

# Pengaruh Politik Identitas dan Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Digital Pemilih Milenial dan Gen Z di Indonesia

Loso Judijanto<sup>1</sup>, Hilarius Wandan<sup>2</sup>, Nur Ayu<sup>3</sup>, Andri Triyantoro<sup>4</sup>, Suroso<sup>5</sup>

<sup>1</sup> IPOSS Jakarta, [losojudijantobumn@gmail.com](mailto:losojudijantobumn@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Lelemuku Saumlaki - Maluku, [wandanhilarius@gmail.com](mailto:wandanhilarius@gmail.com)

<sup>3</sup> Institut Dharma Bharata Grup, [nurayuidbgrup@gmail.com](mailto:nurayuidbgrup@gmail.com)

<sup>4</sup> LBH DPNI, [andritriyantoro@gmail.com](mailto:andritriyantoro@gmail.com)

<sup>5</sup> IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan, [suroso.jos@gmail.com](mailto:suroso.jos@gmail.com)

## Info Artikel

### Article history:

Received Des, 2024

Revised Des, 2024

Accepted Des, 2024

### Kata Kunci:

Generasi Milenial, Generasi Z, Indonesia, Partisipasi Politik Digital, Penggunaan Media Sosial, Politik Identitas

### Keywords:

Digital Political Participation, Generation Z, Identity Politics, Indonesia, Millennial Generation, Social Media Usage

## ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki pengaruh politik identitas dan penggunaan media sosial terhadap partisipasi politik digital di kalangan pemilih Milenial dan Generasi Z di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 200 responden melalui kuesioner terstruktur yang menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Analisis dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3). Hasilnya menunjukkan bahwa politik identitas dan penggunaan media sosial secara signifikan dan positif mempengaruhi partisipasi politik digital. Lebih lanjut, penggunaan media sosial memperkuat pengaruh politik identitas terhadap keterlibatan politik. Temuan ini menggarisbawahi potensi transformatif media sosial dalam membentuk perilaku politik, sekaligus menyoroti risiko seperti misinformasi dan polarisasi. Penelitian ini berkontribusi dalam memahami dinamika politik digital dan memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti oleh para pembuat kebijakan, aktor politik, dan platform media sosial untuk meningkatkan keterlibatan politik yang konstruktif di kalangan generasi muda.

## ABSTRACT

This study investigates the influence of identity politics and social media usage on digital political participation among Millennial and Generation Z voters in Indonesia. Using a quantitative approach, data was collected from 200 respondents through a structured questionnaire using a Likert scale of 1 to 5. Analysis was conducted using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3). The results show that identity politics and social media usage significantly and positively influence digital political participation. Furthermore, social media usage strengthens the influence of identity politics on political engagement. The findings underscore the transformative potential of social media in shaping political behavior, while highlighting risks such as misinformation and polarization. This research contributes to understanding the dynamics of digital politics and provides actionable insights for policymakers, political actors and social media platforms to increase constructive political engagement among young people.



*Corresponding Author:*

Name: Loso Judijanto

Institution: IPOSS Jakarta

Email: [losojudijantobumn@gmail.com](mailto:losojudijantobumn@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital yang cepat di Indonesia telah secara signifikan mempengaruhi partisipasi politik, terutama di kalangan Milenial dan Generasi Z, yang kini menjadi demografi pemilih dominan. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memainkan peran penting dalam membentuk wacana dan keterlibatan politik, memungkinkan generasi muda untuk secara aktif menyuarakan pendapat, mengorganisir gerakan, dan terlibat dalam isu-isu sosial serta lingkungan dengan lebih efektif dibandingkan media tradisional (Ariestandy et al., 2024; Putra & Nugroho, 2024). Pergeseran ini juga ditandai oleh interaksi antara politik identitas dan penggunaan media sosial yang meluas, yang mendefinisikan ulang cara penyebaran dan konsumsi informasi politik di Indonesia. Meskipun paparan informasi politik di media sosial tidak selalu memengaruhi perilaku pemilih Generasi Z, konten terkait elektabilitas kandidat memiliki dampak yang signifikan, menjadikan strategi komunikasi politik di media sosial sebagai elemen penting dalam membentuk persepsi dan perilaku pemilih muda (Fatkhurahman et al., 2024). Namun, kemunculan media sosial membawa tantangan seperti misinformasi, polarisasi opini, dan manipulasi politik melalui algoritma, sehingga pendidikan politik menjadi krusial untuk membantu pemilih muda menavigasi lanskap politik dengan pendekatan kritis dan skeptis (Ariestandy et al., 2024; Kuncoro et al., 2024). Media sosial juga memfasilitasi integrasi nilai-nilai gaya hidup pribadi ke dalam dialog politik, memperdalam interaksi sosial dan pertukaran informasi, terutama selama pandemi Covid-19, yang turut memengaruhi pandangan Milenial dan Generasi Z terhadap politik dan agama (Candra et al., 2023).

Politik identitas di Indonesia sangat terkait dengan lanskap etnis dan agama yang beragam, yang secara signifikan memengaruhi keterlibatan politik, terutama di kalangan pemilih muda. Dinamika ini menjadi peluang sekaligus tantangan, menumbuhkan rasa saling memiliki namun berpotensi memperdalam perpecahan masyarakat. Lanskap politik Indonesia sangat dipengaruhi oleh narasi berbasis identitas, terutama melalui penggunaan identitas agama, yang sering menjadi alat mobilisasi politik, terutama di kalangan mayoritas Muslim. Partai-partai politik kerap menyelaraskan ideologi mereka dengan nilai-nilai Islam untuk menarik pemilih, seperti terlihat pada kasus Partai Ummat (Coelho et al., 2023; Pamungkas, 2024). Identitas agama, meski dapat menjadi sarana untuk mencapai keadilan dan kemakmuran, sering disalahgunakan untuk kepentingan politik, yang berisiko menyimpang dari prinsip-prinsip Islam (A. S. N. Azizah et al., 2024). Selain itu, elit politik dan media massa memainkan peran penting dalam memperkuat politik identitas dengan mempromosikan narasi yang selaras dengan identitas agama dan budaya mayoritas, yang semakin memperkuat keselarasan ideologis antara partai politik dan keyakinan mayoritas, menjadikannya faktor penting dalam kesuksesan pemilu (Pamungkas, 2024). Bagi pemilih muda, politik identitas menawarkan rasa memiliki dan platform keterlibatan politik, namun juga berisiko memperdalam perpecahan sosial (NM & Maksum, 2024). Ketegangan antara politik identitas dan ideologi populis menggarisbawahi perlunya pendekatan yang lebih inklusif, yang mampu mengakomodasi keragaman identitas sembari mempromosikan persatuan nasional (Bach et al., 2023).

Kemunculan platform media sosial telah secara signifikan mengubah komunikasi politik, partisipasi, dan pembentukan opini publik, terutama di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z, dengan menawarkan kesegeraan, interaktivitas, dan jangkauan luas yang memungkinkan pengguna untuk mengonsumsi dan menciptakan konten politik. Transformasi ini telah mendemokratisasi wacana politik, memperluas partisipasi terutama di kalangan generasi muda dan kelompok

terpinggirkan yang sebelumnya kurang terlibat melalui jalur tradisional, seperti yang terjadi di platform Instagram, Twitter, dan TikTok, yang memungkinkan pengguna menyuarakan pendapat, mengorganisir gerakan, dan memengaruhi kebijakan publik secara cepat dan langsung (Ariestandy et al., 2024). Akun-akun seperti @pinterpolitik di Instagram terbukti secara positif memengaruhi partisipasi politik Generasi Z, khususnya dalam kegiatan pemilu (Haris et al., 2024). Selain itu, media sosial berfungsi sebagai ruang publik virtual yang mendorong diskusi politik, mobilisasi, dan keterlibatan demokrasi yang lebih partisipatif (Arsyad et al., 2024). Namun, tantangan seperti penyebaran informasi salah, polarisasi opini, dan manipulasi oleh elit politik untuk membangun citra yang dapat membayangi diskusi kebijakan substantif menjadi perhatian utama (Ariestandy et al., 2024; Srikandi et al., 2024; Wang et al., 2023). Kehadiran jaringan umpan balik dan gelembung filter juga berisiko mengukuhkan bias dan membatasi paparan terhadap sudut pandang yang beragam (Wang et al., 2023).

Dengan latar belakang ini, partisipasi politik digital telah muncul sebagai fenomena penting, yang mencakup kegiatan seperti diskusi online, petisi, dan kampanye media sosial. Bagi Generasi Milenial dan Generasi Z, kegiatan-kegiatan ini bukan hanya merupakan tindakan keterlibatan sipil, tetapi juga merupakan ekspresi identitas sosial dan kefasihan digital mereka. Memahami faktor pendorong partisipasi ini sangat penting untuk mendorong proses demokrasi yang lebih inklusif dan efektif di Indonesia. Pertumbuhan pesat Generasi Milenial dan Generasi Z sebagai demografi pemilih terbesar di Indonesia, dikombinasikan dengan meningkatnya ketergantungan mereka terhadap media sosial, menggarisbawahi kebutuhan mendesak untuk memahami faktor-faktor yang mendorong partisipasi politik mereka di ruang digital. Faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik di kalangan Generasi Z mencakup peran media sosial sebagai sumber informasi utama, dengan platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp menjadi andalan untuk mendapatkan informasi politik, meskipun hal ini meningkatkan pentingnya literasi digital untuk memitigasi risiko misinformasi (Zainudin, 2024). Sifat komunikasi politik di media sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pemilih, di mana konten terkait elektabilitas kandidat lebih berdampak dibandingkan paparan informasi politik secara umum, menekankan perlunya strategi komunikasi politik yang efektif untuk melibatkan Generasi Z (Fatkhurahman et al., 2024). Partisipasi politik juga dipengaruhi oleh stratifikasi sosial, dengan Generasi Z dari kelas menengah lebih aktif dalam partisipasi digital, menunjukkan peran faktor sosio-ekonomi dalam keterlibatan politik (Riani et al., 2019). Namun, tantangan seperti misinformasi dan polarisasi opini di ruang digital menggarisbawahi kebutuhan literasi media dan keterampilan berpikir kritis untuk mendorong keterlibatan politik yang terinformasi (Zainudin, 2024). Selain itu, paparan berita politik negatif, seperti kasus korupsi, dapat memicu apatisisme dan ketidakpercayaan terhadap lembaga pemerintah, menunjukkan pentingnya komunikasi politik yang positif untuk menangkal persepsi negatif ini (Tanuja & Winduwati, 2024). Mengatasi dinamika ini sangat penting untuk mendorong proses demokrasi yang lebih inklusif, partisipatif, dan konstruktif di Indonesia (Wahyudy, n.d.).

Meskipun pengaruh Generasi Milenial dan Generasi Z dalam lanskap politik Indonesia semakin meningkat, pemahaman tentang bagaimana politik identitas dan penggunaan media sosial membentuk partisipasi politik digital mereka masih terbatas. Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi variabel ini secara terpisah, namun sedikit yang meneliti interaksi keduanya dalam konteks masyarakat yang terhubung secara digital dan memiliki keragaman identitas. Selain itu, peran media sosial sebagai katalisator keterlibatan politik sekaligus penguat retorika yang memecah belah masih belum banyak diteliti, menjadi tantangan bagi pembuat kebijakan, aktor politik, dan platform digital dalam melibatkan demografi ini secara efektif sembari memitigasi risiko terkait. Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, penelitian ini menyelidiki pengaruh politik identitas dan penggunaan media sosial, serta interaksinya, terhadap partisipasi politik digital di kalangan pemilih Milenial dan Generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menjawab tiga pertanyaan utama: sejauh mana politik identitas memengaruhi partisipasi politik digital, bagaimana penggunaan media sosial

memengaruhi keterlibatan mereka, dan bagaimana efek interaksi antara politik identitas dan media sosial membentuk partisipasi politik digital.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Politik Identitas*

Politik identitas merujuk pada ekspresi politik dari afiliasi sosial seperti etnisitas, agama, gender, atau kategori berbasis identitas lainnya, dan di Indonesia, politik identitas telah memainkan peran penting dalam membentuk dinamika politik dalam konteks multikultural dan multi-agama (Agbarya, 2024; Pamungkas, 2024). Para ahli berpendapat bahwa politik identitas dapat bertindak sebagai pedang bermata dua, mendorong solidaritas dan inklusi di antara kelompok-kelompok yang terpinggirkan sekaligus memperdalam perpecahan masyarakat (R. N. Azizah et al., 2024; NM & Maksun, 2024). Di Indonesia, hal ini sering kali dikaitkan dengan proses pemilihan umum, di mana para politisi dan partai politik sering kali memanfaatkan seruan berbasis identitas untuk menggalang dukungan, terutama pada saat pemilihan umum regional dan nasional (NM & Maksun, 2024). Strategi ini sangat beresonansi dengan Generasi Milenial dan Generasi Z, yang identitas sosialnya memengaruhi sikap dan perilaku politik mereka (A. S. N. Azizah et al., 2024; Pamungkas, 2024; Sembodo, 2024).

### 2.2 *Penggunaan Media Sosial dalam Keterlibatan Politik*

Platform media sosial telah merevolusi partisipasi politik dengan memungkinkan individu untuk berinteraksi, berorganisasi, dan menyuarakan pendapat mereka dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya, memfasilitasi aliran komunikasi dua arah yang menjadikannya alat yang ampuh untuk mobilisasi politik (Boulianne et al., 2024; Zhang et al., 2016). Platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok telah menjadi arena yang menonjol untuk partisipasi politik digital, terutama di kalangan demografi yang lebih muda (Chen, 2024). Bagi Generasi Milenial dan Generasi Z, penggunaan media sosial lebih dari sekadar konsumsi pasif menjadi partisipasi aktif, dengan kegiatan seperti berbagi konten politik, terlibat dalam debat, dan mengorganisir kampanye yang menggambarkan potensi transformatif dari platform ini dalam membentuk wacana politik (Ariestandy et al., 2024; Sahu & Gupta, 2024). Namun, sifat media sosial yang tidak diatur juga menghadirkan risiko, termasuk penyebaran informasi yang salah dan konflik yang didorong oleh identitas (Ariestandy et al., 2024; Chen, 2024; Marcos-García et al., 2020).

### 2.3 *Partisipasi Politik Digital*

Partisipasi politik digital mencakup berbagai kegiatan, mulai dari diskusi online dan petisi hingga kampanye media sosial dan inisiatif e-voting, dan didefinisikan oleh para ahli sebagai bentuk keterlibatan warga negara yang dimungkinkan oleh teknologi digital, yang mencerminkan pergeseran dari bentuk-bentuk partisipasi tradisional seperti pemungutan suara atau menghadiri rapat umum (Karagulyan & Batyreva, 2023; Kenesov, 2024; Puspasari & Rahmanto, 2024). Hal ini memungkinkan individu, terutama Generasi Milenial dan Generasi Z, untuk mengekspresikan preferensi politik mereka dengan cara yang lebih dinamis dan mudah diakses. Studi empiris menunjukkan bahwa partisipasi politik digital dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti akses terhadap teknologi, ketertarikan politik, dan identitas sosial (Ariestandy et al., 2024; Pérez & Rodríguez del Bosque, 2013).

### 2.4 *Kerangka Teori*

Penelitian ini didasarkan pada Teori Perilaku Terencana (TPB) dan Teori Uses and Gratifications (UGT). TPB menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, yang menawarkan wawasan tentang bagaimana politik identitas dan penggunaan media sosial membentuk partisipasi politik digital (Ajzen, 1991). UGT menekankan peran aktif individu dalam memilih media untuk

memenuhi kebutuhan tertentu, memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana Generasi Milenial dan Generasi Z menggunakan media sosial untuk tujuan politik (Katz et al., 1973).

### 2.5 *Hipotesis Penelitian*

Berdasarkan literatur yang ditinjau, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Politik identitas berpengaruh positif terhadap partisipasi politik digital di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z.
- H2 : Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap partisipasi politik digital di kalangan Milenial dan Generasi Z.
- H3 : Penggunaan media sosial memoderasi hubungan antara politik identitas dan partisipasi politik digital.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 *Desain Penelitian*

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antara variabel-variabel: politik identitas, penggunaan media sosial, dan partisipasi politik digital. Survei cross-sectional dilakukan untuk mengumpulkan data dari sampel pemilih Milenial dan Generasi Z. Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS 3) digunakan untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan, karena metode ini cocok untuk menganalisis model yang kompleks dengan banyak konstruk.

### 3.2 *Populasi dan Sampel*

Target populasi untuk penelitian ini adalah pemilih Milenial dan Generasi Z di Indonesia yang berusia antara 18 hingga 40 tahun. Kelompok usia ini dipilih karena keterlibatan mereka yang signifikan dengan media sosial dan pengaruh mereka yang semakin besar dalam lanskap politik.

Dengan menggunakan metode purposive sampling, 200 responden dipilih untuk memastikan representasi karakteristik demografis yang beragam, termasuk usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis. Jumlah sampel dianggap cukup berdasarkan persyaratan jumlah sampel minimum untuk analisis SEM-PLS, yang merekomendasikan 10 kali jumlah jalur struktural terbesar yang diarahkan pada satu konstruk.

### 3.3 *Pengumpulan Data*

Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner survei online yang didistribusikan melalui platform media sosial dan email untuk menjangkau populasi target. Survei ini dibuka selama dua minggu, dan partisipasi bersifat sukarela. Responden dijamin kerahasiaan dan anonimitasnya untuk mendorong tanggapan yang jujur dan akurat.

### 3.4 *Analisis Data*

Data dianalisis dengan menggunakan SEM-PLS 3, sebuah teknik pemodelan persamaan struktural berbasis varians, dalam dua tahap: (1) Evaluasi Model Pengukuran, yang menilai keandalan dan validitas konstruk melalui keandalan indikator (outer loadings  $> 0,70$ ), keandalan konsistensi internal (nilai reliabilitas komposit  $> 0,70$ ), validitas konvergen (nilai rata-rata varians yang diekstrak  $> 0,50$ ), dan validitas diskriminan dengan menggunakan cross-loadings dan kriteria Fornell-Larcker; dan (2) Evaluasi Model Struktural, yang menguji hubungan yang dihipotesiskan melalui koefisien jalur ( $\beta$ ) yang dinilai signifikansinya dengan menggunakan bootstrapping dengan 5.000 sampel ulang, nilai  $R^2$  untuk mengevaluasi kekuatan penjelas, ukuran efek ( $f^2$ ) untuk mengukur kontribusi variabel prediktor, dan relevansi prediktif ( $Q^2$ ) dengan menggunakan blindfolding untuk mengonfirmasi kemampuan prediktif model.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

#### a. Karakteristik Demografis Sampel

Karakteristik demografis dari 200 responden memberikan profil yang komprehensif tentang pemilih Milenial dan Generasi Z di Indonesia yang berpartisipasi dalam penelitian ini, untuk memastikan keterwakilan yang seimbang di berbagai dimensi. Dalam hal distribusi usia, sampel terdiri dari 116 Milenial (58%) berusia 26-40 tahun dan 84 Generasi Z (42%) berusia 18-25 tahun. Distribusi gender hampir seimbang, dengan 96 laki-laki (48%) dan 104 perempuan (52%). Mengenai tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki gelar sarjana (65%), diikuti oleh mereka yang memiliki ijazah sekolah menengah atas (21%) dan gelar Master atau lebih tinggi (14%), yang mencerminkan tingkat literasi digital yang tinggi yang berkaitan dengan pemahaman penggunaan media sosial dan partisipasi politik. Secara geografis, responden mewakili daerah perkotaan (60%) dan pedesaan (40%), yang memastikan adanya keragaman perspektif regional. Frekuensi penggunaan media sosial menunjukkan bahwa 70% menggunakan media sosial beberapa kali sehari, 20% sekali sehari, dan 10% lebih jarang. Keterlibatan politik di media sosial menunjukkan partisipasi aktif, dengan 42,5% sering terlibat dalam diskusi, 47,5% kadang-kadang terlibat, dan 10% jarang terlibat. Karakteristik ini menyoroti keragaman demografis dan relevansi sampel untuk mengeksplorasi dinamika politik identitas, penggunaan media sosial, dan partisipasi politik digital.

#### b. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran memastikan reliabilitas dan validitas konstruk yang digunakan dalam penelitian ini. Evaluasi ini mencakup reliabilitas indikator, reliabilitas konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan. Hasilnya disajikan di bawah ini.

##### 1. Reliabilitas Indikator

Reliabilitas indikator dinilai dengan menggunakan outer loadings dari item-item pada konstruk masing-masing. Nilai pemuatan yang lebih besar dari 0,7 dianggap dapat diterima.

Tabel 1. Loading Faktor

Konstruk	Item	Outer Loading
Politik Identitas	IP1	0,82
	IP2	0,78
	IP3	0,85
	IP4	0,80
Penggunaan Media Sosial	SMU1	0,88
	SMU2	0,91
	SMU3	0,84
	SMU4	0,87
Partisipasi Politik Digital	DPP1	0,81
	DPP2	0,79
	DPP3	0,83
	DPP4	0,86

Semua item memiliki outer loadings di atas ambang batas 0,7, yang mengonfirmasi keandalan indikator.

##### 2. Keandalan Konsistensi Internal

Reliabilitas konsistensi internal dinilai dengan menggunakan Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha (CA), dengan nilai di atas 0,70

dianggap dapat diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk Politik Identitas memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,845 dan Composite Reliability sebesar 0,892, Penggunaan Media Sosial memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,871 dan Composite Reliability sebesar 0,915, dan Partisipasi Politik Digital memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,870 dan Composite Reliability sebesar 0,892. Semua konstruk memenuhi kriteria reliabilitas konsistensi internal, dengan nilai CR dan CA melebihi ambang batas 0,70, memastikan ketahanan model pengukuran.

### 3. Validitas Konvergen

Validitas konvergen dievaluasi dengan menggunakan Average Variance Extracted (AVE), dengan nilai yang lebih besar dari 0,50 yang mengindikasikan konvergensi yang cukup dari item-item dalam sebuah konstruk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Politik Identitas memiliki AVE sebesar 0,673, Penggunaan Media Sosial memiliki AVE sebesar 0,748, dan Partisipasi Politik Digital memiliki AVE sebesar 0,703. Semua konstruk menunjukkan nilai AVE di atas ambang batas 0.50, yang mengonfirmasi bahwa item-item dalam setiap konstruk menyatu dengan baik, sehingga memvalidasi model pengukuran.

### 4. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dinilai dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, yang mengharuskan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari korelasinya dengan konstruk lain.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

Konstruk	Politik Identitas	Penggunaan Media Sosial	Partisipasi Politik Digital
Politik Identitas	0,824		
Penggunaan Media Sosial	0,566	0,867	
Partisipasi Politik Digital	0,622	0,683	0,845

Akar kuadrat dari AVE (nilai diagonal) lebih besar daripada korelasi antar-konstruk, yang mengkonfirmasi validitas diskriminan.

### c. Evaluasi Model Struktural

Model struktural dievaluasi untuk menilai hubungan yang dihipotesiskan di antara konstruk: politik identitas, penggunaan media sosial, dan partisipasi politik digital. Evaluasi ini mencakup analisis koefisien jalur, koefisien determinasi ( $R^2$ ), ukuran efek ( $f^2$ ), dan relevansi prediktif ( $Q^2$ ).

#### 1. Pengujian Hipotesis

Koefisien jalur menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antar konstruk. Bootstrapping dengan 5.000 sampel digunakan untuk menilai signifikansi koefisien.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Hubungan	Koefisien Jalur ( $\beta$ )	Nilai t	Nilai p	Hasil
Politik Identitas → Partisipasi Politik Digital	0,455	7,128	0,000	Didukung
Penggunaan Media Sosial → Partisipasi Politik Digital	0,502	8,036	0,000	Didukung
Politik Identitas × Penggunaan Media Sosial → Partisipasi Politik Digital	0,256	2,982	0,003	Didukung

Semua jalur yang dihipotesiskan signifikan secara statistik, dengan nilai  $p$  kurang dari 0,05. Politik identitas dan penggunaan media sosial memiliki dampak positif langsung terhadap partisipasi politik digital, sementara efek interaksi menunjukkan peran moderasi yang signifikan dari penggunaan media sosial.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen, partisipasi politik digital, yang dijelaskan oleh variabel independen. Nilai  $R^2$  untuk Partisipasi Politik Digital adalah 0,634, menunjukkan bahwa 63,4% dari varians dalam partisipasi politik digital dijelaskan oleh politik identitas, penggunaan media sosial, dan interaksinya. Hal ini menunjukkan kekuatan penjelas yang kuat dari model tersebut, menyoroti pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

## 3. Ukuran Efek ( $f^2$ )

Ukuran efek ( $f^2$ ) mengukur kontribusi setiap variabel independen terhadap nilai  $R^2$  dari variabel dependen. Nilai 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing menunjukkan pengaruh yang kecil, sedang, dan besar.

Tabel 4. Total Efek

Path	$f^2$ Value	Effect Size
Politik Identitas → Partisipasi Politik Digital	0,181	Sedang
Penggunaan Media Sosial → Partisipasi Politik Digital	0,236	Sedang
Interaksi (PI × PMS) → Partisipasi Politik Digital	0,074	Kecil

Both identity politics and social media use had medium effect sizes, while the interaction effect demonstrated a small but significant contribution.

## 4. Relevansi Prediktif ( $Q^2$ )

Relevansi prediktif dinilai dengan menggunakan prosedur blindfolding dengan pendekatan redundansi yang divalidasi silang, di mana nilai  $Q^2$  yang lebih besar dari 0 mengindikasikan kemampuan prediktif model. Nilai  $Q^2$  untuk Partisipasi Politik Digital adalah 0,453, yang mengonfirmasi bahwa model memiliki relevansi prediktif yang substansial dan dapat secara akurat memprediksi partisipasi politik digital.

### 4.2 Pembahasan

#### a. Peran Politik Identitas dalam Partisipasi Politik Digital

Temuan ini mengonfirmasi bahwa politik identitas secara signifikan memengaruhi partisipasi politik digital, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien jalur yang kuat dan positif. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti sentralitas narasi berbasis identitas dalam keterlibatan politik, terutama di masyarakat yang beragam seperti Indonesia (Bach et al., 2023; Jing, 2022; Majid & Amirulkamar, 2023). Generasi milenial dan Generasi Z, yang dibentuk oleh afiliasi budaya, etnis, dan agama mereka, sering kali menyelaraskan tindakan politik mereka dengan identitas tersebut. Politik identitas memberikan rasa memiliki dan tujuan, memotivasi individu untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, kampanye, dan advokasi secara daring. Namun, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran akan potensinya untuk mempolarisasi masyarakat, karena narasi berbasis identitas dapat memperkuat perpecahan jika tidak dikelola secara konstruktif (Jenkins & Quintana-Ascencio, 2020; NM & Maksum, 2024; Sembodo, 2024). Temuan-temuan ini menggarisbawahi perlunya strategi politik inklusif yang memanfaatkan politik identitas untuk mendorong persatuan dan keterlibatan yang konstruktif, bukannya perpecahan.



**b. Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Digital**

Penggunaan media sosial muncul sebagai prediktor signifikan dari partisipasi politik digital, mendukung pandangan bahwa platform media sosial merupakan ruang penting untuk keterlibatan politik, terutama bagi generasi digital-native (Al-Mommani et al., 2015; Chan & Yi, 2024; Chen, 2024). Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter menyediakan akses langsung ke konten politik, memungkinkan pengguna untuk berbagi pendapat, mengorganisir gerakan, dan berpartisipasi dalam diskusi. Data menunjukkan bahwa frekuensi dan tujuan penggunaan media sosial memainkan peran penting, dengan Generasi Milenial dan Generasi Z yang secara aktif terlibat dalam proses politik digital daripada hanya mengonsumsi informasi secara pasif. Partisipasi aktif ini meningkatkan kesadaran dan keterlibatan politik, yang menunjukkan potensi transformatif media sosial dalam membentuk partisipasi demokratis (Ariestandy et al., 2024; Chen, 2024; Gusman, 2024). Sifat platform yang tidak diatur menghadirkan tantangan seperti penyebaran informasi yang salah, ruang gema, dan ujaran kebencian. Isu-isu ini menggarisbawahi perlunya program literasi digital yang kuat dan kebijakan moderasi konten yang efektif untuk memastikan bahwa media sosial mendorong wacana politik yang konstruktif dan inklusif.

**c. Efek Interaksi Politik Identitas dan Penggunaan Media Sosial**

Efek interaksi antara politik identitas dan penggunaan media sosial menunjukkan bahwa media sosial memperkuat pengaruh politik identitas terhadap partisipasi politik digital, menyoroti peran ganda media sosial sebagai katalisator dan penguat narasi berbasis identitas (Leach et al., 2024; Pickernell et al., 2007). Platform media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan pandangan politik mereka berdasarkan identitas mereka, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam kegiatan politik online. Efek amplifikasi ini juga meningkatkan risiko yang terkait dengan politik identitas, seperti masuknya narasi yang memecah belah dan penyebaran berita palsu (Agbarya, 2024; Ariestandy et al., 2024; Pamungkas, 2024). Untuk memitigasi risiko-risiko ini, para pembuat kebijakan dan platform media sosial harus mempromosikan pembuatan konten yang beretika dan mendorong lingkungan digital yang mendorong dialog yang saling menghormati dan konstruktif.

**4.3 Implikasi untuk Keterlibatan Politik dan Kebijakan**

Temuan-temuan penelitian ini memiliki implikasi yang signifikan terhadap keterlibatan politik dan pembuatan kebijakan di Indonesia. Bagi partai politik dan kandidat, hasil penelitian ini menyoroti pentingnya memahami peran politik identitas dan memanfaatkan media sosial untuk secara efektif melibatkan pemilih muda. Strategi kampanye harus memprioritaskan inklusivitas, keaslian, dan interaksi yang bermakna untuk menumbuhkan kepercayaan dan mendorong partisipasi di antara Generasi Milenial dan Generasi Z. Bagi para pembuat kebijakan, penelitian ini menggarisbawahi urgensi untuk mengatasi risiko yang terkait dengan partisipasi politik digital dengan mengimplementasikan inisiatif untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan berpikir kritis di kalangan warga negara, sehingga dapat memitigasi dampak negatif dari politik identitas dan penggunaan media sosial. Selain itu, platform media sosial memiliki tanggung jawab penting untuk menciptakan lingkungan digital yang aman dan konstruktif dengan menerapkan sistem moderasi konten yang kuat, memerangi misinformasi, dan mendorong wacana politik yang positif dan saling menghormati.

**4.4 Kontribusi terhadap Literatur dan Teori**

Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang berkembang tentang partisipasi politik digital dengan memberikan bukti empiris tentang peran politik identitas dan penggunaan media sosial dalam konteks Indonesia. Temuan ini juga mendukung kerangka teori dari Teori Perilaku Terencana (TPB) dan Teori Uses and Gratifications (UGT). TPB

menjelaskan bagaimana politik identitas membentuk sikap dan perilaku politik, sementara UGT menyoroti peran aktif pengguna media sosial dalam memenuhi kebutuhan politik mereka.

#### 4.5 Keterbatasan dan Arah Penelitian di Masa Depan

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga, penelitian ini bukannya tanpa keterbatasan. Desain cross-sectional membatasi kemampuan untuk menarik kesimpulan kausalitas, sehingga penelitian di masa depan dapat mengadopsi pendekatan longitudinal untuk memeriksa bagaimana partisipasi politik digital berkembang dari waktu ke waktu. Selain itu, penelitian kualitatif dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang motivasi dan pengalaman pemilih Milenial dan Generasi Z dalam ruang politik digital. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi peran variabel mediasi lainnya, seperti kemandirian politik, literasi digital, dan kepercayaan terhadap media, untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi partisipasi politik digital.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa politik identitas dan penggunaan media sosial merupakan pendorong signifikan partisipasi politik digital di kalangan pemilih Milenial dan Generasi Z di Indonesia. Politik identitas menumbuhkan rasa memiliki dan tujuan, memotivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan politik daring, sementara platform media sosial memperkuat keterlibatan ini dengan menyediakan ruang yang dinamis untuk wacana, aktivisme, dan mobilisasi politik. Efek dari media sosial juga menimbulkan tantangan, seperti penyebaran informasi yang salah dan menguatnya narasi-narasi yang memecah belah berdasarkan identitas. Temuan-temuan ini menyoroti perlunya strategi politik yang inklusif yang mendorong persatuan dan keterlibatan yang konstruktif. Para pembuat kebijakan harus memprioritaskan literasi digital dan inisiatif berpikir kritis untuk mengurangi dampak negatif media sosial terhadap wacana politik, sementara platform media sosial harus mengadopsi sistem moderasi konten yang kuat untuk memerangi informasi yang salah dan mendorong diskusi yang beretika dan saling menghormati. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman teoretis tentang partisipasi politik digital dan menawarkan implikasi praktis untuk mendorong proses demokrasi yang lebih inklusif dan partisipatif. Penelitian di masa depan dapat meneliti faktor mediasi tambahan, perubahan longitudinal, dan wawasan kualitatif untuk memperdalam pemahaman tentang dinamika politik digital di Indonesia dan sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agbarya, A. (2024). Presentation of national identity on social media in times of crises: The case of a Palestinian anti-violence movement in Israel. *Media, Culture & Society*, 01634437241282917.
- Al-Mommani, K., Al-Afifi, A., & Mahfuz, M. A. (2015). The Impact of Social Networks on Maximizing the Competitive Value of Micro, Small, and Medium Enterprises. In *International Journal of Management Science and Business Administration* (Vol. 1, Issue 3). <http://researchleap.com/category/international-journal-of-management-science-and-business-administration>
- Ariestandy, D., Adidharma, W., & Isdendi, R. R. (2024). Transformation Of Political Participation In The Digital Age, The Role Of Social Media In Shaping Public Opinion And Mass Mobilization. *Jurnal Ekonomi Teknologi Dan Bisnis (JETBIS)*, 3(10), 1758–1764.
- Arsyad, A., Dzaljad, R. G., Nurmiarani, M., & Rantona, S. (2024). Media Sosial sebagai Agen Transformasi Politik: Analisis Pengaruh terhadap Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 2(2), 240–251.
- Azizah, A. S. N., Faradita, A. S., Khairunnisa, N. D., & Parhan, M. (2024). Islam Becomes the Party's Weapon of Identity the Winning Secret of Politicians. *Al Ijarah: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam*, 9(2), 145–150.
- Azizah, R. N., Pramukti, W., & Utami, W. P. (2024). Analysis Of Factors Influencing Trust And Its Impact On

- Repurchase Intention In C2c E-Commerce In Indonesia. *Journal of Syntax Literate*, 9(7).
- Bach, P., Gitomer, A., Devries, M., Walker, C., Freelon, D., Atienza-Barthelemy, J., Welles, B. F., Deyoe, D., & Zulli, D. (2023). Stitching Politics And Identity On Tiktok. *IoIR Selected Papers of Internet Research*.
- Boulianne, S., Hoffmann, C. P., & Bossetta, M. (2024). Social media platforms for politics: A comparison of Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Reddit, Snapchat, and WhatsApp. *New Media & Society*, 14614448241262416.
- Candra, A., Fauzi, A., & Rahmadhani, M. L. (2023). Political Relations: Political Identity and Social Media in Elections in Indonesia. *KYBERNOLOGY: Journal of Government Studies*, 3(2), 111–128.
- Chan, M., & Yi, J. (2024). Social Media Use and Political Engagement in Polarized Times. Examining the Contextual Roles of Issue and Affective Polarization in Developed Democracies. *Political Communication*, 1–20.
- Chen, K. (2024). The Impact of Social Media on Democratic Politics in the Western Background. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 56, 92–95.
- Coelho, R., Jayantilal, S., & Ferreira, J. J. (2023). The impact of social responsibility on corporate financial performance: A systematic literature review. In *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* (Vol. 30, Issue 4, pp. 1535–1560). John Wiley and Sons Ltd. <https://doi.org/10.1002/csr.2446>
- Fatkhurrahman, F., Effendi, I., Effendi, I., Hadiyati, H., Akbar, M. R., Dawami, D., & Jamaan, A. (2024). Prospects and analysis of coastal ecotourism in Malay community. *AACL Bioflux*, 17(1), 360–373.
- Gusman, S. W. (2024). Development of the Indonesian Government's Digital Transformation. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 5(5), 1128–1141.
- Haris, A., Aksa, Y. A. D., & Prastyo, A. B. (2024). The Influence of Social Media Instagram on Generation Z's Political Participation. *Paradigma*, 21(1), 189–202.
- Jenkins, D. G., & Quintana-Ascencio, P. F. (2020). A solution to minimum sample size for regressions. *PLoS ONE*, 15(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229345>
- Jing, J. (2022). Analysis of Fashion in Film and Television Works. *Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)*, 631(Sdmc 2021), 1502–1505. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.277>
- Karagulyan, E., & Batyreva, M. (2023). A Study of the Availability and Demand of Digital Services for the Manifestation of Social and Political Activity by Citizens. *BRICS LJ*, 10, 162.
- Kenesov, A. (2024). Digital citizenship in the 21st century: Analyzing the impact of social media on youth political activism and civic engagement. *Eurasian Science Review An International Peer-Reviewed Multidisciplinary Journal*, 2(2), 70–76.
- Kuncoro, E., Wurarah, R. N., & Erari, I. E. (2024). The impact of road infrastructure development on ecosystems and communities. *Social, Ecology, Economy for Sustainable Development Goals Journal*, 1(2).
- Leach, S., Nikadon, J., Zazzarino, C., Formanowicz, M., Cislak, A., Kosinski, M., Van Bavel, J. J., & Cichocka, A. (2024). *Politicians' use of national identity rhetoric on social media predicts engagement and electoral success*.
- Majid, A., & Amirulkamar, S. (2023). Identity Politics Approaching the 2024 Election through Social Media Through Sociology of Religion Perspective. *Journal of Governance and Public Policy*, 10(3), 274–287.
- Marcos-García, S., Alonso-Muñoz, L., & López-Meri, A. (2020). Extending influence on social media: The behaviour of political talk-show opinion leaders on Twitter. *Communication & Society*, 277–293.
- NM, M. H., & Maksum, M. N. R. (2024). Dinamika Politik Identitas Dalam Sumber Ajaran Islam Di Indonesia Studi Kasus Pemilu. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6).
- Pamungkas, P. W. (2024). The Ideological Factor Strengthens Political Identity for Increasing Vote in General Elections in Indonesia. *KnE Social Sciences*.
- Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2013). Customer personal features as determinants of the formation process of corporate social responsibility perceptions. *Psychology & Marketing*, 30(10), 903–917.
- Pickernell, D., Sullivan, D., Senyard, J., & ... (2007). Social capital and network building for enterprise in rural areas: can festivals and special events contribute? ... *and Entrepreneurship ...*
- Puspasari, E., & Rahmanto, A. N. (2024). Unveiling Digital Democracy: Social Media's Catalyst Role in Enhancing Political Participation and Public Engagement. *E-BANGI Journal*, 21(3).
- Putra, R. F., & Nugroho, A. A. (2024). The Role of The Ministry of Communications and Information In Preventing The Spread of Hoaxes During The 2024 Election. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 4(4), 1018–1028.
- Riani, A. L., Prabowo, A., & Andriyani, M. S. (2019). The Characteristics of MSME Entrepreneurs in Surakarta, Indonesia. *Asia Pacific Management and Business Application*, 008(02), 117–132. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2019.008.02.4>

- Sahu, M. K., & Gupta, T. C. (2024). Social Media and Political Activism in India: A Content Analysis of Online Movements. *Economic Sciences*, 20(2), 35–46.
- Sembodo, D. P. (2024). Differences In Tolerance of Students and General Society Based on Religious Identity Politics: A Literature Study. In *Trend: International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 1(3), 44–51.
- Srikandi, M. B., Latupeirissa, J. J. P., Ramadiansyah, S. A., Dewi, N. L. Y., Pramana, I. B. G. A. Y., & Prayana, I. K. R. (2024). Social media politics: Analysis of political elite image construction in multiple country elections. *Multidisciplinary Reviews*, 7(11), 2024278.
- Tanuja, V., & Winduwati, S. (2024). Komunikasi Tokoh Politik dan Kesadaran Berpolitik Generasi Z. *Koneksi*, 8(2), 371–380.
- Wahyudy, F. I. (n.d.). Political Preferences Of Young Generation (Gen Y And Gen Z) Ahead Of The Contestation Of The 2024 West Java Governor And Vice Governor Elections. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 5(2), 225–255.
- Wang, X., Song, X., & Sun, M. (2023). How Does a Company's ESG Performance Affect the Issuance of an Audit Opinion? The Moderating Role of Auditor Experience. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5). <https://doi.org/10.3390/ijerph20053878>
- Zainudin, A. (2024). The Role Of Social Media In Increasing Rural Generation Z Participation In The 2024 Elections: A Study In Sungai Ana Village, Sintang District: Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z Di Pedesaan Pada Pemilu Tahun 2024 Suatu Studi Di Desa Sungai Ana Kecamatan Sintang. *Fokus: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 22(2).
- Zhang, P., Wierschem, D., Mendez Mediavilla, F. A., & Hong, K. P. (2016). An Empirical Investigation on CEO Turnover in IT Firms and Firm Performance. *Journal of International Technology and Information Management*, 25(2). <https://doi.org/10.58729/1941-6679.1269>