

Pola Komunikasi Politik Generasi Z di Era Digital: Analisis Kritis Melalui Perspektif Teori Ruang Publik Jurgen Habermas

Roy Saiful Annaz¹, Patrick Jhonson², Bayu Firdaus³, Azmii Fauzaan⁴

^{1,2,3,4}Ilmu Komunikasi dan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

¹royannaz12@gmail.com, ²patrickjhonson12@gmail.com, ³bayfird10@gmail.com, ⁴azmifauzan@gmail.com

Published: February, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi politik Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh bersama internet, Generasi Z memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang utama untuk memperoleh informasi politik, mengekspresikan pandangan, serta berpartisipasi dalam diskursus publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi politik Generasi Z di media sosial melalui perspektif teori ruang publik Jurgen Habermas, khususnya dalam menilai kualitas diskursus rasional di ruang publik digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis wacana kritis. Data dikumpulkan melalui observasi daring terhadap konten dan interaksi politik di media sosial, wawancara dengan informan Generasi Z berusia 18–25 tahun yang aktif mengikuti isu politik, serta kajian literatur terkait komunikasi politik digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menyediakan ruang partisipasi politik yang relatif terbuka dan memperluas keterlibatan Generasi Z dalam isu-isu publik. Namun, komunikasi politik yang berlangsung masih didominasi oleh respons emosional, penggunaan simbol visual, serta partisipasi yang bersifat cepat dan simbolik. Pertukaran argumen yang rasional, reflektif, dan mendalam sebagaimana ideal dalam konsep ruang publik Habermas masih terbatas. Selain itu, algoritma media sosial turut memengaruhi arus informasi dan membentuk ruang diskusi yang homogen, sehingga berpotensi memperkuat polarisasi. Dalam perspektif teori ruang publik, kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi ruang publik digital dari arena dialog deliberatif menuju ruang ekspresi identitas politik. Meskipun demikian, media sosial tetap memiliki potensi besar sebagai ruang publik alternatif apabila didukung oleh peningkatan literasi digital, etika komunikasi, dan kemampuan berpikir kritis Generasi Z.

Kata kunci: Generasi Z, komunikasi politik, media sosial, ruang publik digital, Jurgen Habermas

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat berkomunikasi, termasuk dalam ranah politik. Kemajuan internet dan media sosial membuat proses penyebaran serta pertukaran informasi politik menjadi semakin cepat dan mudah diakses oleh masyarakat luas (Idris 2025; Weninggalih et al. 2024). Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang penting bagi individu untuk memperoleh informasi, menyampaikan pendapat, dan merespons berbagai isu yang berkaitan dengan kepentingan publik (Suherman 2020).

Bagi Generasi Z, media sosial seperti TikTok dan Instagram memiliki peran yang sangat sentral dalam kehidupan sehari-hari. Platform digital tersebut menjadi sumber utama informasi politik sekaligus ruang untuk mengekspresikan pandangan dan sikap politik (Nabila, Nurhadi, and Kurniawan 2025; El Qudsi and Syamtar 2020). Tingginya penggunaan media sosial di kalangan generasi muda di Indonesia menunjukkan adanya pergeseran ruang diskusi publik dari media konvensional menuju ruang digital yang lebih terbuka dan partisipatif (Setiawan 2023).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dilingkungan yang dipengaruhi oleh teknologi digital. Pola komunikasi Generasi Z cenderung singkat, cepat, dan

visual, sejalan dengan karakteristik media sosial (Amelia and Lexianingrum 2024; Khairiyyah and Soedarsono 2025). Dalam hal politik, Generasi Z menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap isu-isu sosial dan politik, khususnya isu yang terjadi di lingkungan mereka. Namun, bentuk keterlibatan tersebut sering kali lebih menonjol dalam partisipasi simbolik, seperti mengikuti populer politik, membagikan konten, atau memberikan respon singkat, dibandingkan dengan diskusi yang mendalam dan berbasis argumentasi rasional (Dwi Putricia 2024).

Pola komunikasi politik yang berkembang di media sosial menunjukkan karakter yang berbeda dibandingkan dengan komunikasi politik di ruang publik konvensional. Diskusi politik di media sosial cenderung berlangsung secara cepat dan spontan, serta sering dipengaruhi oleh emosi, simbol visual, dan popularitas konten (Angga 2023; Harsono Harus 2023). Akibatnya, komunikasi politik lebih banyak digunakan sebagai sarana ekspresi diri dan penegasan identitas politik, bukan sebagai ruang dialog yang mendorong pertukaran gagasan secara kritis dan reflektif (Sufri Eka Bhakti 2020).

Fenomena tersebut relevan untuk dikaji melalui perspektif teori ruang publik Jurgen Habermas. Habermas menjelaskan bahwa ruang publik ideal merupakan arena diskusi di mana individu dapat berpartisipasi secara bebas dan setara dalam membahas kepentingan bersama, dengan mengutamakan rasionalitas dan kekuatan argumen (Habermas 1991). Dalam ruang publik yang ideal, diskursus seharusnya tidak didominasi oleh emosi, tekanan sosial, maupun kepentingan tertentu.

Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dalam praktiknya dengan konsep ruang publik ideal. Keberadaan algoritma, budaya viral, dan arus informasi yang serba cepat sering kali memengaruhi cara pengguna berkomunikasi dan membentuk pendapat (Setiawan 2023; Sufri Eka Bhakti 2020). Kondisi tersebut membuat diskusi politik di media sosial cenderung mengalami polarisasi dan belum sepenuhnya mencerminkan prinsip rasionalitas komunikatif sebagaimana dijelaskan oleh Habermas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola komunikasi politik Generasi Z di media sosial dengan menggunakan perspektif teori ruang publik Jurgen Habermas. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakter komunikasi politik Generasi Z di media sosial, menganalisis peran media sosial sebagai ruang publik digital, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan komunikasi politik digital terhadap kualitas demokrasi partisipatif di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Politik Generasi Z di Media Sosial

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital, terutama media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter) menjadi sarana utama bagi Generasi Z untuk mendapatkan informasi politik, mengekspresikan pendapat, serta merespons isu-isu yang sedang berkembang (El Qudsi and Syamtar 2020). Media sosial mendorong keterlibatan politik generasi muda melalui aktivitas sederhana seperti membagikan konten, memberikan komentar, atau mengikuti diskusi daring (Muhammad Ryanda 2024).

Meskipun tingkat partisipasi politik Generasi Z di media sosial cukup tinggi, kualitas komunikasi yang terjadi masih perlu diperhatikan. Putricia dkk, menjelaskan bahwa keterlibatan politik Generasi Z sering kali bersifat simbolik (Dwi Putricia 2024), misalnya dengan menggunakan tagar atau mengikuti populer politik tanpa memahami isu secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas politik di media sosial lebih banyak berfokus pada ekspresi diri dibandingkan pertukaran gagasan yang argumentatif.

Selain itu, Herwanto dan Febrianti menemukan bahwa media sosial tidak hanya membentuk sikap politik Generasi Z (Putro Herwanto and Febrianti 2025), tetapi juga memengaruhi kondisi emosional mereka. Informasi politik yang cepat dan berulang dapat memunculkan antusiasme sekaligus

kecemasan. Harsono juga menyebutkan bahwa politik identitas turut memengaruhi pola komunikasi politik Generasi Z (Harsono Harus 2023), sehingga diskusi politik sering kali diwarnai oleh emosi dan keberpihakan kelompok tertentu.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z cukup aktif dalam komunikasi politik di media sosial, namun interaksi yang terjadi belum sepenuhnya bersifat rasional. Penelitian ini memandang bahwa tingginya partisipasi politik Generasi Z perlu diimbangi dengan kualitas komunikasi yang lebih kritis dan argumentatif agar diskusi politik tidak berhenti pada sekadar ekspresi simbolik.

2. Media Sosial sebagai Ruang Publik Digital

Media sosial sering dipahami sebagai bentuk ruang publik baru di era digital karena memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan pendapat secara terbuka. Setiawan menjelaskan bahwa media sosial memiliki karakteristik ruang publik karena memungkinkan interaksi dua arah dan partisipasi yang luas dari berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang sebelumnya kurang terlibat dalam ruang publik konvensional (Setiawan 2023).

Ruang publik digital memiliki sejumlah keterbatasan. Bhakti menyebutkan bahwa algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang populer dan sesuai dengan minat pengguna (Sufri Eka Bhakti 2020). Akibatnya, diskusi politik yang muncul sering kali lebih menonjolkan aspek emosional dan sensasional dibandingkan pembahasan yang rasional dan mendalam.

Media sosial juga memunculkan fenomena echo chamber, yaitu kondisi ketika pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan opini mereka sendiri. Idris dan Setiawan menegaskan bahwa situasi ini dapat mempersempit ruang dialog dan mengurangi keberagaman pandangan dalam diskusi politik (Idris 2025; Setiawan 2023). Dampaknya, ruang publik digital berpotensi memperkuat polarisasi daripada mendorong dialog yang sehat.

Berdasarkan hal tersebut, media sosial dapat dipandang sebagai ruang publik alternatif yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan partisipasi politik. Namun, keterbatasan struktural seperti algoritma dan budaya komunikasi instan membuat kualitas diskusi politik belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini melihat media sosial sebagai ruang publik yang masih membutuhkan penguatan agar dapat mendorong komunikasi politik yang lebih rasional.

3. Teori Ruang Publik Jurgen Habermas

Teori ruang publik yang dikemukakan oleh Jurgen Habermas menjadi landasan penting dalam memahami komunikasi politik. Habermas menjelaskan bahwa ruang publik merupakan ruang sosial di mana individu dapat berdiskusi secara bebas dan setara mengenai kepentingan bersama, dengan mengutamakan kekuatan argumen dan rasionalitas dalam berkomunikasi (Habermas 1991).

Dalam perkembangannya, Habermas juga mengkritik perubahan ruang publik yang dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi dan politik. Di era digital, ruang publik tidak terlepas dari kepentingan platform media sosial yang berorientasi pada keuntungan. Setiawan menjelaskan bahwa sistem algoritma yang digunakan platform digital turut menentukan arus informasi dan memengaruhi arah diskusi publik (Setiawan 2023).

Penelitian Angga dkk, menunjukkan bahwa praktik komunikasi di media sosial Indonesia masih menghadapi berbagai persoalan etika, seperti ujaran kebencian dan serangan personal (Angga 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi digital belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip ruang publik ideal yang menekankan rasionalitas, kesetaraan, dan etika diskusi.

Berdasarkan teori ruang publik Habermas, penelitian ini menilai bahwa komunikasi politik Generasi Z di media sosial belum sepenuhnya memenuhi prinsip diskursus rasional. Namun demikian, teori Habermas tetap relevan untuk digunakan sebagai alat analisis dalam menilai kualitas komunikasi politik digital dan potensi media sosial sebagai ruang publik yang lebih demokratis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan Analisis Kritis, karena bertujuan untuk memahami makna dan struktur dibalik praktik komunikasi digital. Data yang digunakan bersumber dari kombinasi data primer (observasi daring dan wawancara) serta data sekunder (literatur ilmiah, artikel media, dan riset terdahulu).

Informan dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling, yaitu sepuluh individu Generasi Z berusia 18-25 tahun yang aktif dalam diskusi politik di media sosial. Sumber data tambahan berasal dari dokumentasi interaksi publik pada konten politik yang sedang populer.

Data diperoleh melalui observasi aktivitas media sosial, pengumpulan dokumentasi digital, dan wawancara. Proses ini dilakukan untuk memahami bagaimana Generasi Z berinteraksi, menafsirkan isu politik, serta mengekspresikan pandangan mereka di ruang digital.

Analisis data dilakukan menggunakan Analisis Wacana Kritis dengan mengacu pada kerangka ruang publik Habermas. Data dikategorikan berdasarkan tema rasionalitas, partisipasi, dan ekspresi simbolik. Selanjutnya, dilakukan interpretasi terhadap sejauh mana interaksi digital tersebut mencerminkan prinsip rasionalitas komunikatif dan partisipatif.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi politik Generasi Z di media sosial menunjukkan pola yang beragam dan dinamis. Media sosial telah menjadi ruang penting bagi Generasi Z untuk memahami isu politik, mengekspresikan pendapat, serta mengikuti perkembangan sosial yang ada. Kemudahan akses dan banyaknya platform digital membuat Generasi Z semakin dekat dengan dunia politik. Namun, keterlibatan yang tinggi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kualitas komunikasi politik yang mendalam dan rasional.

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah dominannya unsur emosional dalam komunikasi politik Generasi Z. Diskusi politik di media sosial sering kali diwarnai oleh reaksi cepat, komentar singkat, sindiran, maupun penggunaan meme dan simbol visual (Angga 2023; Harsono Harus 2023). Banyak pendapat disampaikan tanpa penjelasan yang memadai atau dasar argumen yang kuat. Hal ini dipengaruhi oleh karakter media sosial yang mendorong kecepatan dan respons instan (Sufri Eka Bhakti 2020), sehingga pengguna cenderung bereaksi secara spontan dibandingkan berpikir secara kritis.

Jika dilihat melalui teori ruang publik Jurgen Habermas, kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik di media sosial belum sepenuhnya memenuhi prinsip rasionalitas komunikatif. Habermas menjelaskan bahwa ruang publik ideal adalah tempat terjadinya pertukaran argumen yang logis dan terbuka untuk mencapai kesepakatan bersama (Habermas 1991). Namun, dalam konteks media sosial, komunikasi politik Generasi Z lebih banyak berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan penegasan sikap politik daripada sebagai ruang dialog yang argumentatif dan reflektif.

Selain faktor emosi, algoritma media sosial juga berperan besar dalam membentuk pola komunikasi politik Generasi Z (Setiawan 2023). Konten politik yang muncul di beranda pengguna biasanya disesuaikan dengan minat dan pandangan yang telah dimiliki sebelumnya. Akibatnya, pengguna lebih

sering menerima informasi yang sejalan dengan pendapat pribadi dan jarang menemukan pandangan yang berbeda. Kondisi ini menciptakan ruang diskusi yang terbatas dan memperkuat kecenderungan polarisasi.

Pengaruh algoritma tersebut menunjukkan adanya campur tangan sistem terhadap ruang publik. Media sosial tidak sepenuhnya netral karena dijalankan berdasarkan kepentingan bisnis dan popularitas konten. Informasi yang bersifat emosional dan sensasional cenderung lebih cepat menyebar dibandingkan diskusi yang rasional dan mendalam. Hal ini berdampak pada menurunnya kualitas diskursus publik di ruang digital.

Penelitian ini juga menemukan bahwa partisipasi politik Generasi Z di media sosial umumnya bersifat simbolik. Bentuk partisipasi tersebut terlihat melalui penggunaan tagar, mengikuti populer politik, membagikan ulang konten, atau menunjukkan dukungan terhadap tokoh tertentu. Aktivitas ini menunjukkan adanya perhatian terhadap isu politik, tetapi belum tentu diiringi dengan pemahaman yang mendalam. Komunikasi politik lebih sering digunakan sebagai sarana menunjukkan identitas dan keberpihakan dibandingkan sebagai proses diskusi yang kritis.

Dalam kerangka teori ruang publik, pola partisipasi simbolik ini menunjukkan bahwa ruang publik digital belum sepenuhnya bersifat deliberatif. Politik identitas dan afiliasi kelompok sering kali lebih menonjol daripada pertukaran gagasan secara rasional. Meski demikian, partisipasi simbolik tetap dapat dipandang sebagai tahap awal keterlibatan politik Generasi Z yang masih dapat berkembang ke arah yang lebih reflektif.

Temuan lain yang muncul dalam penelitian ini adalah adanya tekanan sosial dalam diskusi politik di media sosial. Sebagian informan mengaku enggan menyampaikan pendapat karena takut mendapat komentar negatif, hujatan, atau konflik dengan pengguna lain. Kondisi ini membuat tidak semua individu merasa aman untuk berpartisipasi secara aktif. Akibatnya, diskusi politik cenderung didominasi oleh pihak-pihak tertentu yang lebih berani atau memiliki posisi sosial yang lebih kuat.

Situasi tersebut menunjukkan bahwa ruang publik digital belum sepenuhnya setara dan inklusif. Padahal, menurut Habermas, ruang publik yang ideal seharusnya memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk menyampaikan pendapat tanpa tekanan. Selain itu, gaya komunikasi digital yang singkat dan visual juga mempengaruhi cara Generasi Z membahas isu politik. Platform seperti TikTok dan Instagram mendorong penyampaian pesan dalam bentuk yang ringkas dan menarik secara visual. Akibatnya, isu politik yang kompleks sering kali disederhanakan agar mudah dipahami dan cepat dikonsumsi. Hal ini membuat diskusi politik kurang berkelanjutan dan minim pendalaman.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa influencer dan konten kreator memiliki pengaruh besar dalam membentuk pandangan politik Generasi Z (Khairiyyah and Soedarsono 2025; El Qudsi and Syamtar 2020). Banyak pengguna lebih mempercayai informasi dari public figure dibandingkan sumber resmi. Kredibilitas konten sering diukur dari jumlah pengikut dan tingkat viralitas, bukan dari kekuatan argumen atau keakuratan informasi. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran otoritas dalam ruang publik digital.

Banyak Generasi Z lebih memilih menjadi pengamat pasif dalam diskusi politik. Mereka cenderung membaca atau menonton konten politik tanpa ikut berkomentar atau berdiskusi. Meskipun terlihat pasif, keterlibatan ini tetap berperan dalam membentuk sikap politik. Namun, jika partisipasi pasif lebih dominan, ruang publik digital berisiko kehilangan keberagaman suara.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan tingkat kesadaran politik di kalangan Generasi Z dapat mempengaruhi kualitas komunikasi politik di media sosial. Tidak semua pengguna media sosial memiliki ketertarikan dan pemahaman yang sama terhadap isu politik, sehingga respons yang muncul sering kali tidak seimbang. Sebagian Generasi Z berusaha memahami konteks isu secara lebih

mendalam, sementara sebagian lainnya hanya merespons berdasarkan judul, potongan video, atau opini yang sedang populer. Kondisi ini menyebabkan diskusi politik mudah dipengaruhi oleh arus informasi sesaat dan kurang berorientasi pada pemahaman yang menyeluruh.

Temuan terakhir menunjukkan bahwa tingkat literasi digital sangat memengaruhi kualitas komunikasi politik Generasi Z. Individu yang memiliki kemampuan berpikir kritis cenderung lebih selektif dalam menerima informasi dan tidak mudah terpengaruh oleh konten provokatif. Sebaliknya, rendahnya literasi digital membuat pengguna lebih rentan terhadap disinformasi dan polarisasi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas ruang publik digital sangat bergantung pada kemampuan kritis pengguna media sosial.

KE S I M P U L A N

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama bagi Generasi Z dalam berkomunikasi dan terlibat dengan isu-isu politik. Platform seperti TikTok dan Instagram memfasilitasi akses informasi politik yang cepat serta membuka peluang partisipasi yang luas. Dalam hal tersebut, Generasi Z tidak lagi bergantung pada ruang publik konvensional, melainkan memanfaatkan ruang digital sebagai sarana untuk mengekspresikan sikap, membentuk pandangan, dan mengikuti dinamika politik yang berkembang. Namun, temuan penelitian memperlihatkan bahwa tingginya partisipasi politik Generasi Z di media sosial belum sepenuhnya disertai oleh kualitas komunikasi politik yang rasional dan mendalam. Interaksi politik yang terjadi lebih banyak didominasi oleh respons emosional, penggunaan simbol visual, serta reaksi singkat yang tidak selalu didukung oleh argumentasi yang kuat. Pola komunikasi seperti ini menunjukkan bahwa media sosial lebih sering digunakan sebagai ruang ekspresi diri dan penegasan identitas politik dibandingkan sebagai ruang dialog yang mendorong pertukaran gagasan secara kritis.

Jika dilihat melalui perspektif teori ruang publik Jurgen Habermas, praktik komunikasi politik Generasi Z di media sosial belum sepenuhnya mencerminkan prinsip diskursus rasional. Pengaruh algoritma platform digital membatasi keberagaman informasi yang diterima pengguna dan memperkuat kecenderungan terbentuknya ruang diskusi yang homogen. Akibatnya, pertemuan dengan pandangan yang berbeda menjadi terbatas dan diskusi politik cenderung berkembang secara terfragmentasi.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa partisipasi politik Generasi Z di ruang digital sebagian besar bersifat simbolik. Aktivitas seperti penggunaan tagar, mengikuti tren politik, atau membagikan ulang konten menunjukkan adanya perhatian terhadap isu politik, tetapi belum disertai dengan pemahaman yang mendalam. Tekanan sosial di media sosial, seperti kekhawatiran terhadap komentar negatif atau konflik daring, turut mempengaruhi keberanian individu untuk terlibat secara aktif dalam diskusi politik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai ruang publik alternatif bagi Generasi Z, tetapi potensi tersebut belum sepenuhnya terjadi. Diperlukan peningkatan literasi digital dan kesadaran untuk berdiskusi secara rasional agar komunikasi politik di media sosial dapat mendekati konsep ruang publik demokratis sebagaimana dikemukakan oleh Jurgen Habermas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Fara, and Siti Rahayu Pratami Lexianingrum. 2024. "Transformasi Ideologi Politik Gen-Z : Analisis Perubahan Paradigma Pada Konteks Pemilu." *LITERASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(1):29–42. <http://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ilkom/article/view/4310%0Ahttps://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/ilkom/article/view/4310/1597>.
- Angga, dkk. 2023. "Etika Komunikasi Netizen Indonesia Di Media Sosial Sebagai Ruang Demokrasi."

- Dwi Putricia, Nazah, dkk. 2024. “Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik.” *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik* 7482:74–82.
- Habermas, Jürgen. 1991. *Habermas, Jürgen, The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge, The MIT Press, 1991, Pp. 301. Vol. 68.
- Harsono Harus. 2023. “POLITIK IDENTITAS DAN PARTISIPASI POLITIK DI MEDIA SOSIAL: ANALISIS MODEL STRUKTURAL PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG Harun Harsono.” *ELECTORAL GOVERNANCE: Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia* 4:166–87. www.journal.kpu.go.id.
- Idris, Umar Yadi. 2025. “Media Sosial Dan Transformasi Komunikasi Politik.” *Pditea; Jurnal Kajian Politik Islam* 8(2):49–71.
- Khairiyah, Lathifah, and Dewi K. Soedarsono. 2025. “Perspektif Generasi Z Terhadap Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia Dalam Media Sosial Tiktok Pada Pemilu 2024.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9(2):369–78. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i2.20877>.
- Muhammad Ryanda. 2024. “Retorika Retorika.” *Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik* 88–95.
- Nabila, Vina, Zikri Fachrul Nurhadi, and Achmad Wildan Kurniawan. 2025. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Literasi Politik Gen Z Pada Pilkada 2024 Di Kabupaten Garut The Influence of Instagram on the Political Literacy of Gen Z in the 2024 Regional Elections in Garut Reg.” *Jurnal Communio Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 14(2):269–85.
- Putro Herwanto, Dony, and Dwika Febrianti. 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. <http://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisocio/article/view/4516%0Ahttp://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisocio/article/download/4516/1066>.
- El Qudsi, Mohammad Ichlas, and Ilham Ayatullah Syamtar. 2020. “Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019.” *Desember* 4(2):167–85.
- Setiawan, F. X. Rudi. 2023. “Peran Media Sosial Sebagai Ruang Publik : Gagasan Ruang Publik.” *Medintas* 39(3):323–50.
- Sufri Eka Bhakti. 2020. “Ruang Publik Dan Media Sosial: Partisipasi Politik Mahasiswa Indonesia.” *Jurnal Kajian Media* 4(1):2–3.
- Suherman, Cucu. 2020. “Peran Media Sosial Dalam Partisipasi Politik Generasi Z.” *Jurnal Komunika* 14(2):181–94. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/komunika/article/view/15229>.
- Weninggalih, Prawiro, Saniyah Nabila Fikriyah, Program Studi, Ilmu Komunikasi, and Universitas Telkom. 2024. “9895-Article Text-40019-1-10-20231229 (1).Pdf.” *XIII*(2):69–81.