



## Literasi Politik Komisi Pemilihan Umum Dalam Meningkatkan Partisipasi Pemilih Pemula Di Kota Samarinda

Fakhri Amrullah <sup>1)</sup>; Kadek Dristiana Dwivayani <sup>2)</sup>; Nurliah <sup>3)</sup>; Johantan Alfando Wikandana Sucipta <sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Email: <sup>1)</sup> [fahry.a300@gmail.com](mailto:fahry.a300@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [kadek.dwivayani@fisip.unmul.ac.id](mailto:kadek.dwivayani@fisip.unmul.ac.id) ; <sup>3)</sup> [nurliah.simollah@fisip.unmul.ac.id](mailto:nurliah.simollah@fisip.unmul.ac.id)

<sup>4)</sup> [johantan.sucipta@fisip.unmul.ac.id](mailto:johantan.sucipta@fisip.unmul.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [22 April 2025]

Revised [26 Mei 2025]

Accepted [11 Juni 2025]

### KEYWORDS

Political Literacy, Instagram, General Elections Commission, First-Time Voters, Participation.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran pemilih pemula dalam menentukan arah demokrasi, yang sering kali terhambat oleh keterbatasan informasi dan pemahaman tentang proses pemilu. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peran literasi politik yang dilakukan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula melalui media Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPU Kota Samarinda telah melaksanakan berbagai program literasi politik, seperti sosialisasi di sekolah-sekolah, pemanfaatan Instagram, dan pelatihan demokrasi bagi generasi muda. Namun, tantangan seperti rendahnya minat politik di kalangan pemilih muda dan keterbatasan sumber daya masih menjadi kendala. Kesimpulannya, literasi politik yang dilakukan KPU berkontribusi positif terhadap peningkatan kesadaran dan partisipasi pemilih pemula, meskipun diperlukan penguatan strategi dan kolaborasi lintas sektor agar hasilnya lebih optimal.

### ABSTRACT

This study is motivated by the important role of first-time voters in shaping democracy, who often face limitations in information and understanding of the election process. The purpose of this research is to analyze the role of political literacy conducted by the General Election Commission (KPU) of Samarinda City in increasing the participation of first-time voters through Instagram. The study employs a qualitative approach with data collected through interviews, observations, and documentation. The findings reveal that KPU Samarinda has implemented various political literacy programs, including outreach in schools, utilization of Instagram, and democracy training for youth. However, challenges such as low political interest among young voters and limited resources remain obstacles. In conclusion, the political literacy efforts by KPU positively contribute to raising awareness and participation of first-time voters, though strengthening strategies and cross-sector collaboration are needed for more optimal outcomes.

## PENDAHULUAN

Pemilihan Umum Presiden tahun 2024 (Pilpres 2024) menandai momen penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia selama 25 tahun sejak pemilu multipartai pertama pada 7 Juni 1999 pasca runtuhnya rezim Orde Baru. Meskipun 25 tahun adalah periode yang relatif singkat dalam konteks perkembangan demokrasi sebuah bangsa, berbagai dinamika dan eksek yang muncul selama Pilpres 2024 merupakan bagian dari proses adaptasi dan pembelajaran demokrasi yang terus berlangsung. Fenomena ini juga dapat dipahami sebagai konsekuensi logis dari integrasi teknologi informasi dan komunikasi modern dalam praktik politik dan demokrasi (El Qudsi & Syamtar, 2020).

Menurut data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), pemilih pada Pemilu 2024 diprediksi akan didominasi oleh kelompok generasi Z dan milenial. Berdasarkan data yang disajikan, terdapat sebanyak 66.822.389 pemilih dari generasi milenial, yang merupakan 33,60% dari total pemilih. Sedangkan pemilih dari generasi Z berjumlah 46.800.161 orang, atau sekitar 22,85% dari total pemilih (Muhamad, 2023). Hal ini menunjukkan pentingnya perhatian khusus terhadap dua kelompok usia ini dalam strategi kampanye dan pendidikan politik menjelang Pemilu 2024.

Secara singkat, generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 hingga 1994, sehingga telah memiliki pengalaman mengikuti pemilu sebanyak kurang lebih 2 hingga 5 kali. Sementara itu, generasi zilenial, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 baru mengalami pemilu sekitar satu kali atau bahkan belum pernah sama sekali (Dewi dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa generasi zilenial masih relatif awam dan kurang memiliki literasi politik dibandingkan generasi milenial. Pemilih generasi zilenial termasuk dalam kategori pemilih pemula, yaitu mereka yang baru pertama kali menggunakan hak

pilihnya karena baru mencapai usia pemilih, yaitu antara 17 hingga 21 tahun. Meskipun pengetahuan mereka tentang pemilu tidak jauh berbeda dengan kelompok pemilih lainnya, yang membedakan adalah tingkat antusiasme dan preferensi politik mereka. Preferensi politik dapat dipahami sebagai kecenderungan atau kesukaan seseorang terhadap berbagai aktivitas politik, seperti pemilu, pengambilan keputusan, dan partisipasi aktif dalam pemerintahan (Azirah, 2024).

Pemilih pemula memiliki peran yang sangat penting dalam pemilu, terutama sebagai pengawas partisipatif yang aktif dalam proses pemilihan. Partisipasi atau partisipatif diartikan sebagai sikap dan keterlibatan individu dalam organisasi atau situasi tertentu, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk berkontribusi dalam mencapai tujuan bersama serta bertanggung jawab secara kolektif (Azirah, 2024). Potensi pemilih pemula sangat besar, sehingga Komisi Pemilihan Umum (KPU) memberikan perhatian khusus dengan mengadakan berbagai kegiatan sosialisasi yang ditujukan khusus bagi kelompok ini. Namun, masih terdapat tantangan berupa skeptisisme dan antipati politik yang tinggi di kalangan pemilih pemula, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap partisipasi politik mereka di masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian (Lukman dkk., 2017) banyak pemilih pemula yang memandang literasi politik yang dilakukan oleh aktor politik cenderung berbau pencitraan dan negatif. Persepsi ini memengaruhi pengetahuan dan sikap mereka terhadap aktivitas pemilu dan pilkada, yang merupakan bentuk nyata partisipasi politik mereka. Pemilih pemula merasa kurang nyaman berpartisipasi dalam urusan politik karena pesan-pesan literasi politik yang mereka terima, terutama dari media sosial, seringkali penuh dengan kontroversi seperti hate speech, pembunuhan karakter, dan isu-isu yang memecah belah. Kondisi ini membuat mereka enggan untuk ikut serta dalam proses politik. Oleh karena itu, untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula, diperlukan upaya edukasi dan literasi politik yang lebih baik, yang dapat memberikan informasi yang objektif dan membangun sikap positif terhadap proses demokrasi. Pemilih pemula yang banyak terpapar informasi politik negatif melalui media sosial seperti hate speech, pembunuhan karakter, dan konten yang memecah belah menjadi enggan untuk berpartisipasi dalam pemilu. Kondisi ini berkontribusi pada meningkatnya jumlah pemilih pemula yang memilih untuk golongan putih atau golput. Golput merupakan sikap politik berupa abstain atau tidak menggunakan hak pilih dalam pemilu sebagai bentuk protes terhadap sistem politik atau ketidakpercayaan terhadap kandidat yang dianggap tidak kredibel. Meski wujudnya bisa berupa lebih memilih berlibur daripada memilih, fenomena ini mencerminkan ketiadaan alternatif pilihan yang dianggap layak atau dikenal untuk dipilih, belum termasuk faktor rekam jejak buruk, visi-misi yang tidak meyakinkan, atau kinerja yang kurang memuaskan. Data menunjukkan bahwa angka golput cenderung meningkat dari pemilu ke pemilu (Lestari, 2021).

Literasi politik (*political literacy*) adalah pengetahuan dan pemahaman mengenai proses dan isu-isu politik yang memungkinkan setiap warga negara untuk secara efektif menjalankan perannya sebagai warga negara melalui partisipasi aktif (Sutisna, 2017). Dalam konteks pemilu, literasi politik tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah partisipasi, tetapi juga untuk memastikan kualitas partisipasi tersebut. Pemilu yang berkualitas memerlukan kondisi awal tertentu, salah satunya adalah adanya pemilih yang melek politik, cerdas, dan kritis sehingga preferensi politik yang mereka miliki didasarkan pada pilihan yang rasional (*rational choice*). Pemilih rasional, yang cerdas dan kritis, adalah pemilih yang tidak hanya memiliki pengetahuan dan kesadaran tentang proses kepemiluan, tetapi juga bebas dari berbagai bentuk intimidasi. Mereka tahan terhadap serangan atau bujukan transaksional yang tidak sehat seperti politik uang, serta memahami pentingnya suara mereka dan konsekuensi politik dari pilihan yang mereka buat di masa depan (Bakti dkk., 2017). Sebaliknya, pemilih irrasional atau yang disebut "buta politik" (*political illiteracy*) memberikan dampak negatif terhadap pelaksanaan dan hasil pemilu. Mereka berkontribusi pada pemilu yang tidak berkualitas, yang diwarnai praktik-praktik transaksional seperti politik uang dan mobilisasi massa, serta menghasilkan kandidat terpilih yang kurang berintegritas dan kompeten, baik dalam pemilu legislatif maupun eksekutif (Sutisna, 2017).

Kemajuan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi, termasuk dalam literasi politik. Saat ini, literasi politik juga dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah Instagram. Instagram dipilih sebagai sarana literasi politik karena merupakan media sosial yang populer dan banyak digunakan di Indonesia. Sosialisasi politik melalui media sosial Instagram perlu menggunakan strategi literasi politik dalam upaya komunikasi partisipatif bagi pemilih pemula. Literasi politik merupakan suatu proses di mana



informasi politik yang relevan diteruskan dari satu bagian sistem politik ke bagian lainnya, serta antara sistem sosial dengan sistem politik. Proses ini berlangsung secara berkesinambungan dan melibatkan pola pertukaran informasi di antara individu dan kelompoknya pada semua tingkatan (Setiawan, 2018).

Penelitian ini secara khusus dilakukan pada pemilih pemula di Kota Samarinda. Edukasi dan literasi politik bagi pemilih pemula tersebut disampaikan melalui akun Instagram resmi KPU Kota Samarinda (@kpu\_kotasamarinda). Berdasarkan pra observasi yang dilakukan oleh peneliti, Bawaslu juga aktif membuat konten terkait persiapan Pemilu 2024, seperti edukasi mengenai pemilu, Daftar Pemilih Tetap (DPT), Data Pemilih Tambahan (DPTb), Daftar Pemilih Khusus (DPK), dan informasi lain yang berkaitan dengan pemilu. Konten yang diunggah oleh akun @kpu\_kotasamarinda didominasi warna merah, sesuai dengan warna logo KPU Kota Samarinda. Salah satu konten menampilkan data DPT Pemilu 2024 per Juli 2023 secara lengkap, meliputi klasifikasi berdasarkan jenis kelamin, pemilih baru, dan pemilih TMS. Selain itu, akun tersebut juga membagikan konten yang bertujuan meningkatkan partisipasi pemilih, seperti ajakan kepada musisi jalanan untuk mengikuti sayembara cover lagu Jingle Pemilu. Meskipun upaya ini menunjukkan usaha KPU dalam mendorong partisipasi pemilih, respons dari pengguna masih rendah. Hal ini terlihat dari jumlah like yang hanya mencapai 17 dan tidak adanya komentar, padahal jumlah pengikut akun tersebut mencapai 3.572 orang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pemilih pemula dalam merespons konten literasi politik melalui Instagram masih perlu ditingkatkan.

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alami dengan peneliti sebagai instrumen utama, Fokus penelitian ini adalah gambaran literasi politik generasi milenial, yang diukur melalui tiga indikator utama, yaitu: (1) kekhawatiran dan kesadaran akan pentingnya aktivitas serta institusi politik; (2) pengetahuan tentang kebijakan, perencanaan, dan anggaran pemerintah terkait pembangunan dan pelayanan publik; serta (3) partisipasi dalam berbagai kegiatan politik.

Lokasi penelitian ini berada di Kantor Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kota Samarinda yang terletak di Jalan Ir. H. Juanda No. 18, Air Hitam, Kecamatan Samarinda Ulu, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Dalam penelitian ini, informan terdiri dari Kepala Bagian Teknik Penyelewengan Pemilu, Partisipasi Masyarakat, Hukum dan Sumber Daya Manusia sebanyak satu orang, tim kreatif media sosial Instagram kpu\_kotasamarinda satu orang, serta lima anggota generasi milenial di Kota Samarinda. Data dari informan ini digunakan untuk menggali pemahaman mendalam tentang literasi politik dan partisipasi pemilih pemula di Kota Samarinda.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara dengan responden terkait. Sedangkan data sekunder didapatkan secara tidak langsung melalui dokumen dan konten yang ada di media sosial Instagram kpu\_kotasamarinda. Kombinasi kedua sumber data ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan akurat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara terpimpin dan dokumentasi. Wawancara terpimpin dilakukan secara sistematis untuk mendapatkan data yang relevan dengan suasana yang lebih terarah. Dokumentasi digunakan dengan mengumpulkan data dari dokumen berupa konten media sosial Instagram kpu\_kotasamarinda sebagai sumber data penelitian. Kedua teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan sesuai kebutuhan penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan model Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahapan yang berjalan secara simultan, yaitu: (1) pengumpulan data, dimana data dikumpulkan dari berbagai sumber; (2) reduksi data, yaitu proses penyederhanaan dan pemilahan data yang relevan; (3) penyajian data, yakni pengorganisasian data dalam bentuk yang mudah dipahami; dan (4) penarikan simpulan, yakni menginterpretasikan data untuk mendapatkan makna dan temuan yang signifikan dalam penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Literasi Politik Generasi Zilenial Samarinda

Penelitian ini menggunakan teori literasi politik untuk mendeskripsikan, memahami, dan menganalisis pola literasi politik generasi Zilenial di Kota Samarinda, khususnya dalam upaya meningkatkan komunikasi partisipatif melalui akun Instagram resmi @kpu\_kotasamarinda. Generasi Zilenial yang tumbuh di era digital sangat bergantung pada media sosial sebagai sumber utama informasi, termasuk informasi politik. Instagram menjadi salah satu platform utama yang mereka gunakan untuk memperoleh, memahami, dan mendiskusikan berbagai isu politik dan kebijakan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi politik pada generasi Zilenial tidak hanya sebatas kemampuan memahami informasi politik yang disajikan, tetapi juga mencakup kemampuan mereka dalam berpartisipasi aktif dalam diskusi publik, kemampuan memilah antara informasi valid dan hoaks, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat literasi politik yang efektif. Instagram KPU Kota Samarinda berperan sebagai sarana edukasi dan komunikasi politik yang dapat merangsang kesadaran dan keterlibatan generasi Zilenial dalam proses demokrasi.

Dalam konteks penelitian ini, ditemukan bahwa keberagaman latar belakang audiens generasi Zilenial serta variasi konten yang disajikan di Instagram KPU Kota Samarinda menciptakan komunikasi yang inklusif dan mampu menjangkau berbagai segmen masyarakat muda dengan pemahaman politik yang beragam, yang menggambarkan aspek heteroglasia. Meskipun Instagram menyediakan ruang untuk interaksi, komunikasi yang berlangsung di akun @kpu\_kotasamarinda masih cenderung bersifat satu arah dengan keterbatasan ruang dialog terbuka, sehingga menunjukkan perlunya peningkatan aspek dialogis agar literasi politik dapat menjadi proses yang lebih interaktif dan partisipatif. Selanjutnya, dari sisi polifoni, akun Instagram tersebut mulai menunjukkan keberagaman suara dan perspektif melalui kolaborasi dengan berbagai narasumber dan komunitas, namun variasi suara ini masih perlu diperluas agar lebih banyak sudut pandang generasi Zilenial dapat terdengar dan diakomodasi. Selain itu, unsur karnaval yang ditampilkan melalui penggunaan konten visual yang atraktif, seperti meme dan bahasa yang dekat dengan gaya hidup generasi muda, membuat literasi politik terasa lebih ringan, menarik, dan mampu meningkatkan keterlibatan serta perhatian audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini mengindikasikan bahwa literasi politik generasi Zilenial di Samarinda melalui Instagram KPU Kota Samarinda sedang berada pada tahap perkembangan yang positif, di mana media sosial tersebut berperan sebagai ruang strategis untuk meningkatkan kesadaran politik, membentuk sikap kritis, dan mendorong keterlibatan aktif generasi muda dalam demokrasi. Namun demikian, terdapat peluang besar untuk mengoptimalkan komunikasi partisipatif yang lebih inklusif dan interaktif agar literasi politik generasi Zilenial semakin kuat dan berdampak luas.

#### Indikator Komunikasi Partisipatif: Heteroglasia

Dalam upaya memahami proses komunikasi partisipatif pada media sosial Instagram KPU Kota Samarinda, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pihak internal yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten. Bu Yustiyani, anggota divisi sosialisasi KPU Samarinda, mengungkapkan bahwa tim pembuatan konten terdiri dari divisi sosialisasi dan operator media sosial, namun setiap konten yang hendak dipublikasikan harus mendapatkan persetujuan dari pimpinan terlebih dahulu. Pernyataan ini menunjukkan adanya mekanisme kontrol yang ketat dalam produksi konten demi menjaga akurasi dan kredibilitas informasi (Wawancara, 6 Juni 2024). Keberagaman dalam proses pembuatan konten juga tercermin dari upaya tim untuk menyesuaikan materi dengan karakteristik generasi Zilenial, yang menjadi target utama literasi politik di media sosial KPU Samarinda. Menurut Bu Yustiyani, generasi Z memiliki preferensi terhadap konten yang lebih interaktif, visual, dan dikemas dengan gaya santai serta ringkas, seperti video pendek dan infografis, berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih memilih sumber informasi formal dan berbentuk teks panjang. Pernyataan senada disampaikan oleh Ibu Ice Trisnawati, Kepala Sub Bagian KPU Samarinda, yang menegaskan bahwa tim sering berdiskusi dan menerima masukan dari berbagai pihak agar konten yang disajikan sesuai dengan tren yang diminati generasi muda sekaligus tetap memenuhi regulasi KPU (Wawancara, 6 Juni 2024).



Meskipun demikian, wawancara juga mengungkapkan bahwa seluruh proses produksi konten dilakukan secara internal oleh tim KPU tanpa melibatkan pihak luar. Hal ini ditegaskan oleh Pak Andi Juli Fadl, tenaga administrasi KPU Samarinda, yang menyatakan bahwa pengelolaan konten sepenuhnya berada di tangan internal KPU untuk menjaga kredibilitas informasi. Ibu Ice menambahkan bahwa terdapat aturan ketat dalam pengelolaan media sosial sehingga hanya anggota KPU yang dapat membuat dan mengunggah konten (Wawancara, 6 Juni 2024). Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun heteroglasia sebagai indikator komunikasi partisipatif menunjukkan keberagaman latar belakang dalam masyarakat, pada praktik pengelolaan media sosial KPU Samarinda, komunikasi dan produksi konten masih bersifat terpusat dan terstruktur. Keterlibatan pihak yang berbeda lebih terbatas pada anggota internal KPU yang memiliki otoritas resmi. Dengan demikian, komunikasi yang terjadi lebih banyak bersifat satu arah dan belum sepenuhnya membuka ruang partisipasi luas dari masyarakat atau pemilih pemula.

Peneliti juga menggali persepsi terkait perbedaan preferensi konten antara generasi Z dan generasi sebelumnya. Bu Yustiyani menjelaskan bahwa generasi Z lebih menyukai konten interaktif dan visual, sementara generasi sebelumnya lebih cenderung mengakses informasi dari sumber formal seperti website resmi atau berita cetak. Hal ini mengindikasikan perlunya penyesuaian strategi komunikasi agar pesan politik dapat diterima secara efektif oleh target audiens (Wawancara, 6 Juni 2024). Secara keseluruhan, hasil wawancara mengindikasikan bahwa meskipun Instagram KPU Kota Samarinda telah menjadi media untuk literasi politik, interaksi yang terjadi masih terbatas dan kurang mendorong partisipasi aktif pemilih pemula. KPU Samarinda perlu mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih inklusif dan interaktif, seperti menghadirkan diskusi daring atau sesi tanya jawab, agar literasi politik dapat meningkat secara lebih optimal dan pemilih muda tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi tetapi juga peserta aktif dalam proses demokrasi.

#### **Indikator Komunikasi Partisipatif: Dialogis**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak KPU Kota Samarinda dan sejumlah siswa SMAN 1 Samarinda sebagai representasi Gen Z, diperoleh gambaran bahwa pendekatan komunikasi dialogis telah menjadi strategi utama dalam meningkatkan literasi politik di kalangan pemilih pemula. Ibu Yustiyani dari divisi sosialisasi KPU menjelaskan bahwa KPU akan melakukan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah sebagai upaya membangun interaksi dua arah antara penyelenggara pemilu dan pemilih muda. Strategi ini tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, tetapi juga membuka ruang bagi siswa untuk berdiskusi, bertanya, dan memahami proses pemilu secara lebih mendalam. Pandangan serupa juga disampaikan oleh siswa Gen Z, seperti Daffa Sultan Arafid dan Amanda Nazwa, yang menyatakan bahwa metode tatap muka dinilai lebih efektif karena memberikan kesempatan bagi mereka untuk mendapatkan kejelasan langsung dari pihak yang berwenang. Mereka menilai bahwa informasi yang hanya disebarkan melalui media sosial terkadang tidak cukup dipahami atau bahkan simpang siur.

Selain itu, pendekatan dialogis ini juga diadaptasi oleh KPU melalui pemanfaatan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana komunikasi yang sesuai dengan karakteristik Gen Z yang lebih digital-native. Ibu Ice dari KPU menegaskan bahwa media sosial menjadi alat utama dalam menjangkau generasi ini karena mereka lebih cepat dan aktif dalam mengakses informasi digital. Namun, KPU menyadari bahwa keberhasilan strategi ini tidak hanya bergantung pada penyampaian informasi, tetapi juga pada bagaimana interaksi dan partisipasi dapat dibangun melalui media sosial. Hal ini diamini oleh siswa lainnya, Jessica Venia Putri dan Riska Amelia, yang menekankan pentingnya konten yang menarik dan interaktif seperti infografis, video singkat, hingga sesi live Q&A. Mereka menyatakan bahwa komunikasi yang hanya bersifat satu arah di media sosial kurang mampu mendorong keterlibatan. Maka dari itu, mereka menyarankan agar KPU juga membuat konten yang bersifat viral dan mengundang partisipasi aktif dari generasi muda. Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa strategi komunikasi dialogis baik melalui pendekatan langsung maupun digital merupakan langkah yang relevan dan efektif dalam menjangkau pemilih pemula dari kalangan Gen Z. Komunikasi dua arah yang interaktif memberikan ruang bagi generasi muda untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga turut berpartisipasi dalam membangun kesadaran politik mereka secara lebih bermakna.

### **Komunikasi Partisipatif: Poliponi**

Hasil wawancara dengan berbagai pihak menunjukkan bahwa prinsip *poliponi* dalam komunikasi partisipatif mulai diupayakan oleh KPU Kota Samarinda, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan di lapangan. Poliponi, sebagai bentuk tertinggi komunikasi dialogis, mencerminkan ruang interaksi yang terbuka bagi beragam suara untuk saling memperjelas tanpa saling menutupi. Dalam konteks ini, partisipasi Gen Z dalam Pemilu menjadi perhatian penting karena kelompok ini menunjukkan kecenderungan apatis terhadap politik, yang dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman serta dominasi narasi negatif di media sosial. Menurut Ibu Yustiyani, anggota Divisi Sosialisasi KPU Kota Samarinda, sebagian Gen Z merasa tidak perlu berpartisipasi dalam pemilu karena merasa bingung harus memilih siapa, atau menilai pemilu tidak berdampak langsung pada kehidupan mereka. Ia menegaskan bahwa tugas KPU adalah memberikan pemahaman bahwa suara mereka sangat penting dan menentukan arah kebijakan masa depan. Bapak Andi Juli Fadl, tenaga administrasi KPU, menambahkan bahwa narasi negatif di media sosial tentang dunia politik, serta ketidaktahuan terhadap calon legislatif, turut memperkuat ketidakpedulian pemilih muda.

Pandangan ini diperkuat oleh suara Gen Z sendiri. Jessica Venia Putri, siswa SMA Negeri 1 Samarinda, mengakui bahwa banyak teman-temannya bingung dalam menentukan pilihan karena tidak mengenal nama-nama calon legislatif. Riska Amelia, siswa lainnya, menambahkan bahwa konten di media sosial sering kali memunculkan anggapan bahwa pemilu hanyalah formalitas, sehingga banyak anak muda menjadi tidak peduli dan lebih memilih untuk golput. Dari sisi pendekatan, Amanda Nazwa Olong, juga dari SMA Negeri 1 Samarinda, menilai bahwa gaya komunikasi dalam literasi politik sering kali terlalu teknis dan formal, sehingga tidak sesuai dengan gaya Gen Z. Ia menyarankan agar informasi dikemas lebih kreatif dan disampaikan melalui cara yang lebih santai dan interaktif, seperti video pendek atau diskusi ringan. Senada dengan itu, Ibu Ice dari KPU Samarinda mengungkapkan bahwa dalam kegiatan diskusi, Gen Z lebih aktif ketika metode yang digunakan bersifat terbuka, seperti sesi tanya jawab atau kuis interaktif, bukan seminar satu arah yang membosankan. Jessica juga menyebut bahwa tingkat partisipasi Gen Z dalam diskusi tergantung pada relevansi topik. Jika pembahasannya menyangkut hal-hal yang dekat dengan kehidupan mereka, seperti kebijakan pendidikan atau lapangan kerja, maka keterlibatan mereka jauh lebih tinggi. Sebaliknya, jika materi terlalu teoritis atau jauh dari realitas sehari-hari, mereka cenderung pasif. Riska menambahkan bahwa banyak siswa sebenarnya ingin aktif, namun merasa kurang percaya diri karena takut salah atau tidak memahami istilah politik yang digunakan.

Selain itu, wawancara dengan Daffa Sultan Arafii memperlihatkan keragaman sikap di kalangan Gen Z. Ada yang sangat peduli dengan pemilu karena memahami pentingnya suara mereka, namun tak sedikit pula yang menganggap politik itu rumit dan tidak relevan. Ibu Yustiyani juga menekankan bahwa Gen Z cenderung lebih menyukai informasi yang cepat, visual, dan langsung ke poin, bukan informasi dalam bentuk teks panjang atau seminar yang terlalu lama. Secara umum, wawancara ini menunjukkan bahwa partisipasi Gen Z dalam Pemilu sangat dipengaruhi oleh cara komunikasi yang digunakan. Keberhasilan penerapan prinsip *poliponi* sangat bergantung pada bagaimana KPU mampu menciptakan ruang dialog yang inklusif, santai, dan relevan dengan keseharian Gen Z. Mereka tidak hanya ingin didengarkan, tetapi juga ingin dipahami melalui gaya komunikasi yang sejalan dengan pola konsumsi informasi mereka. Dengan demikian, KPU Kota Samarinda diharapkan terus meningkatkan strategi komunikasi berbasis media sosial yang inovatif, menggandeng figur publik yang mereka ikuti, serta menghadirkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan dan mudah dipahami. Langkah ini penting untuk mengubah persepsi negatif terhadap politik, sekaligus membangun kesadaran bahwa keterlibatan mereka dalam pemilu adalah bentuk nyata kontribusi terhadap masa depan bangsa.

### **Indikator Komunikasi Partisipatif: Karnaval**

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai informan, strategi komunikasi yang digunakan oleh KPU Kota Samarinda untuk meningkatkan partisipasi Gen Z dalam Pemilu menunjukkan pendekatan yang sejalan dengan indikator *karnaval* dalam komunikasi partisipatif. Gaya komunikasi yang diterapkan bersifat tidak formal, santai, dan dipenuhi unsur humor, menjauhkan diri dari kesan kaku dan otoritatif. KPU secara sadar membingkai kegiatan sosialisasi Pemilu dengan suasana yang menyenangkan dan bersifat dialogis agar lebih dekat dengan karakteristik Gen Z yang cenderung aktif di media sosial dan



menyukai interaksi yang kasual. Ibu Yustiyani, anggota KPU Samarinda, menjelaskan bahwa pendekatan digital seperti video pendek, infografis, dan diskusi daring menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan politik kepada anak muda. Konten-konten yang dibuat sengaja dikemas ringan dan *relatable* agar mudah diterima. Pendekatan ini terbukti lebih efektif karena Gen Z menghindari aktivitas yang terlalu akademik atau bersifat satu arah. Christian Sergiu, seorang pelajar dari SMA Negeri 1 Samarinda, menyebut bahwa ia lebih tertarik mengikuti kegiatan seperti lomba debat dan simulasi Pemilu yang memungkinkan partisipasi aktif daripada hanya mendengarkan ceramah.

Gaya bahasa menjadi aspek krusial dalam membangun kedekatan komunikasi. Ibu Ice dari KPU Samarinda menyatakan bahwa bahasa yang digunakan dalam sosialisasi kepada Gen Z diusahakan lugas dan santai, menghindari istilah-istilah politik yang sulit dimengerti. Hal ini diamini oleh Jessica Venia Putri dan Amanda Nazwa yang menilai pendekatan kaku membuat mereka malas menyimak, sedangkan gaya bahasa sehari-hari justru membangkitkan ketertarikan mereka. Visualisasi informasi juga dianggap penting. Riska Amelia menyoroti peran gambar, meme, dan video singkat dalam membantu mereka memahami pesan dengan lebih mudah dan menyenangkan. Penggunaan humor menjadi elemen penting dalam memperkuat pendekatan *karnaval*. Menurut Andi Juli Fadl, KPU kerap menyisipkan unsur lucu dalam konten seperti meme atau video singkat agar informasi terasa ringan dan menarik. Amanda Nazwa menyebut bahwa humor mampu menciptakan suasana yang lebih santai sehingga mendorong Gen Z untuk berani bertanya dan berdiskusi. Bahkan, Christian Sergiu menegaskan bahwa format konten yang lucu dan bersifat satire lebih membekas dalam ingatan dibandingkan informasi yang disampaikan secara formal.

Kebiasaan Gen Z yang aktif di media sosial juga dimanfaatkan oleh KPU untuk memperluas jangkauan pesan. Ibu Ice menjelaskan bahwa mereka membuat kampanye yang berpotensi viral di media sosial agar dapat dengan mudah dibagikan oleh Gen Z. Jessica Venia Putri menambahkan bahwa fitur interaktif seperti *polling* dan Q&A membuat mereka merasa lebih dihargai dalam proses komunikasi. Riska Amelia menyebut bahwa keterlibatan influencer yang relevan juga meningkatkan atensi mereka terhadap kampanye politik. Secara keseluruhan, strategi komunikasi partisipatif yang mengedepankan nuansa *karnaval* penuh humor, santai, dan melibatkan berhasil menciptakan kedekatan emosional dan meningkatkan minat Gen Z terhadap Pemilu. Mereka tidak hanya diajak memahami proses demokrasi, tetapi juga diberdayakan untuk merasa memiliki peran aktif dalam menentukan arah bangsa. Edukasi politik yang bersifat berkelanjutan pun dianggap penting agar kesadaran politik mereka tumbuh tidak hanya saat momentum Pemilu, melainkan juga dalam kehidupan sehari-hari.

## **Pembahasan**

### **Literasi Politik Generasi Zilenial Samarinda**

Berdasarkan fokus penelitian yang disusun, peneliti menggunakan teori literasi politik untuk mendeskripsikan, memahami, dan menganalisis pola Literasi politik generasi Zilenial di Samarinda, khususnya dalam meningkatkan komunikasi partisipatif melalui Instagram @kpu\_kotasamarinda. Generasi Zilenial, yang tumbuh dalam era digital, cenderung mengakses informasi politik melalui media sosial, menjadikannya sebagai sarana utama dalam memperoleh, memahami, dan mendiskusikan isu-isu politik. Oleh karena itu, literasi politik berperan penting dalam membentuk kesadaran, sikap, dan keterlibatan generasi ini dalam proses demokrasi.

Literasi politik tidak hanya mencakup pemahaman terhadap informasi politik, tetapi juga mencerminkan kemampuan generasi Zilenial dalam berpartisipasi dalam diskusi publik, membedakan informasi yang valid dari hoaks, serta memanfaatkan media sosial sebagai alat Literasi politik yang efektif. Dalam konteks ini, komunikasi yang terjadi melalui Instagram KPU Kota Samarinda diharapkan dapat menjadi stimulus bagi generasi Zilenial untuk lebih aktif dalam diskusi politik, meningkatkan kesadaran mereka terhadap kebijakan pemerintah, serta mendorong keterlibatan dalam proses demokrasi. Komunikasi partisipatif memiliki empat indikator utama yang dapat mendorong pemberdayaan dalam literasi politik, yaitu heteroglasia, dialogis, polifoni, dan *karnaval* (Servaes, 2020). Keempat indikator ini menekankan pentingnya Literasi politik yang bersifat interaktif, terbuka, dan inklusif, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan generasi Zilenial dalam demokrasi. Pembahasan lebih lanjut mengenai masing-masing indikator ini akan diuraikan dalam bagian berikut.

### **Indikator Komunikasi Partisipatif: Heteroglasia**

Menurut (Servaes, 2020) heteroglasia menekankan bahwa interaksi sosial tidak pernah homogen, melainkan selalu melibatkan perbedaan latar belakang ekonomi, sosial, dan budaya yang saling melengkapi. Dalam konteks ini, keberagaman yang terjalin antara tim pembuat konten dan audiens yang terdiri dari generasi muda berperan dalam menciptakan komunikasi yang kaya makna dan lebih mudah diterima. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bu Yustiyani yang menekankan perlunya konten interaktif dan visual yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z, serta pernyataan Ibu Ice Trisnawati yang menggarisbawahi pentingnya menyesuaikan konten dengan tren sekaligus regulasi KPU agar pesan efektif dan tetap kredibel. Namun, meskipun heteroglasia tampak dalam keberagaman internal tim produksi, hasil wawancara juga mengungkap bahwa proses pembuatan konten di Instagram KPU Samarinda masih bersifat tertutup dan terpusat pada anggota internal KPU. Tidak adanya keterlibatan pihak luar atau audiens dalam pembuatan konten menunjukkan bahwa komunikasi masih bersifat top-down dan kurang partisipatif secara luas. Hal ini dapat membatasi potensi literasi politik yang tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mengajak audiens untuk berdialog dan berpartisipasi aktif. Literasi politik yang efektif harus mencakup beberapa indikator, seperti kehirauan terhadap institusi politik, kemampuan membentuk opini politik, pemahaman kebijakan, serta partisipasi dalam kegiatan politik (Bates & Basu, 2005). Ketika komunikasi yang terjadi hanya satu arah dan tidak menyediakan ruang dialog, maka kemampuan individu, khususnya pemilih pemula, untuk membentuk opini dan terlibat aktif dalam proses politik menjadi terhambat. Hal ini dapat menimbulkan kesadaran politik yang pasif dan minim keterlibatan kritis terhadap kebijakan publik.

Selain itu, literasi politik yang efektif juga harus mampu meningkatkan partisipasi aktif dalam proses demokrasi. Studi ini menemukan bahwa Instagram KPU Samarinda masih belum sepenuhnya mengoptimalkan peran media sosial sebagai ruang interaktif yang mengundang dialog, diskusi, dan keterlibatan pemilih pemula. Padahal, media sosial sangat potensial sebagai alat literasi politik yang interaktif, terutama bagi generasi Z yang terbiasa dengan komunikasi digital yang dinamis dan visual. Oleh karena itu, KPU Samarinda perlu mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih inklusif, misalnya melalui fitur diskusi daring, sesi tanya jawab langsung, atau kolaborasi dengan komunitas pemilih muda. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan pemahaman dan kesadaran politik, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam pemilu, yang pada akhirnya memperkuat proses demokrasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat pentingnya penerapan prinsip heteroglasia dalam komunikasi politik digital. Komunikasi yang mampu mengakomodasi keberagaman dan interaksi dua arah berpotensi meningkatkan efektivitas literasi politik dan partisipasi demokrasi. Namun, praktik pengelolaan konten yang masih terpusat dan kurang partisipatif menjadi tantangan yang harus diatasi oleh KPU Samarinda agar literasi politik melalui media sosial dapat lebih optimal.

### **Indikator Komunikasi Partisipatif: Dialogis**

Komunikasi partisipatif dengan pendekatan *dialogis* merupakan elemen penting dalam menyampaikan informasi publik secara lebih efektif, khususnya dalam konteks peningkatan literasi politik pemilih pemula dari generasi Z menekankan bahwa komunikasi dialogis mengedepankan hubungan yang setara antara pengirim dan penerima pesan (Servaes, 2020). Dalam komunikasi seperti ini, tidak ada dominasi satu pihak, melainkan terbentuk ruang interaksi yang saling menghormati di mana setiap individu memiliki hak untuk berbicara, bertanya, dan didengar. Pendekatan ini sangat relevan dalam penyelenggaraan sosialisasi pemilu, mengingat Gen Z cenderung lebih tertarik pada komunikasi yang interaktif dan tidak hierarkis.

KPU Kota Samarinda tampaknya memahami betul pentingnya komunikasi dialogis dalam menjangkau pemilih pemula. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yustiyani, anggota Divisi Sosialisasi KPU Kota Samarinda, terungkap bahwa strategi sosialisasi untuk Pilkada 2024 dirancang agar lebih dialogis dengan menyasar sekolah-sekolah tingkat SMA, SMK, dan Madrasah Aliyah. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini tidak hanya berisi penyampaian informasi secara satu arah, tetapi juga memberi ruang kepada siswa untuk berdiskusi dan mengajukan pertanyaan secara langsung. Langkah ini memperlihatkan bahwa KPU menerapkan prinsip komunikasi dua arah guna membangun pemahaman yang lebih mendalam di kalangan pelajar. Pandangan dari pemilih pemula, seperti yang disampaikan oleh Daffa Sultan Arafii dan Amanda Nazwa, menegaskan efektivitas pendekatan tersebut. Mereka mengungkapkan bahwa banyak teman sebaya masih minim pengetahuan mengenai prosedur pemilu dan



merasa terbantu jika ada interaksi langsung yang memberi kesempatan bertanya dan berdiskusi. Daffa menyatakan bahwa informasi yang disampaikan secara tatap muka jauh lebih mudah dipahami daripada yang hanya diterima lewat media sosial, sedangkan Amanda menyoroti bahwa media sosial kerap memuat informasi simpang siur, sehingga sosialisasi langsung dapat memberi kejelasan. Namun, strategi komunikasi dialogis tidak hanya berhenti pada interaksi tatap muka. Mengingat karakteristik Gen Z yang lekat dengan media digital, KPU Kota Samarinda juga mengembangkan pendekatan komunikasi digital yang dialogis. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ice, kepala sub bagian KPU Kota Samarinda, media sosial khususnya Instagram menjadi platform utama dalam menyampaikan informasi kepada pemilih muda karena dinilai efektif dalam menjangkau mereka. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan KPU untuk menyajikan informasi pemilu secara visual, singkat, dan menarik ciri khas konten yang disukai oleh Gen Z.

Meski demikian, tantangan tetap ada. Komunikasi melalui media sosial berpotensi menjadi pasif jika hanya berfokus pada unggahan konten satu arah. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang lebih interaktif, seperti sesi *live* Q&A, konten infografis, video pendek, dan challenge yang mendorong keterlibatan aktif. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Jessica Venia Putri dan Riska Amelia, yang menyatakan bahwa konten visual dan sesi tanya jawab secara langsung akan lebih memotivasi Gen Z untuk memahami dan terlibat dalam pemilu. Dari keseluruhan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi dialogis baik secara langsung di sekolah maupun melalui media sosial merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan literasi pemilu di kalangan Gen Z. Pendekatan ini selaras dengan prinsip komunikasi partisipatif yang memandang audiens sebagai subjek aktif dalam proses komunikasi. Dengan membangun ruang dialog yang terbuka, KPU tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mendorong keterlibatan dan pemahaman yang lebih kuat dari generasi muda mengenai pentingnya partisipasi dalam demokrasi. Strategi ini mencerminkan bentuk komunikasi pembangunan yang inklusif dan demokratis (Servaes, 2020).

### **Komunikasi Partisipatif: Poliponi**

Dalam kerangka komunikasi partisipatif, konsep *poliponi* menjadi indikator penting yang merepresentasikan bentuk tertinggi dari dialog (Servaes, 2020). *Poliponi* menggambarkan situasi komunikasi di mana keberagaman suara tidak hanya diakui, tetapi juga diberi ruang yang setara untuk saling melengkapi, memperjelas, dan tidak menutupi satu sama lain. Dalam konteks ini, semua partisipan memiliki hak yang sama untuk menyampaikan pendapatnya, tanpa adanya dominasi atau intervensi dari pihak tertentu. Ini menjadi bentuk ideal dalam mewujudkan komunikasi yang demokratis dan inklusif. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti dalam konteks partisipasi politik Gen Z di Kota Samarinda, bentuk komunikasi yang dijalankan oleh KPU setempat mencerminkan prinsip-prinsip *poliponi*. Rapat, dialog langsung, dan sesi diskusi yang digelar KPU menjadi sarana terbuka bagi pemilih muda untuk menyuarakan pandangan, kebingungan, maupun kritik mereka terhadap pemilu. Semua pihak memiliki akses yang sama untuk menyampaikan aspirasinya, tanpa dibatasi oleh status sosial atau usia. Hal ini menunjukkan adanya kesetaraan dalam komunikasi yang berorientasi pada partisipasi aktif. Namun, tantangan muncul ketika sebagian besar Gen Z masih menunjukkan sikap pasif, skeptis, atau bahkan enggan berpartisipasi dalam pemilu. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yustiyani, anggota Divisi Sosialisasi KPU Samarinda, diketahui bahwa rendahnya pemahaman, pengaruh media sosial, dan kurangnya informasi mengenai calon legislatif menjadi penyebab utama ketidakpedulian tersebut. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Bapak Andi Juli Fadl, tenaga administrasi KPU, yang menyatakan bahwa narasi negatif di media sosial memperburuk persepsi Gen Z terhadap politik. Sementara itu, wawancara dengan siswa seperti Jessica Venia Putri dan Riska Amelia juga menunjukkan bahwa keraguan Gen Z didasari oleh ketidaktahuan terhadap calon dan kuatnya pengaruh opini di media sosial yang cenderung apatis terhadap politik.

Dalam konteks komunikasi partisipatif, kondisi ini menuntut KPU untuk terus mengembangkan pendekatan yang selaras dengan karakteristik Gen Z. Berdasarkan teori komunikasi partisipatif, partisipasi tidak hanya dimaknai sebagai keterlibatan fisik, tetapi juga mencakup kemampuan masyarakat untuk menyuarakan pendapat dalam proses komunikasi yang terbuka dan setara (Servaes, 2020). Oleh karena itu, penting bagi KPU untuk menyesuaikan metode sosialisasi agar lebih interaktif, visual, dan relevan. Penggunaan platform seperti Instagram Live, kolaborasi dengan influencer, hingga pengemasan

materi dalam bentuk video pendek atau kuis, dapat menjadi langkah strategis untuk membangun partisipasi yang lebih aktif dan kritis dari Gen Z. Wawancara dengan Amanda Nazwa Olong dan Jessica Venia Putri menunjukkan bahwa format diskusi yang terlalu formal membuat Gen Z enggan berpartisipasi secara aktif. Mereka lebih menyukai pendekatan yang santai, komunikatif, dan membahas isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti pendidikan atau lapangan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mewujudkan komunikasi *poliponi* yang efektif, penting untuk membentuk ruang diskusi yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan audiens muda.

Dengan demikian, penerapan indikator komunikasi partisipatif dalam bentuk *poliponi* menjadi sangat relevan dalam mendorong partisipasi politik Gen Z. Untuk mewujudkannya, perlu ada sinergi antara strategi komunikasi yang adaptif, pemanfaatan teknologi digital yang efektif, serta penyampaian pesan yang sesuai dengan preferensi dan pola pikir Gen Z. Jika hal ini dapat dilakukan secara konsisten, maka KPU tidak hanya akan berhasil meningkatkan partisipasi pemilih muda, tetapi juga membentuk generasi yang lebih sadar akan pentingnya demokrasi dan pengambilan keputusan kolektif.

### **Indikator Komunikasi Partisipatif: Karnaval**

Indikator karnaval dalam komunikasi partisipatif menitikberatkan kegiatan yang dilakukan secara tidak formal dan diselingi humor. Setiap anggota komunitas didorong untuk dapat berpartisipasi dalam karnaval secara bebas, di luar label serius dan otoritatif (Servaes, 2020). Bahasa dan gaya indikator karnaval didasarkan pada pengalaman khalayak dan tidak diatur oleh penggunaan kosa kata umum dan berasal dari pengalaman mereka. Jika berbagai teori yang terfokus pada dialog didasarkan pada asumsi bahwa manusia menggunakan kata-kata untuk mencapai berbagai fungsi sosial (Littlejohn & Foss, 2009). Kata-kata kemudian diwujudkan melalui tindakan kolektif, fungsi-fungsi ini diwujudkan selaras dengan interaksi yang terorganisir antar individu. Indikator karnaval menciptakan hubungan interpersonal dan mempererat rasa kekeluargaan satu sama lain. Dalam komunikasi partisipatif, konsep karnaval mencerminkan pendekatan yang lebih inklusif, dinamis, dan menyenangkan dalam membangun interaksi dengan audiens. Dalam upaya menarik partisipasi Gen Z dalam kegiatan Pemilu, strategi komunikasi yang digunakan oleh KPU Samarinda juga harus menyesuaikan dengan karakteristik generasi ini yang cenderung aktif di media sosial dan lebih tertarik pada interaksi yang tidak kaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi partisipatif dengan indikator *karnaval* menjadi strategi yang efektif dalam menjangkau dan meningkatkan partisipasi politik Gen Z di Samarinda. Indikator karnaval dalam konteks ini menggambarkan komunikasi yang tidak kaku, menghibur, serta mengutamakan interaksi kolektif yang bebas dari formalitas. Dalam praktiknya, KPU Kota Samarinda berhasil menerjemahkan indikator ini melalui berbagai bentuk kampanye kreatif yang menyenangkan dan mudah diakses oleh Gen Z. Partisipasi Gen Z terbukti meningkat ketika informasi Pemilu dikemas dalam format digital yang menarik, seperti video pendek, meme, infografis, serta lomba debat dan simulasi Pemilu di sekolah dan kampus. Hal ini selaras dengan pandangan (Servaes, 2020) bahwa komunikasi karnaval memberikan ruang kepada komunitas untuk menyuarakan pendapatnya secara bebas dan santai, jauh dari struktur komunikasi yang hierarkis. Gaya komunikasi seperti ini terbukti lebih diterima oleh Gen Z dibanding pendekatan konvensional seperti seminar atau ceramah formal. Bahasa yang digunakan juga menjadi faktor penting. Hasil wawancara menunjukkan bahwa Gen Z lebih mudah menerima pesan apabila disampaikan dengan gaya bahasa yang santai, lugas, dan relevan dengan keseharian mereka. Sebaliknya, penggunaan istilah politik yang terlalu teknis cenderung membuat mereka kehilangan minat.

Pendekatan ini mencerminkan teori komunikasi dialogis dari (Littlejohn & Foss, 2009) yang menekankan pentingnya interaksi kolektif dan fungsi sosial dari kata-kata dalam komunikasi antarindividu. Penggunaan humor dalam komunikasi pun terbukti efektif dalam menciptakan suasana yang lebih rileks dan mengundang partisipasi aktif. Humor digunakan dalam bentuk meme, video komedi, dan selingan lucu dalam diskusi langsung. Humor tidak hanya meningkatkan kenyamanan audiens, tetapi juga memperkuat daya ingat terhadap informasi yang disampaikan, sebagaimana diungkapkan oleh beberapa responden Gen Z. Lebih lanjut, media sosial menjadi saluran utama komunikasi yang digunakan oleh KPU Samarinda untuk menjangkau Gen Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter dimanfaatkan secara optimal untuk menyebarkan kampanye yang bersifat viral dan interaktif. Fitur-fitur seperti polling, Q&A, serta keterlibatan influencer menjadi alat strategis untuk menciptakan



kedekatan dan partisipasi. Hal ini sejalan dengan karakter Gen Z yang sangat aktif dan responsif terhadap konten yang menghibur dan melibatkan partisipasi langsung. Tujuan dari pendekatan ini tidak semata-mata meningkatkan partisipasi Gen Z dalam Pemilu secara kuantitatif, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya peran mereka dalam menentukan arah masa depan bangsa. Edukasi yang bersifat berkelanjutan diharapkan dapat menjadikan mereka bukan hanya sebagai pemilih cerdas, tetapi juga warga negara yang aktif secara politik dan sosial.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi partisipatif yang diterapkan oleh KPU Samarinda melalui media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan kinerja yang cukup baik dalam menjangkau pemilih pemula, meskipun masih menghadapi berbagai tantangan. Pada aspek *heteroglasia*, keberagaman konten seperti infografis, video edukatif, dan diskusi daring berhasil mengakomodasi latar belakang pemilih yang beragam. Namun demikian, belum semua kelompok pemilih terlibat aktif, terutama mereka yang kurang tertarik atau tidak mengikuti isu politik di media sosial. Dalam dimensi *dialogis*, KPU telah mengupayakan terciptanya komunikasi dua arah melalui fitur komentar, siaran langsung, serta sesi tanya jawab. Meski demikian, partisipasi aktif dari pemilih pemula masih tergolong rendah, yang kemungkinan disebabkan oleh hambatan bahasa atau kurangnya interaksi yang mendalam antara pengguna dan penyelenggara. Hal ini membuat dialog yang terbentuk belum sepenuhnya efektif dalam menggugah partisipasi politik. Sementara itu, pada indikator *poliponi*, masih ditemukan kesenjangan pemahaman antara pesan yang disampaikan oleh KPU dan interpretasi dari pemilih pemula. Perbedaan sudut pandang dan keterbatasan literasi politik menyebabkan informasi tidak selalu diterima sebagaimana yang dimaksud. Kendati demikian, KPU tetap membuka ruang diskusi dan menampung aspirasi publik untuk meminimalisir kesalahpahaman. Adapun dalam indikator *karnaval*, pendekatan santai dan menghibur yang digunakan melalui konten kreatif seperti meme, video interaktif, dan kuis dinilai cukup berhasil menarik perhatian pemilih pemula. Strategi ini mampu menciptakan suasana komunikasi yang lebih menyenangkan dan menjadikan informasi politik terasa lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dukungan dari platform lain seperti Facebook dan situs web resmi juga turut memperluas jangkauan pesan-pesan ke pemilu secara menyeluruh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun masih terdapat kekurangan, strategi komunikasi partisipatif KPU Samarinda melalui media sosial telah menunjukkan potensi positif dalam membangun kesadaran politik generasi muda.

### Saran

Saran dalam penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan komunikasi dan non-komunikasi yang terpadu untuk meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Kota Samarinda. Dari segi komunikasi, KPU Samarinda dianjurkan untuk meningkatkan koordinasi dan interaksi digital melalui platform Instagram dengan mengadakan diskusi daring, webinar, dan sesi tanya jawab interaktif yang dapat mempererat keterlibatan pemilih pemula. Pendekatan intensif juga perlu dilakukan kepada pemilih pemula yang kurang aktif di media sosial dengan membentuk komunitas edukasi di WhatsApp atau Telegram. Pengelolaan media sosial yang responsif dan menarik oleh admin juga sangat diperlukan untuk menyampaikan informasi yang edukatif dan interaktif. Selain itu, kolaborasi dengan influencer lokal dan tokoh publik diharapkan dapat membantu menyampaikan pesan literasi politik secara lebih efektif kepada target audiens.

Sementara itu, dari aspek non-komunikasi, KPU Samarinda disarankan untuk bekerjasama dengan pemerintah daerah menyediakan fasilitas edukasi ke pemilu seperti ruang diskusi dan seminar gratis, serta mengadakan sosialisasi tatap muka di sekolah dan universitas sebagai pelengkap komunikasi digital. Peningkatan transparansi melalui laporan berkala di Instagram terkait penyelenggaraan pemilu dan partisipasi pemilih pemula juga dianggap penting. Selain itu, pembentukan kader atau duta pemilih pemula sebagai agen literasi politik diharapkan dapat memperkuat penyebaran informasi dan meningkatkan pemahaman generasi muda tentang pemilu secara langsung. Dengan demikian, integrasi antara pendekatan komunikasi dan non-komunikasi dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula di Samarinda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azirah, A. (2024). Partisipasi politik pemilih pemula dalam pesta demokrasi. *JOURNAL OF LAW AND GOVERNMENT SCIENCE*, 10(2), 10–21.
- Bakti, A. F., Malik, D. K., Hariyanto, N. B., Buana, G., Heryanto, G. G., Rosit, M., Anggraeni, D., Prayitno, A., & Yuniar, R. (2017). Literasi politik dan kampanye pemilu. *FIKOM UP Press (I)*.
- Bates, C., & Basu, S. (Ed.). (2005). Rural Politics. Dalam *Rethinking Indian Political Institutions*. Anthem Press. <https://www.cambridge.org/core/books/rethinking-indian-political-institutions/rural-politics/EFDE18D5901A7237040F959950C64DE6>
- Dewi, C., Kamilah, R., Varoriz, Z., Siti, A., & Mutiara, Z. (2024). Kajian Literatur Sistematis: Pola Asuh Otoriter dan Keputusan Childfree Pada Perspektif Gen Z. *JURNAL BIMBINGAN DAN KONSELING AR-RAHMAN*, 10(2), 340–355.
- El Qudsi, M. I., & Syamtar, I. A. (2020). Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina). *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 4(2), 167–185.
- Lestari, K. A. P. (2021). Semakin Meningkatnya Presentase Golput Khususnya Dikala Pandemi, Hak Golput Bagi Rakyat Menurut Perspektif Hukum dan Ham. *Ganesha Civic Education Journal*, 3(2), 37–45.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory* (Vol. 1). Sage. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=S8Kf0N0XALIC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Littlejohn+d an+Foss+\(2009\)+&ots=dpJARnKdhW&sig=8kMUIK0cOI9wTA23tbx5uHNM5ql](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=S8Kf0N0XALIC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Littlejohn+d an+Foss+(2009)+&ots=dpJARnKdhW&sig=8kMUIK0cOI9wTA23tbx5uHNM5ql)
- Lukman, S., Sani, A., & Priyatna, C. C. (2017). Pelatihan Literasi Komunikasi Politik Pemilih Pemula Sma Darul Hikam Bandung. *DHARMAKARYA: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 6(4). <https://jurnal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/view/14811>
- Muhamad, N. (2023). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/faf64350269d0c8/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Servaes, J. (Ed.). (2020). *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3>
- Setiawan, A. (2018). Komunikasi politik. *Program studi ilmu politik fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas muhammadiyah Yogyakarta*. [https://www.academia.edu/download/65925947/DIKTAT\\_KOMUNIKASI\\_POLITIK.pdf](https://www.academia.edu/download/65925947/DIKTAT_KOMUNIKASI_POLITIK.pdf)
- Sutisna, A. (2017). Peningkatan literasi politik pemilih pemula melalui pendekatan pembelajaran kontekstual. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 1(2). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnp/article/view/257-270>