Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 7, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PERSEPSI PARTAI POLITIK TERHADAP PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI POLITIK DALAM MENJANGKAU PEMILIH MUDA GENERASI Y DAN Z: STUDI PADA DPW PKB JAWA TIMUR.

M. Ghazi Al Ghiyats [1], Muhdi[2]

[1,2] Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:
Received November 2026
Revised November 2026
Accepted November 2026
Available November 2026

ghaziofficial17@gmail.com ,
muhdi@uinsa.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

A B S T R A K

Studi ini berfokus pada bagaimana partai politik, PKB di Jawa Timur, memandang media sosial sebagai saluran komunikasi politik untuk menjangkau pemilih, khususnya generasi milenial dan Z. PKB menjadi objek studi yang jelas karena mereka berhasil unggul di pemilihan umum 2024. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan menganalisis datanya dengan metode deskriptif. Studi ini menemukan bahwa PKB menggunakan media sosial sebagai alat dalam pencitraan partai (komunikasi satu arah), dan menerapkan media sosial sebagai media untuk berdialog dengan publik (komunikasi dua arah).

Kata Kunci : Komunikasi Politik, PKB, Pemilih Muda, Media Sosial, Jawa Timur.

A B S T R A C T

This study focuses on how the political party, PKB in East Java, views social media as a political communication channel to reach voters, particularly millennials and Generation Z. PKB is a clear object of study because they managed to excel in the 2024 general election. This study uses a qualitative approach, and analyzes the data using descriptive methods. This study found that PKB uses social media as a tool in party image (one-way communication), and applies social media as a medium for dialogue with the public (two-way communication).

***Keywords**: Political Communication, PKB, Young Voters, Social Media, East Java*

1. PENDAHULUAN

Pendahuluan: Pemilihan Umum (Pemilu) merupakan salah satu instrumen penting dalam penyelenggaraan demokrasi yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menentukan arah kepemimpinan dan kebijakan politik melalui mekanisme pemilihan. Penyelenggaraan Pemilu 2024 yang dilaksanakan secara serentak pada 14 Februari 2024 berdasarkan ketetapan Komisi Pemilihan Umum (KPU) menghadirkan dinamika politik yang menarik untuk dikaji, salah satunya berkaitan dengan perubahan komposisi pemilih berdasarkan kelompok generasi. Dalam konteks tersebut, Generasi Y atau milenial dan Generasi Z menjadi kelompok yang memperoleh perhatian karena memiliki proporsi yang besar dalam struktur pemilih. Generasi Y umumnya merujuk pada



individu yang lahir pada periode 1980–1995, sedangkan Generasi Z merupakan kelompok yang lahir pada periode 1995–2010 (Bencsik, Csikos, dan Juhez dalam Putra, 2019). Kedua generasi tersebut memiliki karakteristik yang erat dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan media digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa perubahan komposisi pemilih tidak hanya berkaitan dengan aspek kuantitas, tetapi juga menghadirkan perubahan karakteristik, preferensi, dan pola komunikasi masyarakat dalam kehidupan politik.

Besarnya proporsi Generasi Y dan Generasi Z dalam struktur penduduk Indonesia menjadi salah satu pertimbangan penting bagi partai politik dalam menentukan strategi komunikasi untuk memperoleh dukungan elektoral. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Statistik Indonesia 2022, jumlah penduduk berusia 25–44 tahun pada 2021 mencapai sekitar 85,52 juta jiwa atau 31% dari total penduduk, sedangkan kelompok usia 15–24 tahun mencapai sekitar 44,77 juta jiwa atau 16% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2022). Meskipun data tersebut menggambarkan struktur penduduk dan bukan secara langsung komposisi pemilih terdaftar, besarnya kedua kelompok usia tersebut memperlihatkan potensi strategis generasi muda dalam kehidupan politik nasional. Kondisi ini turut menjadi perhatian partai politik, termasuk Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) melalui Dewan Pengurus Wilayah (DPW) PKB Jawa Timur, yang memiliki kepentingan untuk membangun komunikasi politik dengan kelompok pemilih muda. Perhatian partai politik terhadap segmen tersebut juga tercermin dalam pernyataan Wakil Ketua Umum Partai NasDem yang menekankan pentingnya memahami karakteristik dan preferensi pemilih milenial serta Generasi Z (Media Indonesia, 2021). Selain itu, Arif Nurul Imam dari IndoStrategi Research and Consulting menilai bahwa besarnya jumlah pemilih muda menjadikan kelompok tersebut memiliki pengaruh signifikan dalam kontestasi politik sehingga menjadi salah satu sasaran strategis partai politik (Sindonews, 2020). Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa kelompok pemilih muda bukan sekadar bagian dari komposisi pemilih, melainkan juga segmen politik yang perlu diperhitungkan dalam perumusan strategi komunikasi partai.

Persoalan yang kemudian muncul adalah bagaimana partai politik membangun komunikasi yang mampu menjangkau karakteristik dan kebutuhan informasi Generasi Y dan Generasi Z. Kedua generasi tersebut memiliki kedekatan yang kuat dengan perkembangan teknologi digital sehingga pola memperoleh informasi dan berinteraksi cenderung berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z, misalnya, dikenal memiliki keterampilan dalam menjalankan berbagai aktivitas secara bersamaan (multitasking) serta terbiasa memanfaatkan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari. Kedekatan tersebut turut memengaruhi pola pikir, kepribadian, dan cara mereka berinteraksi dengan lingkungan sosial (Putra, 2019). Kondisi ini diperkuat oleh hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam Profil Internet Indonesia 2022, yang menunjukkan bahwa penetrasi internet pada kelompok usia 13–18 tahun mencapai 99,16%, kelompok usia 19–34 tahun sebesar 98,64%, dan kelompok usia 35–54 tahun sebesar 87,30% (APJII, 2022). Tingginya penetrasi internet tersebut memperlihatkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas masyarakat, khususnya kelompok usia muda. Dengan demikian, partai politik menghadapi kebutuhan untuk menyesuaikan pola komunikasi politik agar tidak hanya mengandalkan saluran komunikasi konvensional, tetapi juga mempertimbangkan media yang lebih dekat dengan kebiasaan dan aktivitas kelompok pemilih muda.

Di sisi lain, tingginya keterhubungan Generasi Y dan Generasi Z dengan internet tidak secara otomatis menunjukkan bahwa partai politik telah mampu memanfaatkan perkembangan tersebut sebagai sarana komunikasi politik yang efektif. Media sosial memang menawarkan peluang untuk menyampaikan informasi, membangun interaksi, dan memperluas jangkauan komunikasi politik.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Laporan We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa pada Januari 2021 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai sekitar 170 juta jiwa atau 61,8% dari total populasi yang berjumlah 274,9 juta jiwa (We Are Social dan Hootsuite, 2021). Besarnya angka tersebut memperlihatkan luasnya potensi media sosial sebagai saluran komunikasi masyarakat. Namun, terdapat persoalan ketika tingginya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat tidak serta-merta diikuti oleh kemampuan partai politik dalam membangun komunikasi yang relevan, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik pemilih muda. Artinya, terdapat perbedaan antara besarnya peluang yang disediakan media sosial dan tuntutan untuk mengoptimalkannya sebagai instrumen komunikasi politik. Partai politik tidak cukup hanya hadir dan menyampaikan pesan melalui platform digital, tetapi juga perlu memahami bagaimana media tersebut dipersepsikan, diposisikan, dan dimanfaatkan dalam membangun hubungan politik dengan masyarakat. Kontradiksi inilah yang menjadikan pemanfaatan media sosial oleh partai politik sebagai persoalan yang menarik untuk dikaji.

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan posisi DPW PKB Jawa Timur sebagai organisasi partai politik di tingkat wilayah yang memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi dan memperluas hubungan politik dengan masyarakat. Besarnya potensi pemilih muda dan tingginya penggunaan media sosial menghadirkan peluang bagi DPW PKB Jawa Timur untuk mengembangkan komunikasi politik yang lebih adaptif. Akan tetapi, peluang tersebut juga menghadirkan persoalan mengenai bagaimana partai memandang kedudukan media sosial dalam strategi komunikasinya. Media sosial dapat diposisikan sebatas saluran penyebaran informasi dan publikasi kegiatan partai, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai ruang interaksi untuk mendengarkan aspirasi, membangun kedekatan, dan memperkenalkan gagasan politik kepada pemilih muda. Perbedaan cara memandang fungsi media sosial tersebut penting karena akan memengaruhi bagaimana partai menentukan arah dan pendekatan komunikasi politiknya. Oleh karena itu, persoalan penelitian ini tidak hanya terletak pada besarnya penggunaan media sosial oleh Generasi Y dan Generasi Z, tetapi juga pada bagaimana DPW PKB Jawa Timur memahami dan memaknai media sosial sebagai instrumen komunikasi politik untuk menjangkau kedua kelompok generasi tersebut.

Secara akademis, kajian mengenai komunikasi politik melalui media sosial perlu memperhatikan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan platform digital atau intensitas penyampaian pesan, tetapi juga berkaitan dengan cara aktor politik memahami fungsi dan potensi media tersebut. Dalam konteks partai politik, perspektif mengenai pemanfaatan media sosial menjadi penting untuk memahami bagaimana organisasi politik memandang perubahan pola komunikasi masyarakat serta menyesuaikan pendekatan komunikasinya dengan karakteristik kelompok pemilih. Dengan demikian, kajian mengenai media sosial dalam komunikasi politik tidak cukup hanya diarahkan pada aktivitas publikasi, kampanye digital, maupun respons masyarakat terhadap pesan politik. Masih terdapat aspek yang perlu diperhatikan, yaitu persepsi internal partai politik terhadap pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi untuk menjangkau pemilih muda. Aspek tersebut menjadi fokus yang membedakan penelitian ini dari kajian yang hanya menempatkan media sosial sebagai saluran penyebaran pesan politik atau mengukur pengaruhnya terhadap perilaku pemilih. Penelitian ini berupaya memberikan perhatian pada perspektif kelembagaan partai politik dengan mengambil DPW PKB Jawa Timur sebagai objek kajian, khususnya dalam memahami pandangan organisasi terhadap fungsi media sosial dalam membangun komunikasi politik dengan Generasi Y dan Generasi Z.

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik menjadi penting dilakukan untuk memahami bagaimana partai politik merespons perubahan karakteristik pemilih dan perkembangan teknologi komunikasi dalam kontestasi demokrasi. Penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai pandangan partai terhadap penggunaan media sosial, tetapi juga mengidentifikasi bagaimana media tersebut dipahami sebagai instrumen untuk menyampaikan pesan politik, membangun interaksi, serta menjangkau kelompok pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu politik, khususnya dalam bidang komunikasi politik dan perilaku organisasi partai politik dalam menghadapi perubahan lingkungan komunikasi digital. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi DPW PKB Jawa Timur dalam mengevaluasi dan mengembangkan pendekatan komunikasi politik yang lebih sesuai dengan karakteristik pemilih muda. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menjawab satu rumusan masalah, yaitu: **Bagaimana persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z?** Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Media Sosial sebagai Instrumen Komunikasi Politik Partai

Media sosial telah mengalami perkembangan sebagai salah satu instrumen komunikasi politik yang memungkinkan partai politik menyampaikan pesan, membangun citra, serta menjalin hubungan dengan masyarakat. Perubahan tersebut turut memengaruhi pola komunikasi politik yang sebelumnya lebih banyak bergantung pada media massa konvensional. Mihálik, Garaj, dan Bardovič (2022) melalui penelitian mengenai organisasi politik kepemudaan di Slovakia, Ceko, dan tingkat Eropa menunjukkan bahwa Facebook dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi politik untuk menyampaikan isu, membangun eksistensi organisasi, dan mengomunikasikan aktivitas politik kepada masyarakat. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi organisasi politik dalam membangun hubungan dengan kelompok sasaran.

Sejalan dengan temuan tersebut, Gilardi et al. (2022) dalam penelitian Social Media and Political Agenda Setting menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan partai politik dan politisi memiliki ruang lebih luas dalam membentuk perhatian publik terhadap isu politik. Melalui analisis terhadap aktivitas media sosial dan pemberitaan di Swiss, penelitian tersebut menemukan adanya hubungan antara agenda media tradisional, agenda media sosial partai, dan agenda media sosial politisi. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi politik melalui media sosial memiliki keterkaitan dengan proses pembentukan agenda politik dan penyebaran isu kepada masyarakat. Sementara itu, Domínguez-García et al. (2025) melalui penelitian terhadap partai Chega di Portugal dan VOX di Spanyol menemukan bahwa penggunaan X, Instagram, dan TikTok menjadi bagian dari strategi komunikasi digital partai politik. Penggunaan pesan emosional dan konten audiovisual berkaitan dengan interaksi serta penyebaran pesan politik melalui platform digital.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Aspek lain mengenai komunikasi politik partai melalui media sosial dikaji oleh Yu, Wojcieszak, dan Casas (2024) dalam penelitian Partisanship on Social Media: In-Party Love Among American Politicians, Greater Engagement with Out-Party Hate Among Ordinary Users. Penelitian tersebut menemukan bahwa politisi cenderung lebih banyak menyampaikan dukungan terhadap partai sendiri, sedangkan pengguna media sosial menunjukkan keterlibatan lebih tinggi terhadap unggahan yang menyerang partai lawan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi politik partai melalui media sosial tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh respons dan pola interaksi pengguna. Secara keseluruhan, keempat penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki posisi strategis dalam komunikasi politik partai, baik sebagai sarana penyampaian informasi, pembentukan agenda, pengelolaan pesan, maupun pembangunan interaksi politik. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak berorientasi pada aktivitas komunikasi dan strategi konten partai, sehingga masih diperlukan kajian mengenai bagaimana partai politik memandang dan mempersepsikan pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi politik.

2. Generasi Muda dan Penggunaan Media Digital dalam Memperoleh Informasi Politik

Perkembangan media sosial turut mengubah cara generasi muda memperoleh informasi dan berpartisipasi dalam kehidupan politik. Generasi muda memiliki karakteristik penggunaan teknologi digital yang relatif dekat dengan aktivitas sehari-hari, sehingga media sosial menjadi salah satu saluran yang berpotensi digunakan untuk mengakses informasi politik. Espinoza Bianchini, Navia, dan Ulriksen Lira (2022) melalui penelitian Using Online Social Networks to Acquire Political Information: The Politically Engaged Non-ideological Youth in Chile, 2017–2019 mengkaji penggunaan jejaring sosial daring sebagai sumber informasi politik di kalangan generasi muda Chile. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa usia dan identifikasi ideologis memiliki keterkaitan dengan kecenderungan individu menggunakan jejaring sosial untuk memperoleh informasi politik. Temuan ini memperlihatkan bahwa media digital memiliki posisi penting dalam membentuk akses generasi muda terhadap informasi dan perkembangan politik.

Kajian mengenai keterlibatan generasi muda dalam ruang digital juga dilakukan oleh Sanarico (2026) melalui penelitian Who Gets a Voice Online? Family Resources, Gender, and Cohort Differences in Youth Political Participation in Europe. Penelitian tersebut membahas perbedaan partisipasi politik generasi muda melalui ruang formal, informal, dan digital dengan mempertimbangkan faktor sumber daya keluarga, gender, serta kelompok generasi. Penelitian ini memperlihatkan bahwa ruang digital menyediakan kesempatan bagi generasi muda untuk mengekspresikan pandangan dan terlibat dalam aktivitas politik, meskipun kesempatan tersebut masih dipengaruhi oleh kondisi sosial dan karakteristik individu. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan bahwa penggunaan media digital oleh generasi muda tidak hanya berkaitan dengan aktivitas memperoleh informasi, tetapi juga berhubungan dengan kesempatan untuk mengekspresikan pandangan dan terlibat dalam kehidupan politik.

Dalam konteks penelitian ini, kedua kajian tersebut memberikan pemahaman bahwa Generasi Y dan Generasi Z merupakan kelompok yang perlu diperhatikan dalam pengembangan komunikasi politik partai. Kedekatan generasi muda dengan media digital menghadirkan peluang bagi partai politik untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan gagasan, dan membangun komunikasi dengan kelompok pemilih tersebut. Akan tetapi, penelitian mengenai penggunaan jejaring sosial dan partisipasi digital generasi muda masih cenderung menempatkan masyarakat sebagai

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



pengguna atau penerima informasi politik. Oleh karena itu, diperlukan sudut pandang lain yang mengkaji bagaimana organisasi partai politik memahami karakteristik generasi muda dan memandang media sosial sebagai sarana untuk menjangkau kelompok pemilih tersebut.

3. Media Sosial, Mobilisasi, dan Keterlibatan Politik

Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana penyebaran informasi politik, tetapi juga dapat menjadi ruang mobilisasi dan pembentukan keterlibatan politik masyarakat. Young (2023) melalui penelitian Mobilization Under Threat: Emotional Appeals and Pro-Opposition Political Participation Online mengkaji pengaruh pesan emosional terhadap partisipasi politik pendukung oposisi di Zimbabwe melalui eksperimen yang melibatkan organisasi partai oposisi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pesan kampanye yang membangkitkan emosi tertentu dapat memengaruhi tingkat keterlibatan masyarakat dalam diskusi politik daring. Temuan ini memperlihatkan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan oleh aktor politik memiliki peran dalam mendorong keterlibatan masyarakat melalui media digital.

Selanjutnya, Chan dan Yi (2024) dalam penelitian Social Media Use and Political Engagement in Polarized Times: Examining the Contextual Roles of Issue and Affective Polarization in Developed Democracies menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial untuk memperoleh informasi politik dan keterlibatan demokratis masyarakat di negara-negara demokrasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan tersebut dipengaruhi oleh tingkat polarisasi afektif dalam suatu negara. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam kehidupan politik dapat menghasilkan konsekuensi yang berbeda bergantung pada kondisi sosial-politik masyarakat.

Perspektif mengenai interaksi politik dalam media sosial juga dijelaskan oleh Cheng, Marcos-Marne, dan Gil de Zúñiga (2024) melalui penelitian Birds of a Feather Get Angrier Together: Social Media News Use and Social Media Political Homophily as Antecedents of Political Anger. Penelitian tersebut mengkaji hubungan antara penggunaan berita politik di media sosial, kesamaan pandangan politik dalam jaringan sosial, dan kemarahan politik. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penggunaan berita politik melalui media sosial dan interaksi dengan kelompok yang memiliki kesamaan pandangan politik berkaitan dengan pembentukan emosi politik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar saluran penyampaian informasi, melainkan juga ruang interaksi yang dapat memengaruhi hubungan dan sikap politik masyarakat.

Ketiga penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa pemanfaatan media sosial dalam komunikasi politik memiliki keterkaitan dengan proses mobilisasi, pembentukan keterlibatan, dan interaksi politik masyarakat. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendorong partisipasi melalui pesan politik, tetapi penggunaannya juga dapat menghadirkan tantangan berupa polarisasi dan penguatan kesamaan pandangan antarkelompok. Bagi partai politik, kondisi tersebut menunjukkan pentingnya memahami fungsi media sosial secara lebih luas, tidak hanya sebagai media publikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dan keterlibatan masyarakat. Meskipun demikian, ketiga penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi dan respons masyarakat. Dengan demikian, perspektif mengenai bagaimana organisasi partai politik memandang peluang dan tantangan pemanfaatan media sosial dalam membangun komunikasi dengan pemilih muda masih menjadi aspek yang perlu dikaji lebih lanjut.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



2. METODE

Metode Penelitian: Penelitian ini berangkat dari perhatian terhadap perkembangan penggunaan media sosial dalam komunikasi politik, khususnya dalam upaya partai politik menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z. Untuk memahami bagaimana fenomena tersebut dipandang dan dimaknai oleh organisasi partai politik, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam menjangkau pemilih muda.

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z. Menurut Creswell dan Poth (2018), penelitian kualitatif merupakan pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara mendalam berdasarkan pengalaman, pandangan, dan pemaknaan subjek penelitian terhadap fenomena yang dikaji. Sementara itu, jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan kondisi dan informasi yang diperoleh di lapangan. Penggunaan jenis penelitian ini dinilai sesuai karena penelitian tidak diarahkan untuk menguji hubungan antarvariabel atau mengukur efektivitas penggunaan media sosial, melainkan mendeskripsikan bagaimana DPW PKB Jawa Timur memahami, memandang, dan menilai pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi politik. Dengan demikian, pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti memperoleh gambaran mengenai persepsi, pertimbangan, serta pengalaman organisasi partai dalam memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih muda.

2. Subjek dan Lokasi Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa pemilihan partisipan dalam penelitian kualitatif perlu mempertimbangkan keterkaitan mereka dengan fenomena yang dikaji sehingga dapat memberikan informasi yang mendalam dan relevan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, subjek dalam penelitian ini adalah pengurus dan pihak yang terlibat dalam pengelolaan komunikasi serta media sosial DPW PKB Jawa Timur. Informan penelitian diarahkan kepada pengurus yang memiliki kewenangan atau pengetahuan mengenai kebijakan komunikasi partai, pengelola media sosial, serta pihak yang terlibat dalam penyusunan dan penyampaian informasi politik melalui platform digital. Pemilihan subjek tersebut didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana media sosial dipahami sebagai instrumen komunikasi politik, pertimbangan dalam menentukan sasaran komunikasi, serta pandangan terhadap karakteristik pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z.

Lokasi penelitian ditetapkan di Dewan Pengurus Wilayah (DPW) Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) Jawa Timur yang berada di Kota Surabaya. Creswell (2014) menjelaskan bahwa pemilihan lokasi dalam penelitian kualitatif perlu mempertimbangkan kesesuaian tempat dengan permasalahan yang diteliti serta memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara mendalam dari

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



partisipan. DPW PKB Jawa Timur dipilih karena memiliki peran strategis dalam aktivitas politik PKB di tingkat provinsi, termasuk dalam membangun komunikasi dan menyampaikan informasi politik kepada masyarakat. Selain itu, DPW PKB Jawa Timur menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik karena aktivitas komunikasi organisasi partai berkaitan dengan upaya membangun citra, menyampaikan gagasan, serta menjalin hubungan dengan masyarakat. Pemilihan lokasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai persepsi organisasi partai politik dalam menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan perkembangan teknologi informasi dan karakteristik pemilih muda.

3. Teknik Penentuan Informan (Sampling)

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Creswell (2014), purposive sampling merupakan teknik pemilihan partisipan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa individu tersebut memiliki pengalaman, pengetahuan, atau informasi yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Teknik ini digunakan karena penelitian kualitatif lebih mengutamakan kedalaman informasi dibandingkan jumlah informan yang dilibatkan. Oleh karena itu, informan dipilih berdasarkan keterlibatan dan pemahaman mereka terhadap aktivitas komunikasi politik serta pengelolaan media sosial di lingkungan DPW PKB Jawa Timur.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengurus DPW PKB Jawa Timur yang memiliki pengetahuan mengenai kebijakan dan arah komunikasi politik partai.
2. Pengurus atau pihak yang bertanggung jawab terhadap bidang komunikasi, informasi, publikasi, atau media partai.
3. Pengelola media sosial DPW PKB Jawa Timur yang terlibat dalam perencanaan, pembuatan, dan penyebaran konten digital.
4. Pihak yang memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai strategi komunikasi partai dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z.

Melalui kriteria tersebut, peneliti dapat menentukan informan yang dinilai mampu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Jumlah informan tidak ditetapkan secara kaku sejak awal, tetapi disesuaikan dengan kebutuhan data dan kecukupan informasi yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mengacu pada Creswell (2014), yang menjelaskan bahwa pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta penggunaan berbagai bahan pendukung yang relevan. Berdasarkan kebutuhan penelitian, pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik berikut.

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan yang memiliki keterlibatan dengan aktivitas komunikasi politik dan pengelolaan media

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



sosial DPW PKB Jawa Timur. Creswell (2014) menjelaskan bahwa wawancara kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi melalui pertanyaan terbuka sehingga partisipan dapat menyampaikan pandangan, pengalaman, dan pemahamannya terhadap fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur, yaitu wawancara yang berpedoman pada sejumlah pertanyaan pokok, tetapi tetap memberikan ruang bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan jawaban informan. Wawancara diarahkan untuk menggali persepsi mengenai fungsi media sosial dalam komunikasi politik, pertimbangan pemilihan media digital, pemahaman terhadap karakteristik pemilih muda, serta peluang dan kendala dalam memanfaatkan media sosial untuk menjangkau Generasi Y dan Generasi Z.

b. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi dan pemanfaatan media sosial DPW PKB Jawa Timur. Menurut Creswell (2014), dokumen merupakan salah satu sumber data dalam penelitian kualitatif yang dapat berupa dokumen publik maupun dokumen pribadi. Dalam penelitian ini, dokumentasi meliputi unggahan media sosial resmi DPW PKB Jawa Timur, foto kegiatan partai, materi publikasi, arsip komunikasi, serta dokumen lain yang relevan dengan aktivitas komunikasi politik organisasi. Dokumentasi juga dapat mencakup data mengenai penggunaan platform digital dan bentuk penyampaian informasi kepada masyarakat. Data dokumentasi tersebut digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan memberikan gambaran mengenai praktik komunikasi politik yang dilakukan oleh organisasi.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan fokus penelitian, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, laporan, serta dokumen resmi yang relevan. Creswell (2014) menjelaskan bahwa literatur dalam penelitian kualitatif berfungsi memberikan landasan konseptual, membantu memahami permasalahan, serta menghubungkan temuan penelitian dengan kajian yang telah berkembang sebelumnya. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan diarahkan pada literatur mengenai komunikasi politik, persepsi, media sosial, partai politik, serta karakteristik Generasi Y dan Generasi Z. Hasil penelusuran kepustakaan digunakan sebagai landasan dalam menganalisis informasi yang diperoleh dari lapangan.

5. Teknik Verifikasi Data

Verifikasi data dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan dan kesesuaian dengan kondisi yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa validitas data dapat diperkuat melalui berbagai strategi pemeriksaan, salah satunya triangulasi dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber atau perspektif. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang meliputi:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan yang memiliki kedudukan dan keterlibatan berbeda dalam organisasi DPW PKB Jawa Timur. Informasi dari pengurus partai, pihak yang bertanggung jawab terhadap komunikasi dan publikasi, serta pengelola media sosial dibandingkan untuk mengetahui kesesuaian pandangan

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



dan informasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. Melalui teknik ini, peneliti dapat mengidentifikasi persamaan maupun perbedaan informasi yang disampaikan oleh setiap informan.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang berbeda, terutama wawancara dan dokumentasi. Informasi yang disampaikan informan mengenai pemanfaatan media sosial dibandingkan dengan dokumen, unggahan, dan aktivitas publikasi pada akun resmi DPW PKB Jawa Timur. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara pandangan yang disampaikan informan dengan bukti dokumentasi yang tersedia. Dengan demikian, verifikasi data melalui triangulasi sumber dan teknik diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas informasi serta memperkuat dasar penarikan kesimpulan penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Model tersebut menjelaskan bahwa analisis data kualitatif berlangsung secara interaktif dan berkelanjutan melalui tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Ketiga tahapan tersebut dilakukan secara berkesinambungan sejak proses pengumpulan data hingga diperoleh kesimpulan penelitian. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

a. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi informasi dari hasil wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan dengan memusatkan perhatian pada data yang berkaitan dengan persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. Informasi yang diperoleh kemudian dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian, seperti pemahaman terhadap fungsi media sosial, pertimbangan penggunaan media digital, karakteristik pemilih muda, serta peluang dan kendala komunikasi politik melalui media sosial. Data yang tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian tidak dijadikan dasar utama dalam proses analisis.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan tahap penyusunan informasi yang telah dikondensasi ke dalam bentuk yang sistematis sehingga memudahkan peneliti memahami pola, hubungan, dan kecenderungan dari data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk uraian naratif, pengelompokan berdasarkan tema, serta tabel apabila diperlukan. Hasil wawancara dari setiap informan disusun berdasarkan tema penelitian dan dihubungkan dengan dokumentasi yang relevan. Melalui penyajian tersebut, peneliti dapat melihat bagaimana DPW PKB Jawa Timur memandang fungsi media sosial, bagaimana media tersebut dipertimbangkan dalam komunikasi politik, serta bagaimana organisasi memahami karakteristik pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan dengan menginterpretasikan informasi yang telah disajikan untuk menemukan makna dan jawaban atas permasalahan penelitian. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi pola, hubungan antartemuan, serta kecenderungan pandangan informan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diperiksa kembali dengan membandingkan hasil wawancara, dokumentasi, dan informasi dari berbagai informan melalui proses triangulasi. Tahap ini bertujuan memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan memiliki dasar empiris dan sesuai dengan informasi yang diperoleh selama penelitian. Hasil akhir analisis digunakan untuk menjawab rumusan masalah mengenai persepsi DPW PKB Jawa Timur terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Gnerasi Z.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan: Dalam wawancara dengan salah satu narasumber yang merupakan pengurus PKB, dijelaskan bahwa partai memberikan perhatian khusus terhadap besarnya jumlah pemilih yang berasal dari Generasi Y (milenial) dan Generasi Z pada Pemilu 2024. Partai menyadari bahwa kelompok usia muda memiliki proporsi yang signifikan dalam komposisi pemilih sehingga perlu menjadi salah satu sasaran utama dalam strategi komunikasi politik. Oleh karena itu, kader partai didorong untuk memahami karakteristik dan preferensi pemilih muda agar komunikasi yang dibangun dapat berlangsung secara efektif. Dalam upaya tersebut, media sosial dipandang sebagai salah satu sarana yang dapat dimanfaatkan secara optimal karena Generasi Y dan Generasi Z cenderung lebih akrab dengan platform digital dibandingkan dengan media komunikasi konvensional, seperti televisi, radio, dan surat kabar.

Meskipun demikian, narasumber berpendapat bahwa komunikasi secara langsung atau tatap muka masih memiliki tingkat efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan komunikasi melalui media sosial, termasuk dalam menjangkau pemilih muda. Berdasarkan pengalaman selama kegiatan kampanye, pemilih dari kalangan muda cenderung lebih responsif ketika berinteraksi secara langsung dengan kandidat atau perwakilan partai. Mereka umumnya menunjukkan ketertarikan yang lebih besar apabila partai atau kandidat yang bersangkutan mampu memberikan kontribusi nyata yang manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat. Menurut narasumber, interaksi tatap muka juga memberikan kesempatan yang lebih luas untuk memahami aspirasi, kebutuhan, serta tingkat dukungan masyarakat. Hal tersebut dinilai sulit diperoleh apabila komunikasi hanya dilakukan melalui media sosial karena interaksi yang terbangun tidak sedalam komunikasi secara langsung.

Dalam pandangannya mengenai potensi pemilih dan kader dari Generasi Y dan Generasi Z, narasumber menjelaskan bahwa PKB berupaya memberikan ruang partisipasi yang lebih luas bagi kalangan muda dalam aktivitas kepartaian. Keterlibatan generasi muda tidak hanya terbatas sebagai simpatisan atau pendukung partai, tetapi juga diarahkan untuk berperan aktif dalam struktur organisasi. Meskipun kepengurusan pada tingkat tertentu masih didominasi oleh kader senior, di tingkat daerah generasi muda mulai memperoleh kesempatan yang lebih besar untuk terlibat sebagai pengurus maupun pelaksana kegiatan partai.

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



Komitmen PKB dalam mendorong keterlibatan generasi muda juga tercermin melalui kehadiran kader-kader muda dalam berbagai aktivitas politik dan organisasi partai. Kehadiran generasi muda dalam struktur organisasi diharapkan dapat menjadi jembatan antara partai dan kelompok pemilih muda yang jumlahnya semakin besar. Selain itu, keterlibatan kader muda memberikan peluang bagi partai untuk lebih memahami aspirasi, kebutuhan, serta karakteristik pemilih dari Generasi Y dan Generasi Z.

Dengan semakin banyaknya kader muda yang aktif dalam organisasi partai, PKB memiliki peluang untuk membangun komunikasi politik yang lebih dekat dengan kalangan muda. Sebagai bagian dari generasi yang sama, kader muda dinilai lebih memahami pola komunikasi, preferensi informasi, serta media yang sering digunakan oleh kelompok seusianya. Oleh karena itu, keberadaan mereka dapat menjadi modal penting bagi partai dalam memperkuat kedekatan dengan pemilih muda sekaligus mengoptimalkan strategi komunikasi politik yang sesuai dengan perkembangan era digital.

Karakteristik media sosial yang relatif efektif, efisien, dan memiliki jangkauan luas menjadikannya sebagai salah satu sarana potensial dalam kegiatan komunikasi dan promosi politik. Dibandingkan dengan media massa konvensional yang memerlukan biaya relatif besar, media sosial menawarkan alternatif yang lebih ekonomis serta mampu menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat. Kondisi tersebut mendorong partai politik untuk semakin memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi politik.

Salah satu fungsi penting iklan politik adalah membangun citra (*image*) partai maupun kandidat politik. Iklan sebagai bagian dari pemasaran politik merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan menanamkan citra politik dalam benak masyarakat sekaligus meyakinkan publik terhadap partai atau kandidat yang ditawarkan (Firmanzah, 2007). Menurut Peteraf dan Shanley sebagaimana dikutip oleh Firmanzah (2009), *image* tidak hanya berkaitan dengan persepsi atau identifikasi, tetapi juga menyangkut keterikatan individu terhadap kelompok atau organisasi tertentu. Dengan demikian, citra politik dapat mencerminkan tingkat kepercayaan serta persepsi masyarakat terhadap kompetensi suatu partai politik.

Upaya membangun citra partai melalui media sosial juga dilakukan oleh PKB dengan memanfaatkan berbagai platform digital, seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter). Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu narasumber dari PKB (AR, 2021), media sosial saat ini masih dipandang sebagai sarana komunikasi politik yang berorientasi pada penguatan *branding* partai maupun tokoh partai. Melalui berbagai konten yang dipublikasikan, partai berupaya membangun dan memperkuat citra positif di tengah masyarakat.

AR (2021) menjelaskan bahwa PKB menyadari pentingnya mengikuti perkembangan media baru dalam aktivitas komunikasi politik. Namun, dalam praktiknya, pemanfaatan media sosial masih cenderung menyerupai penggunaan media konvensional, yaitu melalui penyebaran informasi secara satu arah. Hal tersebut terlihat dari pola penyusunan konten, penggunaan bahasa, serta penentuan waktu publikasi yang lebih berfokus pada penyampaian pesan partai kepada publik. Padahal, media sosial menyediakan ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya interaksi lebih intensif antara partai dan masyarakat. Meskipun demikian, media sosial tetap dipilih karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti kemudahan penggunaan, biaya yang relatif rendah, jangkauan luas, serta kecepatan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, khususnya Generasi Y dan Generasi Z (AR, 2021).

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PKB pada dasarnya memandang media sosial sebagai sarana strategis dalam membangun komunikasi politik dan citra partai. Pemanfaatan media sosial dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan sejumlah media komunikasi lainnya karena memiliki jangkauan luas serta mampu menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat. Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu alternatif bagi PKB dalam melakukan *branding* partai. Penyajian konten yang mampu membangun citra positif partai menjadi salah satu aspek yang mendapat perhatian dalam pengelolaan media sosial.

Menurut MNY (2022), citra partai politik di Indonesia hingga saat ini masih menghadapi berbagai tantangan akibat persepsi negatif yang berkembang di tengah masyarakat. Padahal, secara ideal, partai politik berfungsi sebagai sarana untuk menampung, memperjuangkan, dan menyalurkan aspirasi masyarakat. Namun, dalam praktiknya, partai politik sering kali masih dipersepsikan sebagai instrumen yang dapat memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat, terutama pada masa kampanye politik.

Lebih lanjut, MNY (2022) menjelaskan bahwa dalam banyak kasus, kegiatan dialog dan penyerapan aspirasi yang dilakukan oleh calon anggota legislatif belum tentu dianggap memadai oleh masyarakat. Kehadiran calon anggota legislatif sering kali dinilai lebih berarti apabila disertai dengan pemberian bantuan atau fasilitas yang manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh warga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa partai politik masih menghadapi tantangan dalam membangun pemahaman masyarakat mengenai fungsi ideal partai sebagai representasi politik. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi penting bagi PKB untuk membangun citra positif partai, menyampaikan informasi politik, serta memperkuat pemahaman masyarakat mengenai peran dan fungsi partai politik dalam sistem demokrasi (MNY, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, media sosial dinilai memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi politik antara PKB dan masyarakat, terutama untuk menyampaikan program, gagasan, serta visi politik partai. Media sosial memberikan ruang yang lebih terbuka bagi partai untuk memperkenalkan berbagai program kepada publik. Melalui media sosial, masyarakat dapat menilai apakah program dan gagasan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan serta kepentingan mereka. Selain itu, media sosial juga memungkinkan masyarakat untuk memberikan tanggapan, kritik, maupun masukan terhadap program yang disampaikan oleh partai.

Dalam upaya memanfaatkan media sosial untuk menjangkau pemilih muda dari Generasi Y dan Generasi Z, PKB juga menghadapi sejumlah tantangan. Berdasarkan hasil wawancara, tantangan pertama berkaitan dengan pola penggunaan media digital oleh kalangan muda yang sangat dinamis dan beragam. Perkembangan tren platform digital yang berlangsung cepat membuat partai perlu terus beradaptasi agar tetap mampu menjangkau kelompok pemilih muda secara efektif.

Tantangan berikutnya berkaitan dengan penyebaran dan penerimaan informasi di media sosial yang bersifat dinamis. Informasi yang disampaikan dengan tujuan memberikan pemahaman mengenai suatu isu belum tentu diterima dan ditafsirkan secara sama oleh seluruh pengguna media sosial. Perbedaan sudut pandang yang muncul di ruang digital sering kali menyebabkan perdebatan yang dapat mengalihkan perhatian dari substansi pesan yang ingin disampaikan oleh partai.

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



Selain itu, pemetaan platform media sosial yang sesuai dengan karakteristik kelompok pemilih muda juga menjadi tantangan tersendiri. Setiap platform memiliki karakteristik pengguna, pola interaksi, dan jenis konten yang berbeda. Oleh karena itu, partai perlu memahami karakteristik masing-masing media sosial agar pesan politik yang disampaikan dapat diterima secara lebih efektif. Berdasarkan hasil wawancara, kemampuan dalam menentukan platform yang tepat diyakini dapat membantu PKB membangun komunikasi dua arah yang lebih intensif, efektif, dan efisien dengan pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z.

Secara teoretis, temuan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh PKB tidak hanya berkaitan dengan penyebaran informasi, tetapi juga mencakup upaya membangun citra, membentuk persepsi, dan menjalin hubungan dengan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan McNair (2011) yang menempatkan komunikasi politik sebagai proses penyampaian pesan mengenai politik oleh berbagai aktor politik kepada masyarakat, termasuk melalui media. Dalam konteks ini, media sosial memberikan peluang bagi partai untuk memperluas jangkauan komunikasi sekaligus membangun interaksi dengan pemilih muda. Namun, hasil wawancara memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi media sosial sebagai ruang komunikasi interaktif dan praktik pemanfaatannya yang masih cenderung berorientasi pada penyampaian informasi serta penguatan citra partai. Dengan demikian, persepsi PKB terhadap media sosial memperlihatkan dua kecenderungan sekaligus, yaitu sebagai instrumen strategis untuk menjangkau Generasi Y dan Generasi Z serta sebagai sarana publikasi dan *branding* yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk membangun komunikasi timbal balik. Kondisi ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut guna memahami bagaimana DPW PKB Jawa Timur memaknai posisi media sosial dalam strategi komunikasi politiknya untuk menjangkau pemilih muda.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan Saran: Penelitian ini menunjukkan bahwa DPW PKB Jawa Timur memandang media sosial sebagai sarana komunikasi politik yang strategis dalam menjangkau pemilih muda Generasi Y dan Generasi Z. Tingginya penggunaan internet dan media sosial pada kelompok usia muda menjadikan media sosial efektif untuk menyampaikan informasi, membangun citra partai, memperkenalkan program, serta memperluas jangkauan komunikasi politik. PKB juga menyadari pentingnya melibatkan generasi muda dalam struktur dan aktivitas kepartaian sebagai upaya memperkuat kedekatan dengan segmen pemilih tersebut. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa komunikasi tatap muka masih dianggap memiliki efektivitas yang tinggi dalam membangun kedekatan dan memahami aspirasi masyarakat. Selain itu, PKB menghadapi sejumlah tantangan dalam pemanfaatan media sosial, seperti perubahan tren platform digital, beragamnya karakter pengguna media sosial, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur komunikasi dua arah. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi politik yang lebih adaptif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik Generasi Y dan Generasi Z agar media sosial dapat dimanfaatkan secara lebih efektif dalam membangun hubungan antara partai politik dan pemilih muda.

5. DAFTAR PUSTAKA

Alam, S. (2021). Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi politik. *Avant Garde, 9*(1), 68–78.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Ardipandanto, A. (2018). Strategi kampanye dan kemenangan Ridwan Kamil dalam Pilgub Jabar 2018. *Jurnal Kajian: Menjembatani Teori dan Persoalan Masyarakat dalam Merumuskan Kebijakan, 23*(3).

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.

Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. Dalam *Proceedings of the 4th International Conference on Management, Leadership and Governance (ICMLG 2016)* (hlm. 42). Academic Conferences and Publishing International.

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, 41*(5), 743–762. https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2325423

Cheng, Z., Marcos-Marne, H., & Gil de Zúñiga, H. (2024). Birds of a feather get angrier together: Social media news use and social media political homophily as antecedents of political anger. *Political Behavior, 46*, 1171–1187. https://doi.org/10.1007/s11109-023-09864-z

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (Edisi ke-4). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Domínguez-García, [lengkapi nama penulis]. (2025). From emotion to virality: The use of social media in the populism of Chega and VOX. *Social Sciences, 14*(5), 255. https://doi.org/10.3390/socsci14050255

Espinoza Bianchini, C., Navia, P., & Ulriksen Lira, C. (2022). Using online social networks to acquire political information: The politically engaged non-ideological youth in Chile, 2017–2019. *International Journal of Politics, Culture, and Society, 35*, 497–515. https://doi.org/10.1007/s10767-021-09407-6

Firmanzah. (2007). *Marketing politik: Antara pemahaman dan realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Firmanzah. (2009). *Mengelola partai politik: Komunikasi dan positioning ideologi politik di era demokrasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Gilardi, F., (2022). Social media and political agenda setting. *Political Communication, 39*(1), 39–60. https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390

Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED, 7*(2).

Heryanto, G. G. (2019). *Panggung komunikasi politik: Dilema antara idealitas dan realitas politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.

Johansson, E. (2019). Social media in political communication: A substitute for conventional media? Dalam K. M. Johansson & G. Nygren (Ed.), *Close and distant: Political executive-media relations in four countries* (hlm. 149–174). Göteborg: Nordicom.

*Corresponding author
E-mail addresses: ghaziofficial17@gmail.com , muhdi@uinsa.ac.id



McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (Edisi ke-5). London: Routledge.

Mihálik, J., Garaj, M., & Bardovič, J. (2022). Social media and political communication of youth political organisations in Slovakia, Czechia and European level: A cross-case analysis. *Social Sciences, 11*(2), 69. https://doi.org/10.3390/socsci11020069

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Edisi ke-3). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Sanarico, (2026). Who gets a voice online? Family resources, gender, and cohort differences in youth political participation in Europe. *International Journal of Politics, Culture, and Society*. https://doi.org/10.1007/s10767-026-09582-4

Young, (2023). Mobilization under threat: Emotional appeals and pro-opposition political participation online. *Political Behavior, 45*, 445–468. https://doi.org/10.1007/s11109-021-09711-z

Yu, Wojcieszak, M., & Casas, A. (2024). Partisanship on social media: In-party love among American politicians, greater engagement with out-party hate among ordinary users. *Political Behavior, 46*, 799–824. https://doi.org/10.1007/s11109-022-09850-x

AR. (2021). Wawancara dengan pengurus PKB.

MNY. (2022). Wawancara mengenai citra partai politik di Indonesia.