 2024 itu karena Instagram nge-push konten politik yang lagi rame. Misalnya pas itu ada konten yang muncul pertama terkait isu siapa yang bakal maju jadi calon pemimpin, terus lanjut ada konten program kerja calon dan video debat publik yang lagi heboh, Instagram langsung

menampilkan itu secara berulang. Dari situ aku ngerasa Instagram tuh nggak cuma nampilin politik sekedar lewat, tapi dia benar-benar ngeset topik yang memang harus diperhatikan anak muda, khususnya soal isu Pilkada Bali 2024.” Wawancara (DP, 6 November 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa terbentuknya perhatian dan kesadaran politik mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar sangat di pengaruhi oleh kemampuan Instagram dalam menonjolkan isu-isu politik secara konsisten melalui mekanisme agenda media. Penonjolan isu tidak hanya sekedar munculnya konten politik di linimasa, tetapi juga merupakan bentuk pengaturan fokus publik melalui frekuensi kemunculan konten yang berulang kali, visualisasi yang menarik, serta cara penyajian konten yang mudah dipahami. Paparan berulang dari berbagai konten politik di Instagram membuat mahasiswa Gen Z mengikuti perkembangan Pilkada Bali 2024 meskipun mereka tidak secara aktif mencarinya, menunjukkan bahwa platform ini berperan signifikan dalam menayangkan konten politik Pilkada Bali 2024. Dengan demikian, Instagram berperan strategis sebagai agenda media yang dapat membentuk perhatian, persepsi, dan arah kesadaran politik mahasiswa Gen Z Kota Denpasar saat masa Pilkada Bali 2024.

“Dari yang saya lihat, pada masa Pilkada Bali 2024 itu, Instagram menampilkan banyak konten tentang Pilkada pastinya disesuaikan dengan tahapan-tahapan selama proses Pilkada Bali kemarin. Instagram banyak menampilkan konten berita yang menarik perhatian audiens termasuk anak muda, biasanya juga konten yang menampilkan berita dan isu politik itu berasal dari berbagai akun, seperti akun berita, akun info, akun para influencer, bahkan juga dari buzzer para paslon. Selain itu ada juga yang namanya algoritma media sosial, jadi secara otomatis media sosial Instagram itu memprioritaskan isu-isu yang sedang berkembang di sekitar saat masa Pilkada, konten yang muncul tanpa dicaripun pasti kelihatan di media sosial. Jadi dengan adanya algoritma media sosial dapat membantu menaikkan isu apa saja yang sedang menjadi perbincangan publik saat Pilkada Bali 2024.” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Hasil wawancara dari pengamat politik tersebut menegaskan bahwa Instagram pada masa Pilkada bali 2024 tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi saja, tetapi juga sebagai agenda media secara aktif mengatur isu politik yang diperhatikan oleh publik khususnya mahasiswa Gen Z. Melalui algoritma yang memprioritaskan konten berdasarkan dengan relevansi isu yang sedang berkembang, Instagram mampu menampilkan informasi politik secara berulang meskipun tidak secara sengaja di cari oleh pengguna. Melalui penonjolan isu yang konsisten selama tahapan Pilkada Bali, Instagram mampu mengarahkan fokus perhatian mahasiswa Gen Z terkait isu yang sedang berkembang seperti, perkembangan pasangan calon, program kerja, dan isu publik yang menjadi permasalahan saat masa Pilkada.

“Dari sisi saya sebagai penggiat media sosial, masa Pilkada Bali 2024 itu menjadi sebuah puncak ramainya politik di Instagram. Konten yang saya buat juga harus ngikutin apa yang lagi dibicarakan di publik, jadi biasanya aku ngecek dulu isu apa yang lagi viral, baru dikemas dan di tampilkan ke publik melalui postingan feed. Dimulai dari isu siapa sih yang akan maju pada Pilkada Bali 2024, paslon siapa saja, dan berasal dari partai apa, lalu lanjut ke proses-proses tahapan sepanjang pilkada. Banyak juga akun Instagram yang lain memposting hal yang serupa, dibantu juga dengan power algoritma Instagram untuk nge-push konten agar banyak orang yang engage dan viral.” Wawancara (EW, 8 November 2025)

Pernyataan dari penggiat tersebut mendukung juga pernyataan dari para informan yang lain dan menunjukkan bahwa konten yang telah dikemas dan ditampilkan ke publik mengikuti isu yang viral dapat membantu membentuk fokus perhatian publik di Instagram termasuk juga mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar. Ditambah juga dengan dukungan algoritma yang mendorong konten berinteraksi tinggi muncul lebih sering dan lebih menonjol ke publik. Dengan demikian penonjolan isu yang viral dapat memengaruhi kesadaran politik pada publik melalui Instagram sebagai bentuk secara nyata media sosial Instagram membentuk arah perhatian politik masyarakat termasuk mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar.

Agenda Publik

Agenda publik menjadi tahapan selanjutnya dalam proses agenda setting. Pada tahapan agenda publik, isu Pilkada Bali 2024 yang sebelumnya telah di bagikan melalui agenda media Instagram mulai membentuk perhatian kolektif mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar. Apapun konten yang berulang dan muncul secara intens tidak hanya memengaruhi apa yang mereka lihat, namun juga apa yang mereka anggap penting untuk dibicarakan. Frekuensi kemunculan isu mendorong mahasiswa Gen Z untuk mulai menanggapi, membandingkan informasi, dan membentuk opini tersendiri untuk mendiskusikan isu tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi ini bukan hanya ketertarikan politik semata, melainkan karena kebutuhan untuk tetap relevan dalam arus percakapan digital yang sedang berlangsung. Semakin sering sesuai itu di bagikan, dikomentari, dan diviralkan maka semakin besar pula anggapan bahwa isu tersebut penting untuk di ikuti dan di pahami. Maka dari itu, Instagram berperan sebagai pemicu utama terbentuknya agenda publik, karena mampu menggerakkan mahasiswa Gen Z dari yang sekedar menerima informasi menjadi pelaku aktif yang menjadikan isu Pilkada Bali 2024 sebagai bagian dari perhatian, pembicaraan, dan orientasi sosial mereka. Salah satu informan menyampaikan pendapatnya:

“Gara-gara Instagram rame banget soal Pilkada Bali 2024, aku jadi ikut ngebahas itu juga sama teman-teman. Padahal awalnya aku engga terlalu ngikutin politik, secara teman-temanku juga pada ngomongin isu pilkada yang memang lagi viral dan kita juga ikut merasakan hal itu secara langsung. Kaya kemacetan dimana-mana itu bikin diskusi makin hidup karena masing-masing punya opini tersendiri. Jadi isu yang viral ga sampai hanya menjadi tontonan aja tapi juga jadi pembicaraan nyata dan bikin lebih aware juga.”
Wawancara (GA, 4 November 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pembentukan agenda publik di kalangan mahasiswa Gen Z terjadi ketika isu-isu Pilkada Bali 2024 yang ramai di Instagram mendorong mereka untuk membahasnya dalam percakapan sehari-hari. Dalam perspektif Agenda Setting, kondisi ini mengilustrasikan bagaimana intensitas kemunculan konten di media dapat mengarahkan perhatian audiens, hingga isu tersebut dianggap penting dan layak dibicarakan. Mahasiswa dalam kutipan tersebut menggambarkan bahwa viralnya konten politik di Instagram tidak hanya menjadi tontonan, tetapi berubah menjadi topik diskusi nyata bersama teman maupun keluarga, menandakan bahwa fokus media telah bergeser menjadi fokus publik. Hal ini menegaskan bahwa Instagram berperan sebagai pemicu terbentuknya percakapan bersama yang memperkuat kesadaran politik generasi muda selama Pilkada Bali 2024, dan temuan ini sejalan dengan pendapat pengamat politik yang

juga menekankan kuatnya pengaruh media sosial dalam mengarahkan perhatian publik. Pengamat politik memberikan pendapatnya:

“Isu berita Pilkada Bali 2024 yang berkembang di Instagram memang cepat banget menggiring opini publik termasuk juga generasi muda yang mendorong mereka untuk berdiskusi terkait berita yang mereka tonton, sehingga fokus media langsung menjadi fokus masyarakat” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa isu Pilkada Bali 2024 yang menonjol tidak hanya berhenti di media sosial saja namun juga berkembang menjadi topik diskusi di ruang nyata termasuk juga mahasiswa Gen Z. Hal ini menggambarkan bahwa agenda publik terbentuk ketika perhatian kolektif masyarakat bergerak mengikuti isu yang diprioritaskan oleh Instagram. Temuan ini selaras dengan opini penggiat media yang menegaskan bahwa:

“Saya melihat bahwa isu yang viral di Instagram selalu menjadi bahan obrolan banyak orang, biasanya pada postingan yang telah saya tampilkan itu pasti akan ramai di kolom komentar dan otomatis juga jadi perbincangan di dunia nyata. Wawancara (EW, 8 November 2025)

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa viralitas konten Pilkada Bali 2024 di Instagram memiliki peran penting dalam menggerakkan percakapan di masyarakat khususnya juga mahasiswa Gen Z, hingga isu yang ramai di media bertransformasi menjadi topik pembahasan publik, sehingga dapat memperkuat proses terbentuknya agenda publik selama dinamika Pilkada Bali 2024 berlangsung.

Agenda Kebijakan

Pada kontens Pilkada Bali 2024, agenda kebijakan terlihat ketika isu-isu yang viral di Instagram tidak hanya membentuk perhatian publik, tetapi juga memberi tekanan langsung pada para paslon untuk merespons kebutuhan masyarakat. Mahasiswa Gen Z yang aktif membicarakan permasalahan seperti alih fungsi lahan, kemacetan, dan isu relan lainnya menciptakan dorongan kolektif yang membuat kandidat harus menyesuaikan program kerja mereka dengan isu yang sedang menjadi sorotan. Viralitas konten membuat suatu masalah tampak lebih mendesak, sehingga paslon terdorong menawarkan solusi dan kebijakan yang lebih relevan demi menjaga dukungan pemilih muda. Dengan demikian, Instagram berperan bukan hanya dalam membentuk agenda media dan publik, tetapi juga memengaruhi arah kebijakan yang dirumuskan saat Pilkada Bali 2024. Informan mahasiswa Gen Z mengatakan: “Menurutku, konten viral di Instagram itu beneran ngaruh ke paslon, soalnya tiap ada isu yang rame, mereka langsung kasih respons biar nggak kehilangan dukungan anak muda. Contohnya waktu penolakan Piala Dunia sempat heboh, itu jadi bahan ngobrol semua orang di IG, apalagi pecinta bola. Karena makin viral, salah satu paslon jelasin alasan penolakan itu, termasuk klarifikasi soal aturan dari pemerintah pusat. Jadi kelihatan banget kalau tekanan dari media sosial tuh bisa bikin mereka cepat tanggap sama isu yang lagi dipertanyakan publik.” Wawancara (SE, 4 November 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa isu yang viral di Instagram dapat mendorong para paslon untuk merespons cepat dan menyesuaikan sikap politik mereka agar tetap relevan di mata pemilih muda. Tekanan publik di Instagram membuat para kandidat harus setidaknya memberikan klarifikasi atau solusi terhadap hal yang sedang ramai, seperti kontroversi penolakan piala dunia. Hal ini menandakan bahwa perhatian publik yang terbentuk di Instagram berpengaruh pada prioritas kebijakan para kandidat. Sebuag dinamikan juga ditegaskan oleh pengamat politik dalam pandangannya:

“Selama Pilkada Bali 2024, isu yang viral di Instagram terbukti ikut menekan paslon untuk merespons dan janji kebijakan mereka. Ketika publik ramai membicarakan isu, para paslon biasanya langsung mengklarifikasi dan mengangkatnya dalam kampanye. Ini menunjukkan bahwa dinamika di media memengaruhi arah kebijakan.” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Opini tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh nyata terhadap arah kebijakan para paslon selama Pilkada Bali 2024. Ketika suatu isu mendapatkan perhatian luas dan menjadi bahan perbincangan publik, para kandidat terdorong untuk merespons agar tidak kehilangan dukungan, termasuk juga dukungan dari mahasiswa Gen Z. Hal tersebut membuat respon cepat dan adaptif dari para paslon. Selaras juga dengan opini yang disampaikan oleh penggiat media sosial:

“Yang saya lihat gimana ramainya pembahasan publik di Instagram bisa ngedorong paslon buat cepat kasih respons atau janji kebijakan baru. Biasanya kalau satu isu udah viral, saya cek dulu apa tanggapan kandidat, dan begitu mereka keluarin pernyataan atau langkah tertentu, langsung post di feed akun saya supaya publik tahu kalau ada respons nyata dari para paslon. Dari situ kelihatan banget kalau hebohnya warganet itu bisa ngarahin apa yang harus diprioritaskan paslon dan postingan yang saya tampilkan ngebantu nunjukin kalau agenda kebijakan itu memang kebentuk dari suara publik di Instagram.” Wawancara (EW, 8 November 2025)

Dengan demikian, agenda kebijakan dalam konteks Pilkada Bali 2024 terlihat ketika isu yang viral di Instagram tidak hanya membentuk perhatian publik, tetapi juga menekan para paslon untuk menyesuaikan respons, pernyataan, dan program kerja mereka sesuai dengan tuntutan masyarakat. Viralitas percakapan digital mendorong kandidat merumuskan kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan publik, sehingga media sosial berperan bukan sekedar sebagai ruang informasi, tetapi sebagai kekuatan yang mengarahkan prioritas politik dan keputusan strategis para calon pemimpin.

Konsep Kesadaran Politik Kognitif

Indikator kognitif dalam kesadaran politik menggambarkan sejauh mana individu memahami informasi dan isu yang berkembang di sekitar. Dalam konteks Pilkada Bali 2024, mahasiswa Gen Z di Kota Denpasar menunjukkan pengetahuan baru terkait politik melalui paparan konten di Instagram, mulai dari dasar informasi hingga menjadi fokus perhatian publik. Konten yang beredar di Instagram membuat mereka lebih cepat mengetahui dan memahami persoalan politik selama Pilkada Bali, sehingga aspek kognitif ini menjadi dasar terbentuknya kesadaran politik digital di kalangan generasi muda termasuk juga mahasiswa Gen Z. Informan mahasiswa Gen Z menyampaikan pendapatnya:

“Instagram ngasih aku banyak pengetahuan baru sih tentang politik saat Pilkada kemarin, gara-gara kontennya muncul terus aku jadi tau siapa aja paslon yang maju, dari partai mana, apa aja proker mereka, dan tahapan lainnya yang sebelumnya aku engga ngerti, jadi pengetahuanku bertambah juga soal Pilkada kemarin.” Wawancara (NW, 1 November 2025)

Opini tersebut menunjukkan bahwa paparan konten politik terkait isu Pilkada Bali berperan dalam menambah pengetahuan dasar mahasiswa Gen Z mengenai kandidat, program kerja, dan tahapan pemilihan. Informasi yang tersaji secara visual, ringkas dan berulang membuat

mereka lebih mudah memahami dinamika politik lokal, sehingga aspek kognitif dari kesadaran politik terbentuk melalui proses konsumsi konten digital yang intens dan berkelanjutan.

“Dari pengamatan saya, Instagram sangat membantu meningkatkan pengetahuan politik anak muda selama Pilkada Bali 2024. Konten yang sederhana dan mudah diakses membuat mahasiswa Gen Z cepat mengenali kandidat, program kerja, dan dinamika Pilkada tanpa harus mencari informasi yang rumit. Platform ini jelas berperan besar dalam membentuk pemahaman awal mereka tentang politik lokal.” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran signifikan dalam mempercepat proses pembentukan pemahaman politik mahasiswa Gen Z. Format informasi yang ringkas dan mudah dipahami membuat mereka lebih cepat mengidentifikasi aktor politik, isu, serta arah kebijakan yang berkembang selama Pilkada Bali 2024. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kognitif kesadaran politik mahasiswa banyak dibentuk melalui pola konsumsi informasi digital yang praktis dan berulang di Instagram. Opini tersebut relevan dengan apa yang disampaikan oleh penggiat media sosial:

“Selama Pilkada Bali 2024, tiap konten yang saya posting memang sengaja dibuat biar orang tau termasuk juga mahasiswa Gen Z, biar mereka ngerti gambaran Pilkada secara jelas. Biasanya posting siapa saja paslonnya, isu apa yang lagi viral dan bagaimana perkembangan terbarunya supaya publik juga enggak ketinggalan. Dari postingan itu, banyak banget yang akhirnya tau soal pilkada yang lagi rame, jadi Instagram ngebantu banget nambah pengalaman mereka soal Pilkada.” Wawancara (AM, 27 Oktober 2025)

Dengan demikian, aspek kognitif dalam kesadaran politik mahasiswa Gen Z selama Pilkada Bali 2024 terbentuk melalui paparan informasi yang konsisten di Instagram, dimana konten politik yang mudah diakses dan dipahami membantu mereka mengenali aktor, isu, serta dinamika pemilihan secara jelas. Proses ini menegaskan bahwa Instagram tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber pengetahuan politik yang efektif dalam membangun pemahaman awal generasi muda terhadap politik lokal.

Afektif

Kesadaran Politik memiliki indikator afektif yang merujuk pada respon emosional individu terhadap isu dan dinamika politik yang berkembang dan mereka temui. Dalam konteks Pilkada Bali 2024, mahasiswa Gen Z menunjukkan keterlibatan emosional yang muncul dari berbagai konten politik di Instagram, seperti rasa antusias, kecewa, marah, hingga simpati terhadap kandidat maupun isu yang sedang viral. Paparan konten yang intens dan visual membuat mereka tidak hanya memahami informasi, tetapi juga merasakan kedekatan maupun ketegangan terhadap peristiwa politik, sehingga aspek afektif ini menjadi bagian penting dalam membentuk sikap dan perhatian politik generasi muda. Salah satu mahasiswa Gen Z mengatakan pendapatnya:

“Konten Pilkada di Instagram bikin aku lumayan dibawa emosi, soalnya tiap liat potongan debat atau janji paslon tuh rasanya campur aduk. Kadang aku mikir ‘bener gak sih mereka bakal nepatin janjinya?’ jadi muncul rasa ragu dan enggak terlalu percaya. Jadi dari konten itu aku perasaan emosional yang terbentuk di diri aku.” Wawancara (PW, 31 Oktober 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa konten politik di Instagram selama Pilkada Bali 2024 tidak hanya membangun pengetahuan, tetapi juga memicu reaksi emosional yang kuat pada mahasiswa Gen Z. Rasa ragu, ketidakpercayaan, atau bahkan kekecewaan yang muncul saat melihat janji paslon menandakan bahwa mereka terlibat secara emosional dalam memproses informasi politik. Respon afektif ini menjadi bagian penting dalam pembentukan kesadaran politik, karena pengalaman emosional yang muncul dari paparan konten digital dapat membentuk sikap dan tingkat kepercayaan mereka.

“Konten politik di Instagram memang sangat bisa memicu reaksi emosional yang kuat terkhusus juga mahasiswa Gen Z. Rasa simpatik, kecewa, dan antusias terhadap paslon muncul karena paparan konten yang berulang seperti video debat dan kampanye paslon. Emosi itu muncul bukan hanya jadi berita aja tapi juga memang sangat dirasakan secara nyata oleh publik di kehidupan mereka.” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa reaksi emosional mahasiswa Gen Z rata-rata terbentuk karena intensitas konten dan bagaimana cara konten tersebut disajikan di Instagram, sehingga mereka tidak hanya sekedar memahami saja namun juga merasakannya secara nyata di kehidupan mereka secara personal. Opini tersebut memperlihatkan bahwa aspek afektif kesadaran politik tidak lepas dari pola konsumsi media sosial dan hal itu sejalan dengan pandangan penggiat media sosial yang kuat melihat respons emosional terkait konten politik yang beredar, tanggapan penggiat media sosial:

“Saya melihat jelas gimana konten yang saya posting dapat memicu emosi publik. Kadang baru upload potongan debat atau isu yang lagi panas kolom komentar langsung ramai, emosional itu juga terbentuk beragam, ada yang benci dan senang. Saya mengemas konten juga tetap pada jalur yang netral dan tidak memihak agar konten saya tetap informatif dan menyentuh sisi emosional publik khususnya juga mahasiswa Gen Z.” Wawancara (AM, 27 Oktober 2025)

Dengan demikian, aspek afektif dalam kesadaran politik mahasiswa Gen Z terlihat dari bagaimana konten Pilkada di Instagram mampu membangkitkan respon emosional seperti antusiasme dan kekecewaan. Reaksi ini menunjukkan bahwa mereka terlibat secara emosional sehingga Instagram dapat membentuk kesadaran politik melalui keterlibatan perasaan emosional mereka terhadap dinamika Pilkada Bali 2024.

Evaluatif

Indikator evaluatif dalam kesadaran politik menggambarkan kemampuan mahasiswa Gen Z untuk menilai dan mengkritisi informasi politik yang mereka temukan di Instagram selama masa Pilkada Bali 2024. Melalui paparan berbagai konten, mereka belajar membedakan informasi yang valid, memilah janji paslon yang realistis, serta menilai isu mana yang penting bagi mereka. Kemampuan evaluatif ini tidak hanya membuat mereka lebih kritis, tetapi juga mendorong munculnya pertimbangan yang matang dalam menentukan sikap politik, termasuk untuk menggunakan hak pilih secara lebih sadar pada Pilkada Bali 2024. Salah satu informan menyampaikan pendapatnya:

“Menurutku, konten politik di Instagram bantu banget buat bisa bedain dan nilai calon mana yang beneran layak dipilih, karena info penting kaya visi misi dan rekam jejak paslon selalu muncul. Tapi engga semua konten netral, aku juga biasanya cek ulang dari banyak sumber biar ga salah nangkap. Dari proses itu aku jadi yakin buat nyoblos menggunakan hak

pilihku untuk pertama kalinya saat Pilkada kemarin, karena keputusan yang aku ambil beneran dari hasil evaluasiku sendiri.” Wawancara (CP, 30 Oktober 2025)

Pendapat tersebut menyatakan bahwa mahasiswa Gen Z memproses konten politik di Instagram secara kritis dengan memverifikasi informasi dan menilai kredibilitas kandidat. Sikap ini menandakan bahwa mereka tidak hanya menerima konten begitu saja, tetapi menggunakannya untuk membentuk keputusan menggunakan hak pilih secara lebih rasional.

“Saat Pilkada kemarin sudah terlihat mulai bahwa Gen Z mulai mengkritisi persoalan yang beredar di media sebelum mereka membentuk opininya secara personal. Dengan memverifikasi kebenaran informasi itu dapat membuat mereka mempertimbangkan untuk menggunakan hak pilihnya dan mencoblos siapa.” Wawancara (GS, 24 Oktober 2025)

Sikap evaluatif tersebut menandakan bahwa mahasiswa Gen Z sudah terlihat dalam menilai kualitas dan konsistensi para calon secara lebih kritis dan mampu menilai dan memfilter informasi yang beredar di Instagram, sebelum mereka menggunakan hak pilihnya sebagai warga negara.

“Memang anak muda sekarang udah bisa dikatakan lebih kritis terkait informasi politik, biasanya terlihat juga di kolom komentar yang ramai dan sering juga saya lihat teman-teman mahasiswa Gen Z yang membuat story di Instagram berisi caption tentang opini mereka sendiri. Jadi dari sana bisa dilihat kalau mereka mampu mengevaluasi konten yang beredar terkait politik saat masa Pilkada Bali 2024 kemarin.” Wawancara (AM, 27 Oktober 2025)

Dengan demikian, indikator evaluatif pada mahasiswa Gen Z tampak dari kemampuan mereka menilai dan memfilter informasi politik di Instagram, sehingga sikap politik yang muncul merupakan hasil pemikiran kritis terhadap isu dan kandidat. Kemampuan ini juga mendorong mereka lebih mempertimbangkan pilihannya saat menggunakan hak suara pada Pilkada Bali 2024, karena keputusan yang diambil didasari penilaian yang matang, bukan sekadar terbawa arus konten. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram turut berperan membentuk keputusan memilih yang lebih sadar dan bertanggung jawab di kalangan pemilih muda.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki peran signifikan dalam membentuk kesadaran politik mahasiswa Gen Z selama Pilkada Bali 2024. Melalui proses agenda setting, Instagram berfungsi sebagai agenda media yang menonjolkan isu-isu politik lokal, kemudian berkembang menjadi agenda publik ketika konten yang viral di platform tersebut mendorong mahasiswa membahasnya di ruang sosial nyata. Tekanan percakapan digital juga berpengaruh pada agenda kebijakan, karena isu yang ramai di Instagram terbukti mendorong para paslon memberikan respons cepat, klarifikasi, maupun penyesuaian program kerja. Selain itu, kesadaran politik mahasiswa terbentuk melalui tiga indikator penting: aspek kognitif yang meningkatkan pengetahuan mereka tentang kandidat dan dinamika Pilkada; aspek afektif yang memunculkan keterlibatan emosional seperti rasa simpatik, kecewa, atau skeptis; dan aspek evaluatif yang menguatkan kemampuan mereka menilai informasi secara kritis hingga mendorong keputusan memilih yang lebih sadar. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Instagram bukan hanya menjadi ruang

konsumsi informasi, tetapi juga menjadi ruang partisipasi politik yang aktif, di mana mahasiswa Gen Z dapat membangun pemahaman, sikap, dan evaluasi politik yang lebih matang dalam menghadapi kontestasi politik lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alam, S. (2021). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik*. 09(01), 68–78.
- [2] Fadli, A., Sazali, H., Studi, P., Komunikasi, I., Islam, U., Sumatera, N., & Serdang, D. (2023). *Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid*. 8(2), 209–222.
- [3] Hakim, H. I., Maura, G., & Polin, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10, 489–505.
- [4] Hutabarat, J. M. (2024). Media Sosial Menjadi Strategi Politik Masa Kini. *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi*, 2(1), 204–214. <https://doi.org/10.59581/jpat.widyakarya.v2i1.2318>
- [5] Jayawinangun, R., & Nugroho, D. R. (2025). *Pengaruh Media Digital , Kesadaran , Dan Pengetahuan Politik Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Muda*. 16–28. <https://doi.org/10.56873/jskm.2025.5885>
- [6] Lopulalan, D. L. Y., & Pendahuluan, A. (2023). *Komunikasi politik dalam pemerintahan*. 2, 11–22.
- [7] Maolana, I. H. (2024). Peran Media Sosial dalam Membangun Kesadaran Hukum Masyarakat Indonesia agar Terciptanya Budaya Politik yang Partisipatif. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(2), 39–47. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i2.2067>
- [8] Muda, G., Pemilu, D. I., Aulia, N. C., & Fridiyanti, Y. N. (2025). *Peran Instagram dalam Partisipasi Politik*. 11, 269–276.
- [9] Nadia Istamala, Nur Azizah, Oki Nurahim, & Daryono Daryono. (2024). Opini Publik Berdasarkan Teori Agenda Setting Pada Prosesperencanaan Pemindahan Ikn. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 4(2), 74–87. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v4i2.517>
- [10] Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). *Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet*. 1, 95–102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- [11] Permana, A. A. (2022). Pengaruh Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Mahasiswa. *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 2(5), 200–209. <https://doi.org/10.56393/decive.v2i5.1667>
- [12] Rachmi, G., Aditya, A., & Putra, E. (2024). *Motivasi Pengguna Media Sosial Di Kalangan*. 10(2), 269–279.
- [13] Rahmawati, Y., Lestari, B. P., Saputra, D. K., Dwi Lingga, R. S., Setiawati, L. S., & Abdul Rozak, R. W. (2025). Kemandirian Generasi Z dalam Politik: Studi Tentang FoMO dan Media Sosial. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 12. <https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2269>
- [14] Sampurna, A., Taufiqurrohman, A., Nasution, A. F., & .. (2024). Konsep dan Definisi Komunikasi Politik. *Jurnal Pendidikan ...*, 8, 26772–26777.

- <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/16555>
- [15] Shabira, F. (2021). Agenda Setting : Eksplorasi Pada Komunikasi Massa. *Jkomdis : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v1i1.5>
- [16] Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri (Social Media, Instagram, As A Form Self Validation And Representation). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118.
- [17] Subanda, I. N., & Wismayanti, K. W. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Pustaka Ekspresi.
- [18] Tamrin, S. H., Tahir, A., Syahrinullah, S., Rakasiwi, F., Ulfa, M., Bhayangkari, I. Y., Sajidin, M., Mu'min, M., & Farhanuddin, F. (2024). Penguatan Kesadaran Politik Pada Generasi Muda dalam Menghadapi Pilkada Tahun 2024 di Kabupaten Majene. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2178–2188. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5250>
- [19] Tunggal, S. (2023). *Membangun Kesadaran Politik Warga Negara Melalui Pendidikan Kewarganegaraan*. 1(1), 11–15.
- [20] Zephaniah, G., Saleh, A., & Tri Harpin Pranata, R. (2025). Pemanfaatan Instagram @whatisupindonesia dalam Membangun Kesadaran Politik Generasi Z. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 967–975.