

**PENGARUH *OFFICIAL ACCOUNT* INSTAGRAM  
@NARASINEWSROOM TERHADAP LITERASI POLITIK  
GENERASI Z  
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU POLITIK UIN WALISONGO)**

**Skripsi**

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Ilmu Politik



Oleh:

**SALMA AZZAHRA**

1906016101

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 10 (sepuluh) Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Ibu Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UIN Walisongo Semarang

di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Salma Azzahra  
NIM : 1906016101  
Jurusan : Ilmu Politik  
Judul Skripsi : **PENGARUH OFFICIAL ACCOUNT  
INSTAGRAM @NARASINEWSROOM  
TERHADAP LITERASI POLITIK GENERASI Z  
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU POLITIK  
UIN WALISONGO)**

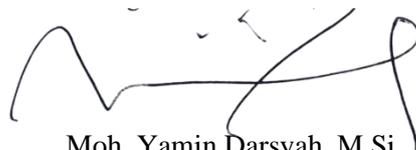
Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 7 Desember 2023

Pembimbing,

Bidang Substansi Materi,  
Metodologi & Tatatulis



Moh. Yamin Darsyah, M.Si

NIP.198409092019031007

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH *OFFICIAL ACCOUNT* INSTAGRAM  
@NARASINEWSROOM TERHADAP LITERASI POLITIK  
GENERASI Z**

**(STUDI PADA MAHASISWA ILMU POLITIK UIN WALISONGO)**

Disusun Oleh:

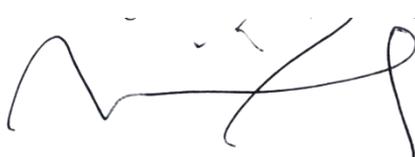
**Salma Azzahra**

1906016101

Telah dipertahankan di depan majelis penguji siding skripsi pada tanggal 14 Desember  
2023 dan telah dinyatakan lulus,

**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Sidang**  
  
Drs. H. Nur Syamsuddin, M.Ag  
NIP. 196805051995031003

**Sekretaris Sidang**  
  
Moh. Yamin Darsyah, M.Si  
NIP. 198409092019031007

**Penguji I**

  
Masrohatun, M.Si  
NIP. 198806212018012001

Mengetahui,  
**Pembimbing**

  
Moh. Yamin Darsyah, M.Si  
NIP. 198409092019031007

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 7 Desember 2023



Salma Azzahra

1906016101

## KATA PENGANTAR

*Bismillah*, rasa syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholat seta salam dipanjatkan pada Nabi Muhammad SAW serta untuk keluarga dan sahabatnya. Semoga kita termasuk mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak. Aamiin. Pada kesempatan ini, eneliti telah menyelesaikan skripsi untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan dan kekurangan peneliti. Peran keluarga, sahabat, dosen pembimbing dan pihak-pihak lain yang telah membantu penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti berharap kedepannya skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi akademisi dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya.

Penyusunan skripsi dilakukan dengan mengikuti prosedur penyusunan skripsi, dimulai dengan pengajuan judul, penyusunan proposal hingga penelitian dan skripsi ini dapat disusun hingga selesai. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan nikmat kemudahan kepada peneliti.
2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Misbah Zulfa Elisabeth, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Drs. Nur Syamsudin, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Mohammad Yamin Darsyah, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal hingga akhir penulisan skripsi dan telat menyempatkan memberikan arahan serta bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen FISIP tercinta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.

7. Ibu Dwi Marmeiani dan Bapak Mohammad Yafits yang senantiasa memberikan dukungan baik moril dan materiil serta kasih sayang tiada henti terhadap peneliti.
8. Kepada adik peneliti, Atika Yafits yang selalu memberi dukungan terhadap peneliti.
9. Kepada teman-teman Mahasiswa Fisip UIN Walisongo Semarang yang telah berpartisipasi pada penelitian ini serta memberikan semangat dan motivasi peneliti untuk berkembang lebih baik ketika berkuliah di FISIP UIN Walisongo.
10. Teman-teman Ilmu Politik C 2019 yang telah bersama-sama menempuh pendidikan perkuliahan,
11. Kepada teman-teman dekat saya yaitu Andra Rafiqah, Ayu Rachmahwati, Basma Rakmawati, Chantika Nurachmad, Dheas Ananda, Elvina Oktaviani, Melia Sutanti, Laytsa Rizky, Agnes Oktavi dan sepupu saya Putri Maulida yang telah menemani dan juga membantu peneliti dikala bosan dan kesulitan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua dan adik saya tercinta yang telah memberikan doa-doa serta ridho kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan juga membantu mewujudkan impian-impian saya. Untuk sahabat dekat saya yang selalu menemani dan memberi dukungan kepada saya dan teman-teman sajawat seperjuangan yang saya cintai dan banggakan.

## **MOTTO**

“Selesaikan apa yang sudah kamu mulai”

## ABSTRAK

Instagram merupakan suatu platform yang sedang populer dikalangan generasi Z, dimana mereka menjadi pemilih muda sebagian dari 22,85% total pemilih yang mendominasi di DPT pada pemilihan umum serentak 2024. Literasi politik tentunya diperlukan bagi calon pemilih untuk dapat menentukan sosok kepemimpinan yang dikehendaki. Berita-berita terkait pemilu 2024 aktif disajikan media massa dalam Instagram untuk memenuhi kebutuhan generasi *digital native* atas informasi baru dan terkini. Mahasiswa dipercaya mampu untuk berpikir kritis dan bijak dalam memilah informasi. Oleh sebab itu, menarik untuk dikaji komunikasi politik yang terkandung pada konten media massa khususnya apakah terdapat pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui pengumpulan data berupa kuesioner yang dibagikan kepada 83 mahasiswa/i Ilmu Politik UIN Walisongo tahun akademik 2019-2022 dengan jumlah 41 laki-laki dan 42 perempuan. Kemudian untuk teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Landasan teori yang diterapkan pada penelitian ini yaitu konsep komunikasi politik dan literasi politik.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan uji regresi linier sederhana menunjukkan simpulan bahwa terdapat pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z. Diketahui dari nilai yang didapat yaitu  $F_{hitung}$  sebesar 65,237 dengan nilai signifikan 0,001 yang diartikan  $< 0,05$ . Selanjutnya, hasil penelitian ini juga memperlihatkan adanya pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z sebanyak 44,6%, dengan sisa 55,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Berdasarkan analisis gender menunjukkan bahwa laki-laki memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan perempuan. Demikian, pengaruh Instagram terhadap literasi politik bergantung juga pada sikap dan pola mahasiswa dalam mengonsumsi media dan karakter pribadi masing-masing.

**Kata Kunci : Instagram @narasinewsroom, Pemilu 2024, Literasi Politik, Generasi Z**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	7
<b>E. Tinjauan Pustaka</b> .....	8
<b>F. Sistematika Penulisan</b> .....	15
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	17
<b>A. <i>Official Account</i> Instagram</b> .....	17
<b>B. Komunikasi Politik</b> .....	19
<b>C. Literasi Politik</b> .....	21
<b>D. Hipotesis</b> .....	23

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
<b>A. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>25</b>
<b>B. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....</b>	<b>25</b>
<b>C. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>27</b>
<b>D. Sumber Data dan Jenis Data.....</b>	<b>29</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
<b>F. Validitas dan Reliabilitas Data .....</b>	<b>33</b>
<b>1. Uji Validitas.....</b>	<b>33</b>
<b>2. Uji Reliabilitas.....</b>	<b>33</b>
<b>G. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>34</b>
<b>1. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana .....</b>	<b>34</b>
<b>2. Variabel Independent (Variabel Bebas) .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Variabel Dependent (Variabel Terikat).....</b>	<b>35</b>
<b>4. Uji Normalitas .....</b>	<b>35</b>
<b>5. Koefisien Determinasi.....</b>	<b>35</b>
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>36</b>
<b>A. Generasi Z.....</b>	<b>36</b>
<b>B. Profil Ilmu Politik FISIP UIN Walisongo .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Instagram Narasi Newsroom .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
<b>A. Identitas Responden.....</b>	<b>51</b>
<b>B. Hasil Kuesioner (X1).....</b>	<b>53</b>
<b>C. Hasil Kuesioner (Y1).....</b>	<b>59</b>
<b>D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>68</b>
<b>1. Uji Validitas.....</b>	<b>68</b>
<b>2. Uji Reliabilitas.....</b>	<b>70</b>

<b>E. Hasil Analisis Data</b> .....	70
<b>1. Uji Normalitas</b> .....	70
<b>2. Uji Hipotesis/Regresi Linier Sederhana</b> .....	71
<b>F. Pembahasan</b> .....	75
<b>1. Analisis Berdasarkan Gender</b> .....	75
<b>2. Analisis Berdasarkan Tahun Akademik</b> .....	75
<b>3. Analisis Berbasis Indikator Komunikasi Politik pada Instagram     @narasinewsroom (Variabel X) dan Indikator Literasi Politik (Variabel Y)...</b>	77
<b>G. Keterbatasan Penelitian</b> .....	81
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....	82
<b>A. Kesimpulan</b> .....	82
<b>B. Saran</b> .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	84
<b>LAMPIRAN</b> .....	90

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Ilmu Politik Tahun Akademik 2019-2022 .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Penelitian Per Tahun Akademik .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabel 3. 3 Nilai Skala Likert .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 4 Kisi Kisi Instrument Penelitian Official Account Instagram @narasinewsroom.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrument Penelitian Literasi Politik.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 5. 1 Uji Validitas Variable Official Account Instagram @narasinewsroom (X) .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 5. 2 Uji Validitas Variabel Literasi Politik Gen Z (Y) .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 5. 3 Output Uji Reliabilitas Variabel Official Account Instagram @narasinewsroom (X).....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 5. 4 Output Uji Reliabilitas Variabel Literasi Politik Gen Z (Y).....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 5. 5 Output Uji Normalitas.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 5. 6 Output Uji F.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 5. 7 Output Uji T .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 5. 8 Output Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 5. 9 Interval Koefisien Tingkat Hubungan .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 5. 10 Koefisien Determinasi Berdasarkan Gender Laki-Laki.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 5. 11 Koefisien Determinasi Berdasarkan Gender Perempuan .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 5. 12 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2019.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 5. 13 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2020.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 5. 14 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2021.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 5. 15 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2022.....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram User Menurut Kelompok Usia.....	2
Gambar 4. 1 Gedung Rektorat UIN Walisongo Semarang.....	39
Gambar 4. 2 Gedung FISIP UIN Walisongo .....	41
Gambar 4. 3 Official Account Instagram @narasinewsroom.....	43
Gambar 4. 4 Struktur Redaksi Narasi Newsroom.....	43
Gambar 4. 5 Konten Narasi Daily Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat .	45
Gambar 4. 6 Konten Narasi Daily Bertagar #Pilpres2024 Berbasis Video Singkat .	45
Gambar 4. 7 Konten Narasi Daily Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar .....	46
Gambar 4. 8 Konten Narasi Daily Bertagar #Pilpres2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar .....	46
Gambar 4. 9 Konten Narasi Explains Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar .....	47
Gambar 4. 10 Konten Buka Data bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat...	47
Gambar 4. 11 Konten Buka Data Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat ..	48
Gambar 4. 12 Konten Buka Mata Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat .	48
Gambar 4. 13 Konten Buka Mata Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat .	49
Gambar 4. 14 Konten Suara Penentu Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat .....	49
Gambar 4. 15 Konten Suara Penentu Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar .....	50
Grafik 5. 1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin .....	52
Grafik 5. 2 Data Responden Menurut Tahun Akademik.....	52
Grafik 5. 3 Peran Jurnalis Sebagai Komunikator Politik Profesional Pada Konten Berita.....	53
Grafik 5. 4 Konten Berita Mengandung Pesan Politik.....	54
Grafik 5. 5 Konten Berita Kreatif Mudah Dipahami .....	55
Grafik 5. 6 Konten Berita Kreatif Menarik .....	56
Grafik 5. 7 Konten Berita Sesuai Karakter Gen Z .....	57
Grafik 5. 8 Konten berita Memberi Efek Politik .....	58
Grafik 5. 9 Konten Berita Mengandung Lima Elemen Komunikasi Politik .....	59
Grafik 5. 10 Literasi Politik Harus Dimiliki Tiap Individu .....	60
Grafik 5. 11 Literasi Politik Ditandai Oleh Pengetahuan, Kesadaran, Dan Partisipasi .....	61
Grafik 5. 12 Mendapatkan Informasi Kontestasi Pemilu 2024 .....	62
Grafik 5. 13 Memahami Masalah Politik Menjelang Pemilu 2024.....	63
Grafik 5. 14 Menumbuhkan Kesadaran Menjadi Warga Negara Yang Baik Menjelang Pemilu 2024 .....	64

<b>Grafik 5. 15 Menilai dan Bereaksi Terhadap Permasalahan Menjelang Pemilu 2024</b>	
.....	65
<b>Grafik 5. 16 Beropini Secara Verbal dan Non-Verbal</b>	66
<b>Grafik 5. 17 Berpartisipasi Dalam Rangkaian Kegiatan Pemilu 2024</b>	67
<b>Grafik 5. 18 Pertimbangan Menggunakan Hak Suara Pada Pemilu 2024</b>	68
<b>Gambar 5. 1 Konten Narasi Daily Memperoleh 1.611 Komentar</b>	80

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 2 Dokumentasi Pengumpulan Data Penelitian.....</b>	<b>96</b>
<b>Lampiran 3 Output Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>98</b>
<b>Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>99</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Secara global, pemilihan umum menggambarkan keragaman budaya, politik dan sosial pada suatu negara. Dengan adanya perbedaan baik signifikan atau tidak, pemilihan umum bertujuan memberi kesempatan bagi tiap warga negara untuk memilih pemerintahan yang mereka inginkan dan menjadi bagian dalam aktivitas demokrasi. Berbeda dengan Amerika Serikat, pemilihan umum yang dilakukan di Indonesia merupakan pemilihan langsung oleh rakyat untuk menentukan siapa presiden yang terpilih.

Pemilihan umum di Indonesia merupakan pemilihan yang diselenggarakan untuk memilih Presiden dan Wakil Presiden, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Pemilihan umum dilaksanakan secara serentak baru kali kedua untuk tahun 2024 nanti. Sebelumnya di tahun 2019, pemilihan yang memuat 5 suara tersebut sudah pernah dilakukan dalam satu hari yang sama dengan artian pemilihan serentak.

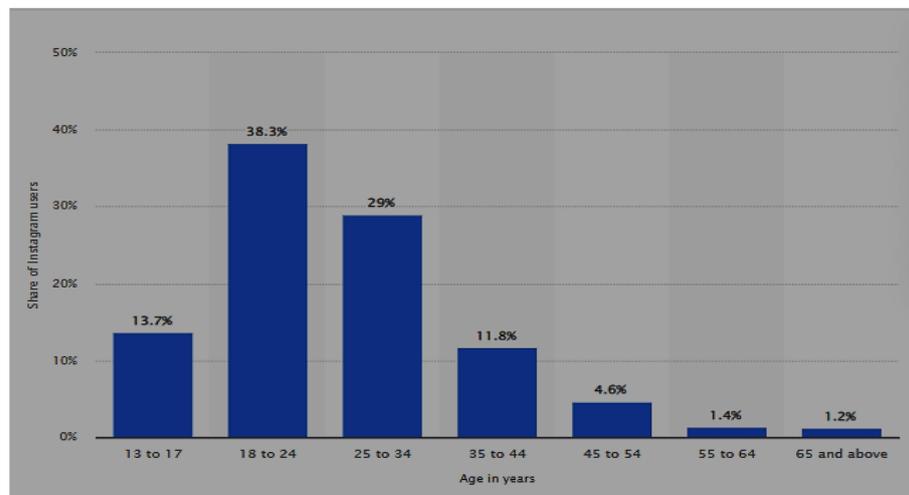
Memasuki tahun-tahun persiapan pemilu 2024, selaku Ketua Komisi Pemilihan Umum (KPU), Hasyim Asy'ari mengumumkan bahwa tahapan pemilihan umum (pemilu) 2024 resmi dimulai sejak 14 Juni 2022. Dilengkapi dengan perilisian Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 yang berisi tahapan dan jadwal penyelenggaraan pemilu 2024 (R. K. Dewi 2022). Telah ditetapkan juga bahwa hari pemungutan suara untuk pemilu 2024 jatuh pada tanggal 14 Februari 2024 (PKPU No 3 Tahun 2022).

Jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada pemilu 2024 mencapai 204.807.222 pemilih yang terdiri dari beberapa generasi. Dikatakan bahwa generasi muda yang telah mendominasi pada data DPT. Generasi tersebut salah satunya sekitar 46.800.161 orang atau setara 22,85% pemilih merupakan generasi Z (Muhamad 2023). Generasi Z adalah kelompok orang dengan tahun kelahiran diantara tahun 1995-2010 (Bencsik, Csikos, and Juhez dalam Putra

2016). Pada pemilu 2019, generasi Z adalah salah satu golongan yang didambakan hak pilihnya oleh kedua pasangan calon (El Qudsi and Syamtar 2020). Bertambahnya tahun di pemilu 2024 nanti, generasi Z juga dikatakan menjadi kelompok generasi muda yang lebih perlu dipikat hak suaranya.

Jika membahas generasi Z, maka tidak luput juga dengan halnya media sosial. Perkembangan teknologi internet tidak bisa dihindari, sebaliknya semakin dibutuhkan di kehidupan masyarakat saat ini. Melalui laporan We Are Social, per Januari 2022 platform Instagram sebagai media sosial dengan penggunaan tertinggi kedua dengan capaian 84,8% (Mahdi 2022). Dari laporan NapoleonCat yang dirilis oleh Statista bahwa pengguna Instagram menurut usia didominasi oleh usia 18-24 tahun dengan presentase 38,3%. Dimana usia tersebut masuk dalam kategori generasi Z (Nurhayati 2022).

*Gambar 1. 1 Instagram User Menurut Kelompok Usia*



*Sumber: Statista.com*

Hubungan antara isu politik, generasi Z dan media sosial Instagram tidak lepas dari peran media massa. Melalui survey Lembaga Penelitian Masyarakat Milenial (LPMM) yang melibatkan 2.181 generasi Z dan milenial di 34 provinsi yang tersebar di Indonesia. Dalam survey menunjukkan sebesar 64,2% gen Z dapat menemukan, menganalisis, dan berpendapat mengenai situasi politik yang sedang hangat bicarakan melalui media sosial, sedangkan 57,7% untuk milenial yang mengikuti situasi politik melalui media sosial (Kaltimtoday

2022). Instagram menjadi media sosial teratas untuk mengakses berita di kalangan generasi Z (Nurlaela 2022). Dapat dikatakan Instagram mampu menjadi ventilator penting bagi generasi Z dalam asupan informasi terkait isu-isu politik (El Qudsi and Syamtar 2020). Kecanggihan fitur yang ditawarkan oleh Instagram saat ini, secara sadar telah dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Lembaga media massa berkembang masuk dalam media Instagram untuk kegiatan penyebaran informasi politik seperti yang dilakukan oleh *official account* Instagram @narasinewsroom.

Narasi Newsroom adalah salah satu program andalan dari PT Narasi Media Pracaya yang diketahui dengan nama startup Narasi.tv serta dikenal juga dengan slogan yang tertera di bio Instagramnya yaitu “#JadiPaham”. Najwa Shihab, Dahlia Citra dan Catharina Davy bersama-sama mendirikan Narasi.tv sejak 2017 sebagai perusahaan berbasis *digital platform* yang berfokus pada jurnalisme dan media massa (Ayu et al. 2021). Melalui podcast BEGINU dengan tema “Menciptakan Narasi sebagai Ruang Anak Muda”, Najwa berkata bahwa:

*“Narasi.tv sejak awal targetnya anak muda, konten-konten kita rancang secara spesifik untuk menjawab kebutuhan anak muda. Bukan hanya dari sisi konten, kita dari dulu percaya bahwa harus ada ruang atau wadah mereka bergerak mengaktualisasikan diri.”*(Muliya and Firdaus 2022)

Dari ungkapan diatas, dapat dimaknai bahwa Narasi ada untuk mendorong generasi muda seperti generasi Z yang dijuluki *digital native* berperan aktif dalam kehidupan sosial masyarakat.

Narasi Newsroom adalah program Narasi yang berfungsi sebagai *news outlet*. Program ini tidak hanya disalurkan melalui kanal website Narasi.tv saja, melainkan memiliki beberapa media sosial untuk menyebarkan informasi lebih luas. Tayangan pada program ini mulai dari lifestyle, hiburan, edukasi, kesehatan, hingga sosial politik yang terjadi baik dalam negeri maupun luar negeri. Pemanfaatan media sosial oleh Narasi dalam program Narasi Newsroom menggunakan media Instagram, Twitter, dan Youtube. Popularitas akun

Instagram @narasnewsroom sejalan dengan banyaknya minat masyarakat sebagai pengguna media sosial tersebut, pertanggal 3 April 2023 *Official Account* Instagram @narasnewsroom telah memiliki ±1.000.000 pengikut. Diikuti oleh media sosial lain dari Narasi Newsroom yaitu Youtube dengan ±983.000 subscribers dan Twitter memiliki ±187.200 pengikut. Melalui data tersebut, *Official Account* Instagram @narasnewsroom menjangkau massa lebih banyak atau bisa dikatakan lebih populer dibandingkan media sosial Youtube dan Twitter.

Sejalan dengan kepopuleran akun Instagram Narasi Newsroom terlihat adanya dorongan dari konten yang disajikan oleh tim jurnalis. Akun tersebut menayangkan beberapa konten Narasi diantaranya: Narasi Daily, Narasi Explains, Buka Data, Buka Mata, Suara Penentu, dll. Melihat *Official Account* Instagram @narasnewsroom, postingan yang mendominasi adalah konten kreatif dalam bentuk video dan foto/teks bergambar baik pada fitur reels atau feed.

Keunggulan dari program Narasi Newsroom dibanding dengan news media lainnya, ditunjukkan dari segi kualitas, rasio, dan intensitas dalam mengunggah konten berita. *News* media seperti IDNTimes dan Liputan6.com, beberapa kali masih menayangkan konten dalam format horizontal dalam Instagram Reels, dimana fitur ini dibuat untuk menyuguhkan video dalam format vertical sehingga lebih nyaman untuk dinikmati oleh *digital native* (Mulier dalam Salsabila, Yudhaprarnesti, and Nusantara Bakry 2023). Selain itu, dalam kurun waktu 24 jam, Instagram Narasi Newsroom dapat mengunggah 6-15 postingan atau konten. Ditambah dengan padupadan teks, gambar dan audio (konsep multimedia) pada konten yang disuguhkan *official account* Instagram @narasnewsroom membuat konten terlihat lebih menarik dari *News* media lainnya yang terkesan *mainstream* (Salsabila, Yudhaprarnesti, and Nusantara Bakry 2023).

Sejak resmi dimulainya tahapan pemilihan umum 2024 pada Juni 2022 lalu, pemberitaan seputar kontestasi politik di media massa aktif bermunculan. Pemberitaan terkait pemilihan umum 2024 yang disediakan pada *Official*

*Account* Instagram @narasinewsroom didominasi oleh tanda tagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024. Penelitian ini berfokus pada konten yang menggunakan dua tagar tersebut dalam kurun waktu dimulainya tahapan pemilu Juni 2022 hingga hari pemungutan suara yaitu 14 Februari 2024. Atas dasar tersebut, Instagram Narasi Newsroom dipilih sebagai media yang hendak diteliti pada penelitian ini

Komunikasi politik terjadi melalui konten-konten berita sosial-politik yang diterbitkan oleh para jurnalis di akun resmi media massa mereka. Konsep komunikasi politik tersebut berupa jurnalis sebagai komunikator profesional, konten berita yang berisi pesan politik, Instagram sebagai media komunikator, generasi Z menjadi sasaran khalayak politik, dan respon publik bagian dari efek politik. Kemudian, postingan-postingan di Instagram secara langsung menghasilkan komunikasi massa untuk dikonsumsi masyarakat pengguna Instagram khususnya generasi Z. Media massa berlaku aktif dalam meliput fenomena politik yang terjadi, sehingga secara signifikan berdampak pada pendidikan politik untuk masa depan (Yodiansyah 2017).

Dalam menumbuhkan kesadaran dan tanggung jawab generasi Z dalam kehidupan bernegara dapat dilakukan melalui media literasi. Sebagai calon pemilih, mereka menerima paparan aktif dari konten media yang menggambarkan kontestan politik tertentu secara positif dapat menarik mereka untuk mendukung tokoh politik tertentu (Nur 2020). Alhasil media sosial menjadi salah satu sarana berpolitik yang dapat memberi peran pada pengembangan melek politik politik masyarakat, serta sejalan dengan pembangunan kualitas demokrasi suatu bangsa (Pradana 2017). Dari pengetahuan politik, kesadaran politik, dan partisipasi politik inilah yang membentuk sebuah literasi politik generasi Z.

Konten bertema pemilihan umum 2024 pada Instagram tidak luput dari perhatian mahasiswa, yang saat ini juga merupakan generasi Z. Dari survey profil internet Indonesia 2022 menunjukkan 99,26% yang berprofesi pelajar dan mahasiswa merupakan pengguna aktif internet. Diikuti dengan alasan penggunaan internet sebesar 98,02% untuk mengakses media sosial (APJII

2022). Menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan, Instagram didominasi oleh pengguna usia mahasiswa yaitu 18-24 tahun. Pada kelompok usia tersebut juga dikategorikan masuk sebagai Daftar Pemilih Tetap yang artinya memiliki hak memilih untuk pemilu 2024. Mahasiswa sebagai pemilih muda dan sebagian pemilih pemula, generasi Z pastinya membutuhkan sebuah saluran untuk mencari informasi politik menjelang pemilu 2024. Media sosial sebagai platform utama yang digunakan pemilih pemula untuk mengenal dan belajar dunia politik khususnya dalam menentukan pilihan calon presiden. Pemilih pemula dikatakan mampu bersikap kritis terhadap berita politik yang mereka konsumsi (Prasetyawan 2020).

Permasalahan pemilu 2024 yang muncul di Instagram tidak awam bagi mahasiswa ilmu politik sebab ilmu-ilmu dasar politik yang dimuat pada mata kuliah memiliki sangkut paut dengan pemilihan umum. Sebagian mahasiswa saat ini merupakan pemilih pemula pada pemilu 2024 dan sebagian lagi merupakan kali kedua dalam pemilihan serentak, sebab mereka berada pada tahun kelahiran 2005-1999. Dalam penelitian ini ditetapkan mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo sebagai subjek penelitian. Dipilihnya Kampus UIN Walisongo sebagai tempat penelitian, untuk mengetahui apakah Instagram @narasinewsroom berpengaruh pada literasi politik generasi Z yang belum pernah dibahas sebelumnya.

Studi terkait instagram dan literasi politik sesungguhnya sudah ada pada penelitian terdahulu, salah satunya dilakukan oleh Siti Zahra Rahmadini (2021) tentang Pengaruh *Official Account* Instagram Tirtoid Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial yang menyatakan bahwa *Official Account* Instagram Tirtoid dipandang sebagai media berita sekaligus edukasi politik yang dilihat dari sisi penyajian informasi, infografis dan gaya bahasa, serta dikatakan berpengaruh baik terhadap literasi politik masyarakat yang mencakup pengetahuan politik, kesadaran politik, dan partisipasi politik.

Kemudian, penelitian terkait Instagram dan komunikasi politik dilakukan oleh Winda Kustiawan, Zulita Mega Aggrany, Rita Damayanti

Silitonga, Rindy Winanti, dan Joni Romaito Rotonga yang membahas akun instagram @narasnewsroom dalam aktivitas komunikasi politik. Literatur ini menunjukkan bahwa Instagram @narasnewsroom berperan sebagai platform penyalur antara komunikator politik dan komunikan yang dipercaya menampilkan berita faktual, sehingga khalayak meyakini bahwa informasi yang disajikan bersih tanpa unsur kepentingan politik dan memberi peluang khalayak untuk dapat beropini secara daring (Kustiawan et al. 2022).

Melalui penjelasan diatas, penelitian terkait Instagram Narasi Newsroom belum banyak dilakukan, terutama dalam pemberitaan politik seputar pemilihan umum 2024. Selain untuk mengisi *gap research* penelitian sebelumnya, juga memberi perbaharuan pada penelitian dan substansi pada bidang media sosial dengan konsep komunikasi politik dan literasi politik. Demikian, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Official Account* Instagram @narasnewsroom Terhadap Literasi Politik Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang diatas, penelitian ini menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Official Account* Instagram @narasnewsroom terhadap literasi politik Generasi Z?
2. Seberapa besar pengaruh *Official Account* Instagram @narasnewsroom terhadap literasi politik Generasi Z?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh *Official Account* Instagram @narasnewsroom terhadap literasi politik Generasi Z.
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Official Account* Instagram @narasnewsroom terhadap literasi politik Generasi Z.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini memberi sebuah motivasi generasi Z mengenai pentingnya literasi politik dan menjadi acuan

ilmiah dalam kajian ilmu politik yang berkaitan dengan kesadaran politik, pengetahuan politik, dan partisipasi politik masyarakat dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Hasil dari penelitian ini memiliki harapan dapat diterapkan oleh pihak universitas dan masyarakat sebagai acuan informasi terkait pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z.

## 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan berkaitan dengan kajian ilmu politik yang berfokus pada konsep komunikasi politik dan literasi politik. Serta memberi wawasan masyarakat terkait dengan bagaimana *Official Account* Instagram @narasinewsroom memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap literasi politik generasi Z.

## E. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian ini khususnya dalam pembahasan akun Instagram Narasi Newsroom terhadap literasi politik generasi Z dapat dikaji melalui tinjauan pustaka ini. Peneliti merujuk pada beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang berdekatan, hal ini memiliki tujuan untuk menemukan celah literatur terdahulu sebagai bahan pembaharuan kajian penelitian. Berikut adalah penelitian terdahulu yang peneliti gunakan:

### 1. Instagram

Pertama, Rani Nuspira melakukan penelitian tentang Instagram @pinterpolitik sebagai media pendidikan politik dari persepsi milenial. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mencermati pandangan mahasiswa dari sisi milenial dalam menjadikan Instagram pinter politik sebagai pembantu proses pendidikan politik mereka. Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan konsep persepsi, media sosial, pendidikan politik dan generasi milenial. Hasil penelitian ini adalah akun Instagram “pinterpolitik” menjadi salah satu rujukan dalam mencari informasi-informasi politik, dilihat dari interaksi mahasiswa-mahasiswa di

Kota Makassar. Akun Instagram “pinterpolitik” telah memberi pengaruh tinggi terhadap pemahaman, minat, ketertarikan terhadap politik dan tindakan-tindakan setelah mengakses akun “pinterpolitik”. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu akun Instagram @pinterpolitik memiliki tiga aspek persepsi meliputi kognisi, afeksi, dan konasi yang saling berinteraksi dan membuktikan adanya peran akun @pinterpolitik dalam proses pendidikan politik generasi milenial (Nuspira 2022).

Kedua, literatur dari Putri Hikari Syaumi terkait pengaruh penggunaan Instagram terhadap partisipasi politik *offline* melalui ekspresi politik media daring. Mempunyai tujuan untuk melihat keadaan interaksi sosial dan akses berita pada penggunaan Instagram dalam mempengaruhi partisipasi politik. Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan metode angket yang difokuskan pada pemilih muda yang merupakan pemilih tetap di Pilgub Jabar 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial dan ekspresi politik media daring memiliki hubungan kuat dan positif, serta penggunaan media sosial dalam mengakses berita juga terbilang positif yang dapat mendorong pemilih muda untuk mengeksresikan diri terkait politik. Secara signifikan ekspresi politik media daring berpengaruh terhadap partisipasi politik *offline* yang dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat ekspresi politik akan membuat tingkap partisipasi politik *offline* meningkat. Kesimpulan penelitian ini dikatakan ada pengaruh penggunaan internet dalam mencari informasi atau mengakses berita di instagram terhadap partisipasi politik *offline* melalui ekspresi politik berupa kegiatan diskusi antar pengguna internet dalam media daring (Syaumi 2018).

Ketiga, penelitian oleh Anastasia Anjani yang mengulik akun Instagram @pinterpolitik sebagai platform literasi digital. Bertujuan dalam menjelaskan dan mendeskripsikan pemanfaatan Instagram oleh Pinter Politik dalam mengomunikasikan literasi politik menjelang pilpres 2019 pada milenial. Jenis penelitian yang diterapkan deskriptif kualitatif dengan konsep *social media use*, media sosial dan pengetahuan politik, serta literasi digital. Literasi politik dalam Instagram @pinterpolitik dilakukan dalam

tiga cara yaitu (1) pengetahuan dikemas dengan infografis sesuai dengan kebutuhan informasi calon pemilih, (2) keterampilan dilakukan jurnalis dengan menerapkan jurnalisme interpretic, dan (3) sikap Pinter Politik dengan memanfaatkan fitur polling untuk melihat kecenderungan pembaca pasca fenomena pilpres. Kesimpulan literatur ini ialah akun Instagram @pinterpolitik mengkolaborasikan literasi digital dengan literasi politik, terlihat dari konten dan konteks yang dibawa merujuk pada pendekatan fenomena kemudian dievaluasi dalam berbagai portal media online dengan penyajian berupa infografis (Anjani 2019).

Keempat, penelitian yang dilakukan Jerry Indrawan, Ruth Elfrita Barzah, dan Hermina Simanihuruk mengenai Instagram sebagai media komunikasi politik bagi generasi milenial. Bertujuan dalam menjelaskan bagaimana generasi milenial menjadikan media instagram sebagai platform kegiatan politik khususnya dalam komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta konsep media sosial dan komunikasi politik. Penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial berperan penting sebagai pemegang kontrol manajemen dan reformasi birokrasi. Selain youtube, twitter, dan facebook, kepopuleran instagram dengan pengguna terbanyak mendorong instagram sebagai fasilitator utama yang mampu mengontrol manajemen, sehingga membuat generasi milenial merasa mudah untuk berkomunikasi terhadap setiap orang di seluruh penjuru dunia. Kesimpulannya, kemudahan akses dan rendahnya biaya menjadikan instagram sebagai media komunikasi politik karena dapat memberikan generasi milenial informasi yang dibutuhkan serta menjadi tempat penyalur aspirasi, opini, dan pemikiran mereka (Indrawan, Barzah, and Simanihuruk 2023)

Kelima, Devianti Anggraini, Aang Wahyu Ariesta, A.G Eka Wenats Wuryanta melakukan penelitian terkait pengaruh penggunaan Instagram terhadap partisipasi politik pemilih pemula. Bertujuan untuk melihat seberapa jauh dampak Instagram sebagai media sosial dalam mempengaruhi pemilih pemula pada pilpres 2019. Menggunakan pendekatan kuantitatif

dengan metode survei, penelitian ini dilakukan dengan konsep media. Lokasi penelitian ini terletak pada Universitas Paramadina Fakultas Falsafah dan Peradaban Jurusan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media secara positif mampu mempengaruhi sikap politik dengan tolak ukur frekuensi, durasi, dan intensitas penggunaan Instagram. Sehingga semakin besar frekuensi, durasi sekaligus intensitas mahasiswa dalam menggunakan instagram maka sikap dan kontribusi mahasiswa dalam kegiatan politik khususnya pada pemilihan presiden 2019 meningkat. Tingginya sikap dan kontribusi inilah yang menunjukkan partisipasi politik mahasiswa Paramadina tahun 2015 dan 2016. Simpulan dari penelitian ini secara signifikan variabel penggunaan media jejaring Instagram memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi politik remaja, walaupun terbilang tidak besar (Anggraini, Ariesta, and Wuryanta 2022).

## 2. Literasi Politik

Keenam, penelitian oleh Rayhan Musa dan Doddy Rusmono mengangkat masalah pengaruh Instagram terhadap literasi politik siswa. Bertujuan untuk mengungkap bagaimana pengaruh Instagram sebagai media untuk memahami realitas literasi politik pada kalangan siswa SMA Negeri 3 Batam. Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif deskriptif dengan konsep media, pengetahuan politik, dan partisipasi politik. Siswa SMAN 3 Batam menyatakan sebesar 52% mendapatkan informasi politik melalui media sosial Instagram, dan 76% menyetujui bahwa pemanfaat media sosial Instagram dapat memberi pemahaman dan pengetahuan politik. Kemudian, 73% responden setuju terhadap adanya pengetahuan mengenai istilah-istilah baru politik, serta mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju atas pembuatan keputusan dan partisipasi politik dalam pemilihan. Kesimpulan dari literatur ini yaitu media sosial khususnya Instagram dapat mengembangkan literasi politik dalam tiga kategori: kesadaran akan pengetahuan politik, pemahaman istilah baru dalam politik,

dan percaya serta yakin dalam partisipasi politik (Novian and Rusmono 2021).

Ketujuh, penelitian seputar pengaruh literasi politik terhadap partisipasi politik dilakukan oleh Huzaifa Katarudin dan Nora Eka Putri. Mengantongi tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi politik terhadap partisipasi politik pemilih pemula dalam pilkada 2018 Kota Pariaman. Penelitian ini menerapkan metode survey dengan pendekatan kuantitatif serta konsep literasi politik, pemilih pemula, dan partisipasi politik. Hasil dari penelitian ini bahwa literasi politik memberi pengaruh secara signifikan terhadap partisipasi pemilih pemula Kota Pariaman pada pilkada 2018, dengan empat indikator berupa kebutuhan informasi, strategi pencarian/pemahaman calon, mengomunikasikan informasi, dan evaluasi proses politik. Kesimpulannya, literasi politik yang didapatkan oleh pemilih pemula melalui teknologi komunikasi elektronik seperti penggunaan gadget atau tablet untuk menerima informasi politik, berpengaruh signifikan terhadap partisipasi politik di pemilukada (Katarudin and Putri 2020).

Kedelapan, Muh Fathoni Hasyim meneliti fenomena literasi politik komunitas Samin di Bojonegoro. Bertujuan dalam menjawab bagaimana literasi politik komunitas Samin untuk mengemukakan aspirasinya pada pemilihan umum dalam perspektif fiqh siyasah. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan konsep literasi politik, pemilu, dan perspektif fiqh siyasah. Literatur ini memaparkan bahwa tingkat literasi politik masyarakat Samin di Desa Margomulyo Kabupaten Bojonegoro mengalami peningkatan terlihat dari rasa antusias masyarakat dalam menggunakan hak pilih pada pilkada, pilpres, dan pileg. Dalam menentukan arah pilihan aspirasi politik, masyarakat Samin mengadakan musyawarah yang diketuai oleh ketua adat. Praktik musyawarah tersebut merupakan realisasi dari prinsip syura dalam Islam. Diikuti perkembangan zaman, tradisi tersebut tetap berlaku, tetapi hasil yang didapat tidak mengikat masyarakat dalam mengambil keputusan, sehingga masyarakat Samin memiliki kebebasan atas pilihan masing-masing. Kesimpulan penelitian ini, adanya kegiatan musyawarah

menciptakan dialog antar individu dalam komunitas Samin berdampak pada literasi politik yang lebih progresif dan dinamis. Kemudian, penggunaan hak pilih dalam pemilu menghasilkan partisipasi politik masyarakat Samin sesuai dengan amar makruf nahi mungkar (Hasyim 2020).

Kesembilan, penelitian atas masalah pesan politik terhadap peningkatan literasi politik dilakukan oleh Bakhtiar Rosadi, Cecep Darmawan, dan Leni Anggraeni. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur besaran pengaruh pesan politik dalam media sosial terhadap peningkatan literasi politik generasi milenial. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan konsep pesan politik, komunikasi politik, dan literasi politik. Penelitian yang berlokasi di Universitas Pendidikan Indonesia menghasilkan adanya pengguna aktif media sosial sebesar 89,4% dari jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pesan politik dalam media sosial pada peningkatan literasi mahasiswa UPI mencapai 77,5%. Cara penyampaian pesan politik dengan pendekatan humor dan penggunaan media sosial yang dilakukan oleh pemerintah, partai, sekolah, dan agen politik mampu memberi pandangan politik generasi milenial. Kesimpulannya, bahwa pesan politik yang disampaikan melalui media sosial dapat memengaruhi keputusan generasi milenial dalam menentukan pilihan politik. Kemudian, informasi politik yang diterima mampu memberi kesadaran hak dan kewajiban politik, serta partisipasi politik baik hak pilih maupun dalam beropini. Ketiganya merupakan bagian dari literasi politik, maka dapat dikatakan pesan politik berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan literasi politik mahasiswa UPI (Rosadi, Darmawan, and Angraeni 2020).

Kesepuluh, penelitian dari Mohamad Firman Hadi mengkaji tentang literasi politik pada media sosial Youtube. Literatur ini memiliki tujuan mengetahui literasi politik yang dilakukan oleh Asumsi melalui kanal Youtube. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis, dilengkapi konsep literasi politik dan konsolidasi demokrasi. Hasil dari literatur ini terdapat sebelas playlist dalam kanal

Youtube Asumsi yaitu #MillennialMenjawab, Asumsi Kolektif, Pangeran Mingguan, Dengerin Dong!, Special Report, Asumsi Flash, #AsumsiLive, Asumsi Original, #AsumsiMono, Asumsi Daily, dan Asumsi Class. Dari 11 playlist tersebut telah di analisis yang menunjukkan adanya pengetahuan politik, dorongan aktif, dan partisipasi politik dari konten Youtube Asumsi. Media sosial sebagai kesadaran politik dilihat dari penyajian konten video Asumsi, dimana dominasi playlist berada pada kategori pengetahuan politik yang membahas isu-isu politik secara mendasar. Kesimpulan penelitian ini adalah lima dari sebelas playlist telah masuk dalam kategori literasi politik yang mampu memberi pengetahuan, kesadaran, dorongan aktif, dan partisipasi atas politik khususnya pada generasi milenial. Dengan begitu, tim Asumsi sebagai komunikator dari literasi politik mampu menjadikan Youtube sebagai media dalam menyebarkan informasi yang berdampak pada gerakan sosial di media sosial (Hadi 2019).

Berdasarkan beberapa literatur diatas, peneliti ingin melengkapi penelitian terdahulu dengan objek penelitian yang belum pernah diteliti sebelumnya. Dikarenakan peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dari sudut pandang yang berbeda. Adapun penelitian dari Anastasi Anjani yang berjudul Akun Instagram @PinterPolitik sebagai Platform Literasi Digital. Memiliki perspektif yang sama yaitu media massa di Instagram. Namun penelitian tersebut dilakukan menggunakan akun Pinter Politik dengan pendekatan penelitian kualitatif, sementara penelitian ini berfokus pada akun Narasi Newsroom dengan pendekatan penelitian kuantitatif, serta melihat dari sisi generasi Z dan pemberitaan pemilu 2024 sebagai sarana komunikasi politik professional yang dilakukan oleh lembaga pers.

Selain itu, Bakhtiar Rosadi, Cecep Darmawan, dan Leni Anggraeni dengan penelitian pengaruh pesan politik dalam media sosial terhadap peningkatan literasi politik generasi milenial, memiliki kesamaan dalam menerapkan metode kuantitatif tetapi penggunaan media sosial masih dikatakan umum, sementara penelitian ini menggunakan akun Instagram @narasinewsroom dan lokus penelitiannya berada di Kampus Fisip UIN

Walisongo. Penelitian-penelitian yang sudah ada belum secara spesifik mengkaji keterkaitan pemberitaan isu pemilu 2024 melalui instagram terhadap literasi politik generasi Z dimana generasi Z merupakan calon pemilih yang diprediksi mendominasi pada ajang pemilu 2024.

Demikian halnya, tinjauan pustaka tersebut bermanfaat dalam memberi acuan dan pertimbangan penelitian ini. Peneliti bermaksud untuk mengisi celah penelitian sebelumnya dengan mengkaji bagaimana pengaruh *official account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan karena hendak menggunakan pemberitaan seputar pemilu 2024 sebagai konsep komunikasi politik dalam melihat bagaimana pengaruh konten atau postingan yang disuguhkan Instagram Narasi Newsroom dapat berpengaruh terhadap literasi politik generasi Z.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab, hal ini dilakukan agar memberikan pemahaman yang mudah dipahami dan dimengerti sehingga ditulis secara sistematis, Untuk penjelasan lanjutnya, sistematika penulisan skripsi ini yaitu:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KERANGKA TEORI**

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan konsep *Official Account* Instagram @narasinewsroom, Konsep Komunikasi Politik, dan Literasi Politik.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hal-hal yang meliputi: populasi dan sampel, tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV PROFIL FISIP UIN WALISONGO DAN GAMBARAN UMUM INSTAGRAM NARASI NEWSROOM**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hal-hal yang meliputi: profil Fisip UIN Walisongo, profil Narasi Newsroom, gambaran berita pemilihan umum 2024 di *Official Account* Instagram @narasinewsroom.

#### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian dan juga analisis dari data yang telah ditemukan.

#### **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini peneliti memberikan saran dan juga kesimpulan dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI**

#### **A. *Official Account Instagram***

Instagram merupakan aplikasi media sosial berbasis foto dan video yang secara gratis dapat di instal pada perangkat Ios maupun Android, serta dapat diakses gratis melalui website untuk semua gadget. Instagram memiliki layanan yang memberikan akses penggunanya untuk mengunggah foto atau video dan membaginya ke pengikut atau ke beberapa akun tertentu. Pengguna difasilitasi untuk melihat, menyukai, dan mengomentari postingan akun lain di Instagram (Meta 2023).

Dalam Atmoko (2012), Instagram dituturkan sebagai media sosial yang memiliki kemiripan fungsi dengan Twitter, tetapi berbeda saat pengambilan foto atau video dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi pada sesama pengguna. Dengan perkembangan teknologi, fitur yang disediakan oleh Instagram mulai bervariasi. Dari home page, comment, explore, profile, caption, hashtag, mentions, location, follow, dan like. Kemudian di masa kini fitur layanan bertambah dengan adanya *stories*, *highlight*, *direct message*, notifikasi, *reels*, *live*, hingga *shop*.

Kata “*official account*” berasal dari Bahasa Inggris yang artinya akun resmi, sehingga makna dari *official account* Instagram adalah akun resmi Instagram yang dimiliki secara personal atau kelompok tertentu. Adanya kutipan akun resmi dimaksud untuk menghindari dan memberikan perbedaan dengan akun-akun mirip bersifat bodong yang dibuat oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab, serta memberi validasi bahwa postingan yang akan dibagikan pada akun resmi dapat dipertanggung jawabkan oleh pemilik akun media.

Di ranah politik, media sering dikatakan menjadi pilar keempat demokrasi setelah tiga pilar lainnya yaitu eksekutif, yudikatif, dan legislatif (Hajad 2018). Mengacu dalam buku *An Introduction to Political Communication*, menjelaskan bahwa ada lima peran media secara ideal untuk menciptakan kehidupan demokrasi. Pertama, sebagai pemberi

informasi mengenai suatu kejadian. Kedua, sebagai pemberi edukasi masyarakat mengenai kejadian di lapangan. Ketiga, wadah politik sebagai peracik agenda politik yang dapat mempengaruhi opini publik. Keempat, sebagai pengawas atau pemantau pemerintah. Terakhir, berperan dalam mengadvokasi beberapa pandangan politik (McNair 2011).

*Official Account* Instagram @narasinewsroom merupakan media sosial dari program Narasi Newsroom yang berperan aktif menyajikan informasi banyak hal dari dalam negeri maupun luar negeri. Berkaitan dengan peran media dan menujunya pesta demokrasi pada tahun 2024 mendorong pengadaaan informasi seputar pemilihan umum 2024 oleh lembaga media seperti Narasi.tv. Pemberitaan seputar pemilu 2024 mulai aktif berumunculan ketika tahapan Pemilu 2024 resmi dimulai pada Juni 2022. Konten berita disajikan dengan memuat informasi dan edukasi yang dikemas sebagai wadah politik sekaligus pengawas pemerintah dan memperlihatkan advokasi dari beberapa pandangan politik.

Instagram Narasi Newsroom menjadi bagian dari Narasi.tv menyajikan konten yang didominasi dalam suguhan video dan teks bergambar pada fitur feed maupun reels yang biasanya diunggah sebagai konten bertajuk “Narasi Daily”, “Buka Mata”, “Buka Data” hingga “Narasi Explains”. Tergolong sebagai media berbasis siber, konten yang diposting dalam Instagram @narasinewsroom dilengkapi oleh tagar untuk nunjang isu yang sedang dibahas. Pada berita seputar pemilihan umum 2024, peneliti akan berfokus melakukan penelitian pada konten atau postingan yang dimuat dengan dua tagar yang sering digunakan pada tema pemilu 2024 yaitu #Pemilu2024 dan #Pilpres2024.

Komunikasi politik melalui jejaring media sosial (seperti Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, dll) dimudahkan dengan keterhubungannya terhadap unsur tekstual, citra visual, dan verbal (Tosepu 2018). Komunikasi politik adalah cara mengutarakan pesan berunsur politik yang bermaksud mempengaruhi publik. Kemunculan media sosial khususnya Instagram dimanfaatkan sebagai medium komunikasi oleh pemerintah, partai politik,

aktivis, dan professional (Alam 2021). Instagram resmi Narasi Newsroom dengan *username* @narasinewsroom menjadi salah satu alat komunikasi politik jurnalis Narasi Newsroom dalam menyebarkan informasi. Kegiatan komunikasi politik dalam penyebaran pesan politik pada berita pemilu 2024 yang disajikan oleh Narasi Newsroom bertujuan untuk mempengaruhi publik.

## **B. Komunikasi Politik**

Maswadi Rauf berpendapat bahwa “komunikasi politik merupakan kegiatan politik dalam penyampaian pesan-pesan yang bercirikan politik oleh aktor-aktor politik ke pihak lain” (Setiawan 2019). Kemudian, Noris (2004) menuturkan komunikasi politik berarti proses interaksi dalam peralihan informasi diantara politisi, media berita, dan publik. Dalam Jamieson dan Kenski (2017) mendefinisikan komunikasi politik *as*:

*“making sense of symbolic exchanges about the shared exercise of power” and “the presentation and interpretation of information, messages or signals with potential consequences for the exercise of shared power”.*

Artinya, pemahaman mengenai pertukaran informasi, pesan, atau sinyal yang mengandung simbol-simbol berkaitan dengan pelaksanaan kekuasaan bersama. Dari tiga pendapat tokoh tersebut, komunikasi politik dapat diartikan sebagai informasi-informasi yang mengandung pesan politik dapat memicu pemahaman masyarakat terkait situasi politik.

Terdapat empat point yang dikutip oleh Heryanto (2018) dari pendapat Blumler dan Gurevitch mengenai komponen yang menjadi perhatian kajian sistem komunikasi politik yaitu; (1) institusi politik dengan aspek-aspek komunikasi politiknya, (2) institusi media dengan aspek-aspek komunikasi politiknya, (3) orientasi khalayak terhadap komunikasi politik, dan (4) aspek-aspek komunikasi yang relevan dengan budaya politik. Dari empat komponen tersebut, media sosial Instagram dengan nama pengguna @narasinewsroom merupakan bagian dari aspek komunikasi politik institusi media massa, sesuai dengan pendapat point kedua.

Dalam Nimmo (1993) dan Nimmo, Surjaman, and Rakhmat (2006), menyebutkan 5 (lima) elemen dasar komunikasi politik yang meliputi:

1. Komunikator politik

Ada 3 komunikator utama dalam komunikasi politik yaitu politisi, komunikator profesional, dan aktivis. Diantara ketiga komunikator tersebut, media massa berkaitan erat dengan komunikator profesional karena jurnalis bertugas sebagai karyawan media berita yang meracik symbol dan bahasa serta menyalurkan sikap, minat, pengetahuan dari sumber berita untuk khalayak.

2. Pesan politik

Pesan politik diartikan sebagai isu-isu yang disampaikan komunikator politik terhadap komunikan. Isu-isu tersebut dikemas terlebih dahulu kemudian menghasilkan pesan politik yang diterima oleh komunikan dan dipercaya memiliki feedback pada tiap individu (Mufti 2013). Salah satu isu politik yang sedang rutin dibicarakan adalah seputar berita pemilu 2024.

3. Media komunikasi politik

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal melainkan bisa secara non-verbal melalui gambar, simbol, atau tindakan yang mengandung informasi. Terdapat tiga sifat saluran komunikasi politik yaitu komunikasi interpersonal (satu kepada satu baik tatap muka atau berperantara), komunikasi organisasi (satu dan satu kepada banyak), dan komunikasi massa (satu kepada banyak). Salah satu media yang menarik dan mulai diterapkan oleh beberapa redaksi berita dan salurannya bersifat komunikasi massa adalah konten politik kreatif berupa video dan teks bergambar.

4. Khalayak politik;

Khalayak diartikan juga sebagai audiens atau komunikan, yang berperan sebagai penerima pesan dari komunikator politik

baik dengan mendengar, menonton atau menyimak pesan. Selain itu, khalayak dianggap sebagai sejumlah orang yang bertindak atau cenderung bertindak (Syarbaini, Nur, and Anom 2021). Kemudian dari penerimaan pesan atau tindakan tersebut menimbulkan sebuah opini publik. Saat ini, generasi Z menjadi salah satu target new media karena mendominasi pada penggunaan internet di Indonesia.

#### 5. Efek politik

Ada empat efek politik yaitu sosialisasi politik, partisipasi politik, memiliki pengaruh pada pemilu dan memengaruhi pejabat dan kebijakan publik. Efek-efek tersebut dapat dikatakan bahwa pesan politik yang didapat dari sumber dapat membentuk sebuah penerimaan atau penolakan dari publik.

### **C. Literasi Politik**

Menurut Denver dan Hands (1990) literasi politik adalah pemahaman dan pengetahuan mengenai proses dan isu-isu politik yang nampaknya membuat orang ingin berperan aktif dan efektif sebagai warga negara. Dikutip dari *Essays on Citizenship*, Bernard Crick (2000) mendefinisikan literasi politik secara sederhana sebagai pemahaman praktis mengenai konsep-konsep yang didapat dari kehidupan sehari-hari dan bahasa. Pemahaman seputar isu utama politik, keyakinan para tokoh politik serta bagaimana keinginan mereka untuk memengaruhi masyarakat. Crick beranggapan bahwa literasi politik bukan sekedar pengetahuan politik, melainkan luas yang mencakup senyawa pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Kedua tokoh tersebut memberikan kesimpulan, bahwa literasi politik merupakan usaha yang dilakukan dalam rangka membentuk warga negara yang berpartisipasi aktif dalam kehidupan politik, sekaligus membekali tiap individu dengan pemahaman dan kesadaran politik yang mumpuni.

Kegiatan melek politik di Indonesia telah ditanamkan sejak bangku sekolah dasar melalui mata pelajaran pendidikan kewarganegaraan. Selain dibentuk secara formal di lingkup sekolah atau perguruan tinggi, literasi

politik dapat dibentuk secara non-formal melalui media, keluarga, dan organisasi masyarakat. Media massa menjadi bagian dari media yang berperan aktif dan mampu memberikan literasi politik terhadap warga negara melalui berita dan informasi (Bakti et al. 2017). Menjelang pemilu, literasi politik sangat dibutuhkan oleh seluruh masyarakat. Tidak hanya seputar mekanisme pemilihan, tetapi juga mengenai proses, tokoh politik, dan kontestan pemilu. Calon pemilih yang memiliki literasi politik yang baik, mereka mampu secara rasional dan mandiri memilih figure dan partai tertentu (Pontes, Henn, and Griffiths 2017).

Dalam Madhok (2005) dipaparkan 4 (empat) elemen dalam literasi politik. Pertama, kehirauan dan kesadaran pentingnya aktivitas dan institusi politik, kewenangan, serta perannya. Kedua, kemampuan untuk membuat opini dan otonomi posisi dalam proses politik dalam rangka menghasilkan suatu outcome politik. Ketiga, pengetahuan mengenai kebijakan, perencanaan dan anggaran pemerintah untuk pembangunan dan pelayanan publik. Terakhir, partisipasi dalam kegiatan politik (Rahmadini 2021). Dari empat pernyataan tersebut, diambil kesimpulan bahwa ada tiga unsur utama yang dapat digunakan sebagai indikator atau tolak ukur dalam literasi politik yaitu:

1. Pengetahuan politik (political knowledge)

Sebagai pangkal dari literasi politik, pengetahuan mengenai politik beserta nilai-nilai konstitusi negara dapat membentuk sikap dan perilaku individu terhadap sistem politik, kemudian mempengaruhi kualitas demokrasi warga negara. Maka dapat dikatakan bahwa pengetahuan politik dihasilkan dari pendidikan politik yang diperoleh secara formal maupun non-formal tiap individu. Di saat seseorang berpartisipasi dalam kehidupan politik maka ia memiliki pengetahuan politik yang mumpuni. Karena seseorang yang minim pengetahuan politik dapat dengan mudah dimanipulasi atau dimanfaatkan oleh aktor-aktor politik (Gatara and Nurjaman 2017).

## 2. Kesadaran politik (political awareness)

Menurut Surbakti (2010), kesadaran politik merupakan kesadaran mengenai hak dan kewajiban individu sebagai warga negara. Hal ini berkaitan dengan pengetahuan, minat, dan perhatian individu terhadap masyarakat dan lingkungan politik di sekitar tempat tinggal. Memiliki keterkaitan dengan pengetahuan politik, yang mana pengetahuan ini akan mempengaruhi kemampuan tiap individu dalam memahami isu-isu politik sehingga menghasilkan sebuah kesadaran politik.

## 3. Partisipasi politik (political participation)

Umumnya, partisipasi politik dimaknai sebagai tindakan yang tidak hanya mengamati dan menilai, melainkan juga melakukan hubungan dan bertukar pesan dengan pihak pemerintahan dan non-pemerintahan. Partisipasi dapat dikategorikan dalam berbagai sudut pandang, menurut tipe dan distribusi dibagi menjadi 2 (dua) yaitu partisipasi dalam pemilu (pemberian suara, identifikasi partai politik, hingga ikutserta dalam kampanye) dan partisipasi selain dalam pemilu (mengikuti informasi politik, ikut organisasi politik dan ikut serta dalam urusan pemerintahan lainnya) (Herman 2013).

Adapun partisipasi ekspresif yang merupakan bentuk partisipasi politik yang melibatkan ekspresi pemikiran politik. Hal ini dapat berupa penggunaan media sosial sebagai penyalur partisipasi ekspresif melalui pesan instan dan diskusi. Selain dapat dilakukan secara daring, diskusi politik seperti beropini dapat dilakukan secara luring yaitu tatap muka atau langsung (Intyaswati 2022). Dan jenis penyampainnya bisa melalui verbal maupun non-verbal.

## **D. Hipotesis**

Bungin (2013) mengatakan hipotesis adalah suatu kesimpulan yang belum sempurna atau masih kurang, yang diperlukannya penyempurnaan melalui pembuktian dalam wujud penelitian. Hipotesis juga disebut sebagai jawaban sementara. Pada dasarnya, hipotesis merupakan jawaban dari

permasalahan pada rumusan masalah yang kemudian kebenaran dari hipotesis diuji secara empiric menggunakan data di lapangan (Abdullah 2015).

Penelitian ini menggunakan hipotesis parsial (uji T) memiliki manfaat dalam mengamati pengaruh variable bebas saat mempertimbangkan variable terikat secara parsial pada penelitian kuantitatif (Ghozali 2013). Lain hal, uji hipotesisi serentak (Uji F) diterapkan guna mengetahui apakah variable independent (X) dapat mempengaruhi variable dependen (Y) secara bersama-sama atau simultan (Ghozali 2006). Berikut hipotesisi penelitian ini yaitu:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik Generasi Z

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik Generasi Z

Keterangan: H<sub>0</sub> ditolak, jika nilai signifikan < alpha 5%

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana data yang dibutuhkan berupa data kuantitatif atau data lain yang dapat dikuantitatifkan sehingga dapat diolah dengan teknik statistik (Ibrahim et al. 2018). Dengan jenis penelitian kuantitatif korelasional sesuai dengan rumusan masalah yang memiliki sifat hubungan antara dua variable. Tujuannya untuk mengetahui hubungan dari suatu variabel dengan variabel lain atau menemukan sebuah prediksi dari hubungan tersebut (Baskara 2021).

Metode penelitian ini menerapkan metode survey yang dapat mendeskripsikan data yang didapat mengenai opini, keyakinan, karakteristik, dan perilaku hubungan variable serta untuk menguji hipotesis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu (Sugiyono 2018). Peneliti membuat pertanyaan melalui kuesioner tertutup sesuai dengan indikator-indikator dari konsep dan teori yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

### **B. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

Definisi konseptual adalah penjelasan konsep atas variabel-variabel atau aspek utama tema dalam penelitian yang dibuat dengan dasar teori-teori yang digunakan (Elizabeth et al. 2021). Peneliti mendeskripsikan makna dari dua variabel penelitian ini sebagai berikut:

1. *Official Account* Instagram @narasinewsroom

Sebagai situs berita online, Narasi Newsroom seperti media berita lain yang juga memanfaatkan berbagai media sosial dalam menyebarkan informasi kepada khalayak umum. Media sosial yang dimiliki Narasi Newsroom diantaranya Instagram, youtube dan twitter. Dari ketiga media sosial tersebut, peneliti memfokuskan penelitian ini pada Akun Instagram Narasi Newsroom yang menggunakan username @narasinewsroom. Postingan Instagram Narasi Newsroom didominasi dengan bentuk konten kreatif berupa video dan teks bergambar sebagai

penunjang penyampaian informasi. Instagram @narasinewsroom beserta elemen-elemen komunikasi politiknya menjadi salah satu dari aspek komunikasi politik sebuah institusi atau lembaga media Narasi.

## 2. Literasi Politik

Denver dan Hands (1990), literasi politik dimaksud sebagai pemahaman dan pengetahuan mengenai proses dan isu-isu politik yang pada akhirnya memungkinkan tiap individu sebagai warga negara berperan secara aktif dan efektif. Secara kompleks, literasi politik menyatu dalam perpaduan pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Menjadi sebuah ekspresi dari pendidikan politik, literasi politik bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan politik dan kesadaran politik agar publik berperan menjadi *good participant* dalam sistem politik (Kantaprawira 2004).

Definisi operasional adalah penjelasan praktis pada variabel-variabel yang diteliti, yang mendeskripsikan tolak ukur yang dapat dioperasionalkan ke bentuk instrumen-instrumen untuk mengukur fenomena yang diteliti (Elizabeth et al. 2021). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. *Official Account* Instagram @narasinewsroom

Narasi Newsroom saat ini mempunyai kurang lebih 1 juta pengikut di Instagram. Dalam akun instagramnya, Narasi Newsroom menyampaikan informasi yang berfokus pada isu-isu sosial politik mulai dari lingkup nasional hingga internasional. Akun Instagram Narasi Newsroom juga bisa dikatakan sebagai saluran *political education* dikarenakan postingan yang diproduksi memuat informasi-informasi penting dan menarik seperti informasi politik pada isu pemilihan umum 2024. Sebagai wadah penyaluran berita politik, Instagram @narsinewsroom memiliki indikator-indikator komunikasi politik didalamnya yang dapat diidentifikasi. Menurut Nimmo (1993) ada 5 (lima) elemen dasar komunikasi politik yaitu:

- a. komunikator politik
- b. pesan politik

- c. media komunikasi politik
- d. khalayak politik
- e. efek politik

## 2. Literasi Politik

Dalam studi ilmu politik, literasi politik menjadi sebuah keharusan yang dimiliki oleh warga negara sebagai bekal untuk memenuhi hak dan kewajibannya di kehidupan demokrasi. Maka mengacu pada pernyataan Madhok (2005) mengenai empat indikator literasi politik, yakni berupa: (a) kehirauan dan kesadaran pentingnya aktivitas dan institusi politik, kewenangan, serta perannya; (b) kemampuan untuk membuat opini dan otonomi posisi dalam proses politik dalam rangka menghasilkan suatu outcome politik; (c) pengetahuan mengenai kebijakan, perencanaan dan anggaran pemerintah untuk pembangunan dan pelayanan publik; (d) partisipasi dalam kegiatan politik. Dari pernyataan tersebut, dapat diambil 3 (tiga) unsur utama literasi politik sebagai tolak ukur yang dapat diidentifikasi yaitu:

- 1) Pengetahuan politik (political knowledge)
- 2) Kesadaran politik (political awareness)
- 3) Partisipasi politik (political participation)

## C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah umum yang masuk menjadi objek dan subjek berkualitas dan berkarakteristik tertentu, selanjutnya dengan ketetapan peneliti digunakan untuk analisa dan pengambilan kesimpulan (Sugiyono 2009). Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa-mahasiswi S-1 Ilmu Politik UIN Walisongo dari Angkatan 2019-2022. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui data akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terdapat 486 mahasiswa/i ilmu politik.

*Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Ilmu Politik Tahun Akademik 2019-2022*

No	Tahun Akademik Mahasiswa/i	Laki-Laki	Perempuan	Total
1.	2019	54	68	122

2.	2020	42	42	84
3.	2021	63	69	132
4.	2022	76	72	148
<b>Jumlah mahasiswa/i 4 (empat) Angkatan</b>				<b>486</b>

Sumber: Data Akademik Fisip, diolah oleh peneliti 2023

Sampel merupakan unit-unit populasi yang terpilih. Dalam menentukan sampel penelitian ini diterapkan rumus Slovin, dengan rumus perhitungan seperti berikut (Abdullah 2015):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : presisi (ditetapkan 10% dengan tingkat keyakinan/*confident* 90%)

Sesuai dengan rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel dengan:

$$n = \frac{486}{1+(486)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{486}{5,86} = 82,9$$

Dengan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan oleh penelitian ini dan merupakan hasil dari pembulatan yaitu 83 mahasiswa/i Ilmu Politik UIN Walisongo angkatan 2019-2022. Kemudian, peneliti menerapkan teknik *non-probability* sampling yaitu teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang yang sama pada tiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2014). Dalam teknik *non-probability* sampling, peneliti menggunakan *purposive* sampling sehingga berhak mempertimbangkan partisipan mana yang menjadi objek penelitian sesuai data yang diperlukan. Dalam penelitian ini partisipan yang dipilih sesuai karakteristik yaitu mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo angkatan 2019-2022 (usia 18-24 tahun) sebagai pengikut Instagram @narasinewsroom atau pernah menyimak konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada Instagram @narasinewsroom dan terdaftar pada Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pemilu 2024. Sampel yang

ditentukan peneliti adalah perwakilan dari masing-masing angkatan dengan perhitungan sampel menggunakan rumus berikut.

$$\text{Sampel per angkatan} = \frac{\text{populasi per angkatan}}{\text{total populasi}} \times \text{total sampel}$$

*Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Penelitian Per Tahun Akademik*

<b>Tahun Angkatan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>	<b>Jumlah Sampel</b>
2019	122	21
2020	84	14
2021	132	23
2022	148	25
<b>Total</b>	<b>486</b>	<b>83</b>

*(Diolah oleh peneliti, 2023)*

#### **D. Sumber Data dan Jenis Data**

Penelitian ini memiliki sumber data primer dan data sekunder, yang diperoleh melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner di wilayah populasi yang hendak diteliti. Hasil dari kuesioner tertutup menjadi data primer sedangkan data sekunder didapatkan melalui literatur atau dokumen lainnya.

Data primer dimaksud sebagai data yang didapat pertama dalam proses penelitian baik secara individu atau perorangan melalui hasil pengisian kuesioner atau wawancara (Abdullah 2015). Pada penelitian ini, kuesioner yang diterapkan adalah tertutup dengan menyajikan pertanyaan-pertanyaan dengan pengukuran skala likert.

Selanjutnya, data sekunder adalah data primer yang sudah pernah diolah dan disajikan pihak peneliti terdahulu (Abdullah 2015), dengan kata lain sebagai data kedua yang menjadi sumber literatur dapat berupa buku, jurnal, majalah, artikel, dan dokumen lainnya. Data ini berguna sebagai pendukung penelitian dalam menunjang kesenjangan dalam rumusan masalah serta untuk membantu menemukan indikator yang cocok dalam dua variabel penelitian ini.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara

memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh partisipan atau responden (Sugiyono 2014). Pertanyaan dan pernyataan disusun sesuai dengan indikator-indikator dari kedua variabel yang telah ditetapkan.

Instrumen yang diterapkan yaitu kuesioner dengan menggunakan skala. Penelitian ini menerapkan skala likert (likert scale) untuk mengukur sikap, opini, dan persepsi individu atau kelompok mengenai peristiwa sosial (Siregar 2014). Melalui skala ini peneliti dapat mengukur pandangan seseorang mengenai hal-hal yang tidak tampak, tetapi bisa diketahui besar kecilnya dengan instrumen kuesioner. Dengan menggunakan jenis kuesioner tertutup, dimana pertanyaan atau pernyataan dibuat dalam bentuk pilihan ganda, jadi partisipan atau responden hanya dapat memiliki opsi pengukuran skala likert 1-5. Berikut nilai skala likert yang diterapkan:

*Tabel 3. 3 Nilai Skala Likert*

No	Alternative Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam menentukan pertanyaan atau pernyataan, maka dibutuhkan indikator-indikator yang ditransformasikan menjadi sebuah pertanyaan atau pernyataan. Adapun kisi-kisi instrument dari indikator komunikasi politik *official account* Instagram @narasinewsroom dan teori literasi politik sebagai berikut:

*Tabel 3. 4 Kisi Kisi Instrument Penelitian Official Account Instagram @narasinewsroom*

No.	Variabel	Indikator Komunikasi Politik dalam <i>Official Account</i>	Sub Indikator

		<b>Instagram @narasinewsroom</b>	
1.	<i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom (Variabel X atau variable <i>Independent/</i> memengaruhi)	1. Komunikator Politik	Peran jurnalis sebagai komunikator politik profesional pada berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di <i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom
		2. Pesan Politik	Berita bertagar #Pemilu 2024 dan #Pilpres2024 yang disediakan <i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom mengandung pesan politik
		3. Media Komunikasi Politik	Penerapan new media dalam berita bertagar #Pemilu 2024 dan #Pilpres2024 pada <i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom yaitu konten kreatif berupa video dan teks bergambar menjadi daya tarik dan mudah dipahami
		4. Khalayak Politik	Generasi Z menjadi salah satu target pengikut dan penyimak berita

			bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada <i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom
		5. Efek Politik	Adanya respon masyarakat setelah menyimak berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada <i>Official Account</i> Instagram @narasinewsroom

(Tabel didasari atas pernyataan Nimmo (1993) dan olahan peneliti)

**Tabel 3. 5 Kisi-Kisi Instrument Penelitian Literasi Politik**

No	Variabel	Indikator Literasi Politik	Sub Indikator
2.	Literasi Politik (Variabel Y atau variable <i>dependent</i> /dipengaruhi)	1. Pengetahuan Politik	Pengetahuan politik berupa mendapatkan informasi politik sehingga mampu memahami kontestasi politik pada pemilu 2024
		2. Kesadaran Politik	Kesadaran politik berupa rasa sadar untuk menjadi warga negara yang baik serta mampu menilai dan bereaksi atas permasalahan politik menjelang pemilu 2024
		3. Partisipasi Politik	Partisipasi politik dalam bentuk diskusi politik berupa beropini secara verbal maupun non-verbal dan ikut serta dalam rangkaian kegiatan politik pada Pemilu 2024 sehingga mampu

			memengaruhi pemberian suara pada pemilu 2024.
--	--	--	---

(Tabel didasari atas pemaparan Rahmadini (2021) dan olahan peneliti)

## F. Validitas dan Reliabilitas Data

### 1. Uji Validitas

Pada penelitian ini diperlukan uji validitas dengan penggunaan aplikasi SPSS. Uji validitas data berguna untuk mengetahui apakah kuesioner penelitian sudah valid atau belum. Untuk mengukur validitas diterapkannya teknik Pearson Correlation yang merupakan teknik korelasi melalui skor-skor yang dihasilkan dari pertanyaan kuesioner. Dalam pembuktian valid atau tidaknya unit-unit pertanyaan dalam kuesioner, peneliti menggunakan rumus korelasi product moment dari Pearson. Pertanyaan dapat dinyatakan valid jika nilai korelasi sebesar  $< 0,05$  atau 5% (Ghozali 2013).

Adapun rumus matematika untuk uji validitas menurut Pearson adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X dengan Y
- $n$  = jumlah sampel
- $\Sigma XY$  = jumlah total data
- $\Sigma X$  = jumlah total data variabel X
- $\Sigma Y$  = jumlah total data variabel Y

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji koherensi dengan mengaplikasikan SPSS setelah responden menjawab pertanyaan kuesioner agar diketahui apakah jawaban yang didapat reliabel atau tidak. Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti menggunakan koefisien cronbach alpha pada aplikasi SPSS. Apabila data yang dihasilkan menunjukkan tidak reliabel maka terdeteksi ada jawaban yang asal-asalan, sehingga diperlukannya uji konsistensi dari jawaban responden (Ghozali 2013).

Berikut rumus dari Alpha Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas alpha

k = banyaknya butir yang valid

$S_i^2$  = varian skor total

$S_t^2$  = varian skor butir

Jawaban responden pada tiap pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila Alpha cronbach < 0,6 dan tidak dikatakan reliabel apabila Alpha Cronbach > 0,6.

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi adalah suatu analisis yang melihat hubungan variabel satu terhadap variabel lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel *independent* ( $x$ ) berelasi positif dengan variabel *dependent* ( $y$ ). Pada regresi linier biasanya menggunakan data yang berskala interval maupun rasio (Ghozali 2013). Bentuk rumus dari analisis regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bx$$

Ket:

Y = variabel dependen (Y1)

X = variabel independen (1)

a = konstan

b = koefisien regresi (respon yang ditimbulkan oleh prediktor).

### 2. Variabel Independent (Variabel Bebas)

Variabel independent adalah variabel yang memengaruhi atau variabel yang menyebabkan perubahan dan sering disebut juga sebagai variabel predicator atau variabel bebas (Sugiyono 2014). Pada penelitian ini, variable independent atau variable bebasnya yaitu *official account* Instagram @narasinewsroom.

### 3. Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Variable dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh akibat atau dengan kata lain variabel independent serta dikenal dengan sebutan variabel *output* atau variabel terikat (Sugiyono 2014). Variabel dependen/ variabel terikat pada penelitian ini yaitu literasi politik generasi Z.

### 4. Uji Normalitas

Tujuan dari uji asumsi normalitas adalah mengetahui besar kemungkinan variabel acak sudah terdistribusi secara normal atau tidak (Riadi 2016). Uji normalitas diterapkan oleh peneliti dengan teknik Kolmogorov-Smirnov dalam aplikasi SPSS. Pengujian data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai relevan lebih tinggi dari 0,05 ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya, jika nilai relevan lebih rendah dari 0,05 ( $P < 0,05$ ) maka data berdistribusi tidak normal (Riadi 2016).

### 5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah metode pengukuran ketepatan maupun kesesuaian pada variabel dependen (y) (Ghozali 2013). Selanjutnya, untuk memperoleh koefisien determinasi melalui penguadratan setelah mendapatkan nilai koefisien korelasi. Besarnya koefisien determinasi diketahui dengan rumus berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi

Klasifikasi pada analisis koefisien determinasi yaitu:

- a. Apabila Kd didapat satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kuat.
- b. Apabila Kd adalah nol (0), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang dapat diabaikan terhadap variabel dependen.

**BAB IV**  
**GAMBARAN UMUM GENERASI Z, PROFIL PRODI ILMU POLITIK**  
**FISIP UIN WALISONGO, DAN PROFIL INSTAGRAM NARASI**  
**NEWSROOM**

**A. Generasi Z**

Generasi Z merupakan kelompok orang dengan tahun kelahiran diantara tahun 1995-2010 (Bencsik, Csikos, and Juhez dalam Putra 2016). Karakteristik generasi ini merupakan generasi yang sesungguhnya generasi internet. Berbeda dengan generasi Millennial (generasi sebelumnya) yang merupakan generasi yang berada pada masa perubahan teknologi menuju internet, kemudian lahirlah generasi Z yang memasuki masa sudah tersedianya internet. Berdasarkan hal itu, generasi Z terbentuk dalam karakter yang menyukai teknologi, fleksibel, lebih pandai, dan toleran pada perbedaan budaya. Dengan adanya fasilitas internet di jaman sekarang, memudahkan mereka terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Di sisi lain, generasi ini memiliki kebiasaan kurang baik yaitu menyukai budaya instant dan kurang peka atas makna private sebab dengan percaya diri memposting kehidupannya pada media sosial (Grail Research 2011)

Generasi Z merupakan generasi yang memiliki pengaruh pada komunitasnya. Hal ini disebabkan oleh terkonsumsinya banyak hal yang diakses melalui internet. Apabila mereka merasakan kejadian buruk atau baik mengenai sesuatu, mereka dapat dengan mudah mengekspresikannya di akun media sosial mereka. Mereka juga disebut sebagai generasi yang memiliki pikiran global *minded*. Media sosial sendiri memiliki peran penting bagi mereka untuk menjalin hubungan dengan banyak orang diberbagai belahan dunia. Melalui survey dari Parent Survey, ada sekitar 34% generasi Z berkenalan dengan orang diluar kota dan 13% berkenalan dengan orang di berbagai negara (Sladek and Grabinger 2014). Generasi ini sering membagikan pesan, foto hingga video yang menyampaikan berbagai kondisi sekitar yang sedang terjadi kepada seluruh dunia. Kebiasaan tersebut membentuk sebuah kekhawatiran

masyarakat atas adanya kemungkinan rentan terhadap kejahatan cyber (Rastati 2018).

Terbentuknya generasi Z ditentukan oleh lima kunci. Pertama, *social media is the future*, sehingga diperlukannya pengawasan lebih ekstra terhadap generasi Z yang berada dibawah umur untuk penggunaan media sosial. Kedua, *human connection are more important than ever*. Ketiga, *skill gaps*, yang mana dibutuhkan usaha dalam menyerap kemampuan budaya kerja, pola pikir kritis, interpersonal komunikasi dan keahlian teknis. Keempat, *global mindset local reality*, kemudahan akses untuk terhubung dengan orang-orang di dunia maya mengakibatkan tidak jarang generasi Z kurang mengeksplere secara geografis. Kelima, *infinite diversity*, dimana terkadang membuat generasi ini belum siap untuk menerima banyak perbedaan dari berbagai hal yang membuatnya bingung dalam memposisikan diri (Tulgan 2013).

Dibandingkan dengan generasi Millenial yang mendefinisikan diri dengan indikator seperti gender, agama, ras, dan orientasi seksual, sedangkan generasi Z tidak demikian. Generasi Z memposisikan media sosial menjadi media belajar dalam mendefinisikan diri. Mereka juga menyukai hal dengan menyatukan beberapa gagasan seperti identitas hingga pandangan yang memiliki ketertarikan sama. Dengan begitu, mereka dapat melabeli diri mereka dengan identitas yang ingin mereka tunjukkan (Rastati 2018).

Saat ini, generasi Z memasuki jenjang pendidikan SMP hingga universitas dan beberapa usia diatasnya telah memasuki dunia kerja. Generasi ini yang merupakan mahasiswa sering disebut dengan “Anak Jaman Sekarang”, sebab mahasiswa saat ini berkembang sudah ada teknologi canggih seperti internet sehingga mahasiswa memiliki kebiasaan yang berbeda dengan mahasiwa jaman dulu. Dapat dikatakan juga bahwa mahasiswa lebih paham dan bertanggung jawab dalam mengakses internet.

Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, banyak platform penyedia layanan yang hadir memfasilitasi, contohnya seperti YouTube, Instagram, X, Whatsapp dan lainnya. Menurut data survey yang dilakukan tirto.id, terdapat penggunaan internet khususnya pada media sosial, sebesar

34,1% generasi Z mengakses media sosial per hari selama 3-5 jam, dan platform yang paling sering dikunjungi adalah Instagram (Gerintya 2018).

Mahasiswa merupakan generasi yang tidak bisa lepas dengan teknologi. Dengan adanya platform penyedia layanan yang muncul satu persatu beriringan dengan perkembangan teknologi, mahasiswa dapat memanfaatkan peluang ini untuk menekuni hobi, sumber informasi hingga dapat menghasilkan uang. Usia mahasiswa yang memasuki 18-24 tahun dapat digolongkan dalam kelompok warga yang sudah memiliki hak suara pada pemilihan umum. Hal ini menjadikan adanya hubungan dekat antara mahasiswa dengan platform seperti Instagram. Dimana mahasiswa seharusnya sudah mampu memilah mana informasi yang valid dan hoax, sehingga apa yang dilihat, didengar, dan dibicarakan pada media sosial dapat diterima oleh generasi Z dengan baik.

Mahasiswa ilmu politik yang merupakan generasi Z di tahun politik seperti saat ini, pastinya tidak lepas dengan terpaparnya atas pemberitaan seputar pemilihan umum 2024. Konten yang dikonsumsi oleh mahasiswa yang telah sedikit tahu mengenai dasar ilmu perpolitikan pastinya berbeda dengan mahasiswa yang tidak memiliki pengetahuan tersebut. Demikian, sesuatu yang disimak, dilihat bahkan didengarkan mengenai pemilu 2024 melalui Instagram memiliki kemungkinan ada pengaruh terhadap mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo.

## **B. Profil Ilmu Politik FISIP UIN Walisongo**

### **1. Sejarah UIN Walisongo**

Sebelum dinamai menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, nama tersebut bermula dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) yang kemudian diubah pada tahun 2014. Menurut Surat Keputusan Menteri Agama No. 30 dan 31 tercatat bahwa UIN Walisongo Semarang sudah ada sejak 6 April 1970 (Sejarah Singkat n.d.). Ide perguruan tinggi ini dimulai dengan pendirian 5 fakultas yang tersebar di kota-kota Jawa Tengah, yaitu Semarang (Fakultas Dakwah), Salatiga (Fakultas Tarbiyah), Kudus (Fakultas Ushuluddin), Bumiayu dan Demak

(Fakultas Syariah) pada tahun 1963 yang notabennya fakultas berbasis agama islam. Pendirian tersebut didasari oleh gagasan dan inisiatif untuk menciptakan sekolah tinggi bagi para santri, sebab pada saat itu para pemuka agama berpikir bahwa Jateng sebagai pelopor/wilayah didominasi pesantren sehingga berniat agar para santri dapat meneruskan pendidikan ke jenjang lebih tinggi.

Pada saat ini, UIN Walisongo telah terbagi menjadi 3 kampus yang terpisah. Pertama, kampus 1 yang terletak di Jalan Walisongo No 3-5 Semarang, sedangkan kampus 2 dan 3 terletak di Jalan Prof. Hamka, Ngaliyan, Semarang. Dengan 9 Fakultas diantaranya, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ushuliddin dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi, serta yang terakhir adalah Pascasarjana.

*Gambar 4. 1 Gedung Rektorat UIN Walisongo Semarang*



*Sumber ilustrasi: [www.walisongo.ac.id](http://www.walisongo.ac.id)*

## **2. Visi dan Misi UIN Walisongo**

Menjadi salah satu perguruan tinggi pastinya memiliki visi misi dalam menentukan arah tujuan yang ingin dicapai oleh sebuah lembaga

pendidikan. Berikut visi dan misi yang disusun oleh Universitas Islam Negeri Walisongo.

Visi : Universitas Islam riset terdepan berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038

Misi : 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak al-karimah  
2) Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan islam, ilmu dan masyarakat  
3) Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan Masyarakat  
4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan local  
5) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional  
6) Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar internasional

### **3. Sejarah FISIP UIN Walisongo**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dibentuk sejak tahun 2015, fakultas dengan nama singkat FISIP ini dibuka bersamaan dengan peresmian status baru sebagai UIN Walisongo sesuai yang tertuang pada Peraturan Presiden RI No.130 Tahun 2014 pada tanggal 16 Oktober 2014. Hal tersebut dilakukan setelah turunnya SK No. 57 Tahun 2015 atas pendirian fakultas baru yang terdiri dari dua program studi yaitu sosiologi dan ilmu politik (Sejarah FISIP UIN Walisongo n.d.).

Berdirinya FISIP didasari oleh landasan kemauan dalam menguatkan status Universitas Islam Negeri dan keinginan untuk membentuk generasi baru yang melek akan kehidupan sosial dan politik yang tetap diiringi dengan karakter religious.

*Gambar 4. 2 Gedung FISIP UIN Walisongo*



*Sumber: www.amanat.id*

#### **4. Visi dan Misi FISIP UIN Walisongo**

Sebagai salah satu fakultas berbasis ilmu sosial di sebuah perguruan tinggi negeri, FISIP UIN Walisongo memiliki visi dan misi dibawah ini.

Visi : Fakultas riset terdepan dalam ilmu social dan ilmu politik berbasis pada kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban tingkat Asia tahun 2038

Misi : 1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran Ilmu Sosial dan Ilmu Politik berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan professional dan berakhlak al-karimah  
2. Meningkatkan kualitas penelitian dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk kepentingan keilmuan, keislaman dan kemasyarakatan  
3. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat berbasis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat  
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan local dalam kerangka Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

5. Mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala nasional dan internasional dalam kerangka Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Mengembangkan tata kelola kelembagaan berbasis quality assurance (penjaminan mutu)

#### **5. Program Studi Ilmu Politik, FISIP, UIN Walisongo**

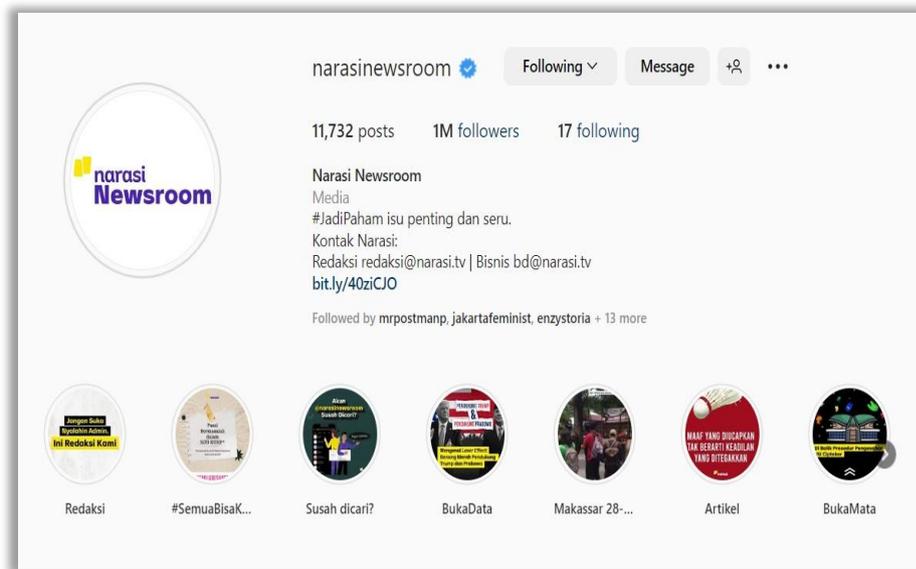
Struktur organisasai FISIP periode 2019-2023 dipimpin oleh Dr. Prof. Dr. Hj. Misbah Zulfa Elizabeth, M. Hum yang menjabat sebagai Dekan. Dibantu oleh Prof. Dr. Ahwan Fanani, M.Ag sebagai Wakil Dekan I, Dr. Tholhatul Khoir, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Dr. Moh Khasan, M.Ag sebagai Wakil Dekan III. Pada saat ini juga, Prodi Ilmu Politik dikepalai oleh Drs. Nur Syamsudin M.A sebagai Ketua Prodi Ilmu Politik dibantu dengan Sekertaris yaitu Muhammad Mahsun M.A.

Pada awal menjalankan fakultas, FISIP memiliki keterbatasan fasilitas, dimana proses akademik berlangsung di lantai 1 Gedung Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Gedung tersebut juga berfungsi sebagai pusat layanan fakultas. Sebagai fakultas yang baru berdiri, keterbatasan juga dirasakan pada sumber daya manusia yaitu pengajar/ dosen yang berjumlah terbatas serta pengelola fakultas terbilang belum lengkap (Sejarah FISIP UIN Walisongo n.d.).

Meskipun begitu, tidak menjadikan FISIP goyah dan sebaliknya menjadi sebuah alasan untuk memperkuat dan mempersiapkan segala aspek yang diperlukan untuk masa yang akan datang. Hasilnya, sekarang ini sudah dilengkapi oleh fasilitas gedung, pengelola fakultas hingga tenaga pengajar yang dapat dirasakan oleh mahasiswa-mahasiswi Ilmu Politik.

## C. Instagram Narasi Newsroom

Gambar 4. 3 Official Account Instagram @narasinewsroom



Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom

Gambar 4. 4 Struktur Redaksi Narasi Newsroom



Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom

Narasi Newsroom adalah salah satu program dari Narasi yang berfokus pada news. Narasi.tv sendiri didirikan oleh tokoh yang dikenal sebagai jurnalis ternama yaitu Najwa Shihab bersama rekan-rekannya, beliau ini tidak jarang membahas mengenai perpolitikan Indonesia pada setiap acara yang dibawanya. Kali ini, Najwa Shihab menciptakan *news* platform yang dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat seperti generasi Z yang juga terbelang dekat dengan Instagram. Dapat diketahui, sebanyak 64% dari pengikut Instagram @narasinewsroom juga mengikuti akun pribadi Instagram @najwashihab.

Akun Instagram @narasinewsroom adalah salah satu media sosial dari Narasi Newsroom dan salah satu media berita yang diikuti oleh banyak masyarakat. Akun Narasi Newsroom bergabung di Instagram sejak Agustus 2019 dan terverifikasi pada Agustus 2020. Tanda verified ini sebagai simbol bahwa akun Instagram dengan *username* @narasinewsroom adalah akun media resmi yang menghadirkan rasa percaya bagi pengguna Instagram yang mengikuti.

Akun ini sudah mengunggah sebanyak 11.732 postingan baik berupa foto, teks bergambar maupun video kreatif yang berkaitan tentang lifestyle, tokoh publik, sosial ekonomi hingga perpolitikan nasional dan internasional. Seperti dengan media berita lainnya, akun ini berisi mengenai program-program yang dikelola oleh Narasi yang membahas topik menarik serta hangat dibicarakan sehari-hari di khalayak umum. *Official account* Instagram @narasinewsroom memanfaatkan segala fitur yang disediakan Instagram seperti Instagram Feed (foto atau video) dan Instagram Reels untuk memikat audiens dalam mengakses informasi yang disajikan, termasuk informasi berkaitan pemilihan umum 2024. Pertanggal 3 April 2023 *Official Account* Instagram @narasinewsroom telah menjangkau sekitar  $\pm 1.000.000$  pengikut.

Berikut beberapa program konten harian, mingguan hingga bulanan dari akun ini yang ditandai dengan tagar #Pemilu 2024 dan #Pilpres2024:

## 1) Narasi Daily

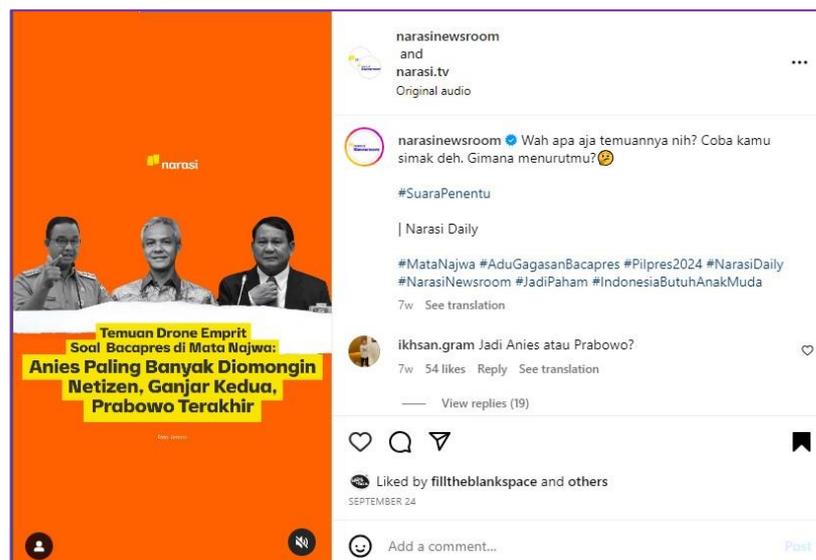
Program tayangan harian yang disajikan Narasi Newsroom seputar kejadian atau fenomena terkini. Program Narasi Daily yang juga ditandai dengan tagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 lebih dominan dibandingkan dengan program yang lain. Hal ini dikarenakan postingan program ini dilakukan setiap hari berbeda dengan program lain yang tidak tentu topik yang diusung ada kaitannya dengan pemilu 2024 tiap bulan/minggu.

**Gambar 4. 5 Konten Narasi Daily Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

**Gambar 4. 6 Konten Narasi Daily Bertagar #Pilpres2024 Berbasis Video Singkat**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

**Gambar 4. 7 Konten Narasi Daily Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

**Gambar 4. 8 Konten Narasi Daily Bertagar #Pilpres2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

## 2) Narasi Explains

Program tayangan eksklusif yang membahas seputar informasi tertentu yang seru untuk didalami. Postingan Narasi Explains yang tayang pada Instagram @narasinewsroom akan diteruskan pada youtube untuk penjelasan lebih jelas melalui video berdurasi panjang.

**Gambar 4. 9 Konten Narasi Explains Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

### 3) Buka Data

Program tayangan eksklusif yang memaparkan data atau fakta yang bersangkutan mengenai isu-isu tertentu. Postingan Buka Data yang tayang pada Instagram @narasinewsroom juga tayang pada youtube narasi newsroom.

**Gambar 4. 10 Konten Buka Data bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

Gambar 4. 11 Konten Buka Data Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat

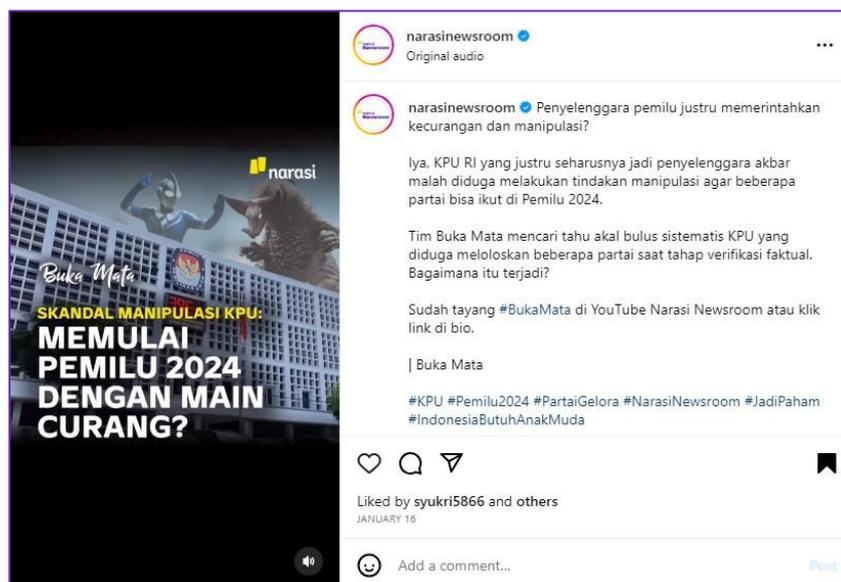


Sumber: Screenshot Instagram @narsinewsroom

#### 4) Buka Mata

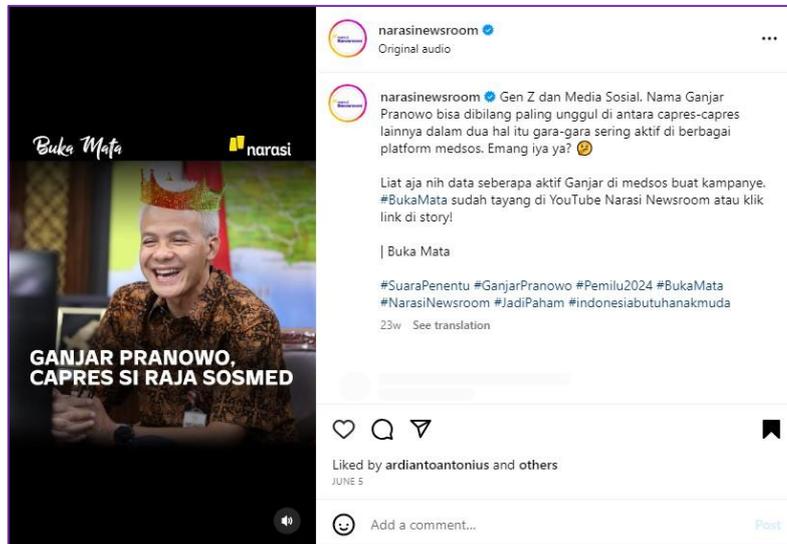
Program tayangan eksklusif yang menjelaskan isu-isu penting dan seru secara lebih jelas. Postingan Buka Mata yang tayang pada Instagram @narsinewsroom akan diteruskan pada link youtube untuk penjelasan lebih jelas melalui video berdurasi panjang.

Gambar 4. 12 Konten Buka Mata Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat



Sumber: Screenshot Instagram @narsinewsroom

**Gambar 4. 13 Konten Buka Mata Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

5) Suara Penentu

Program yang terbilang baru ini membahas seputar perpolitikan Indonesia yang juga dapat berkaitan dengan pemilu 2024. Program ini ditandai dengan tagar uniknya yaitu #SuaraPenentu disertai #Pemilu2024 atau #Pilpres2024, namun tidak semua program ini membahas persoalan yang berkaitan dengan pemilu 2024 tetapi juga perpolitikan diluarnya yang dipengaruhi oleh suara rakyat.

**Gambar 4. 14 Konten Suara Penentu Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Video Singkat**



*Sumber: Screenshot Instagram @narasinewsroom*

**Gambar 4. 15 Konten Suara Penentu Bertagar #Pemilu2024 Berbasis Foto/Teks Bergambar**



*Sumber: Screenshot Instagram @narsinewsroom*

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Melalui bab ini, peneliti memaparkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan di lapangan meliputi identitas responden hingga hasil dari uji kuesioner yang telah disebarakan pada responden. Dalam bab ini dijelaskan pula mengenai hasil dari perhitungan data yang diperoleh dari lapangan dengan bantuan IBM SPSS 29.

Penjabaran dari perhitungan data akan berupa uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik/ normalitas, dan analisis regresi linier sederhana. Dengan pengujian dan analisis tersebut dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z (studi pada mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo).

#### **A. Identitas Responden**

Pada penelitian ini, peneliti mampu mengumpulkan data sejumlah 83 responden berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan yakni mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo Semarang Angkatan 2019-2022 (berusia 18-24 tahun), mengikuti akun Instagram @narasinewsroom/ pernah menyimak konten bertagarkan #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada Instagram @narasinewsroom, dan terdaftar sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pemilu 2024. Melalui bagian ini, peneliti mengkategorikan data diri responden diatas yang meliputi jenis kelamin dan tahun akademik/ angkatan.

## 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

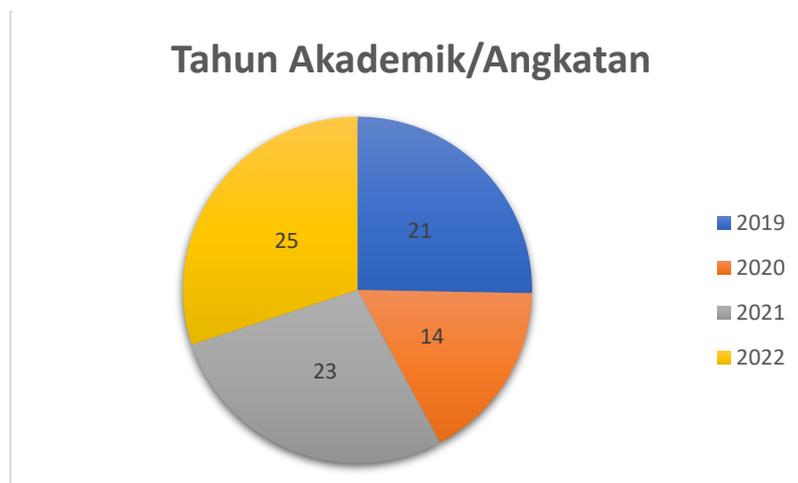
*Grafik 5. 1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin*



Melalui diagram diatas, data responden berdasarkan jenis kelamin didapati responden berjenis kelamin laki-laki sejumlah 41 orang (49%) dan responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 42 orang (51%). Pada penelitian ini, data responden yang dihasilkan tidak terlihat adanya dominasi oleh satu *gender*, sehingga data yang ditunjukkan diatas dapat dikatakan proporsional dan setara.

## 2. Data Responden Berdasarkan Tahun Akademik/ Angkatan

*Grafik 5. 2 Data Responden Menurut Tahun Akademik*



Menurut diagram diatas, jumlah responden yang berada pada tahun akademik/ angkatan 2019 sebesar 25% (21 orang). Kemudian responden yang ada pada tahun akademik/ angkatan 2020 sebesar 17% (14 orang),

untuk responden tahun akademik/ angkatan 2021 sebesar 28% (23 orang), sedangkan di tahun akademi/ angkatan 2022 responden yang ditunjukkan sebesar 30% (25 orang). Dengan jumlah total responden yaitu 83 orang mahasiswa yang dinyatakan presentasenya 100%. Data tersebut merupakan sebagian mahasiswa ilmu politik UIN Walisongo pada kurun tahun akademik 2019-2022 dan besaran mahasiswa tersebut telah ditentukan berdasarkan perhitungan rumus Slovin.

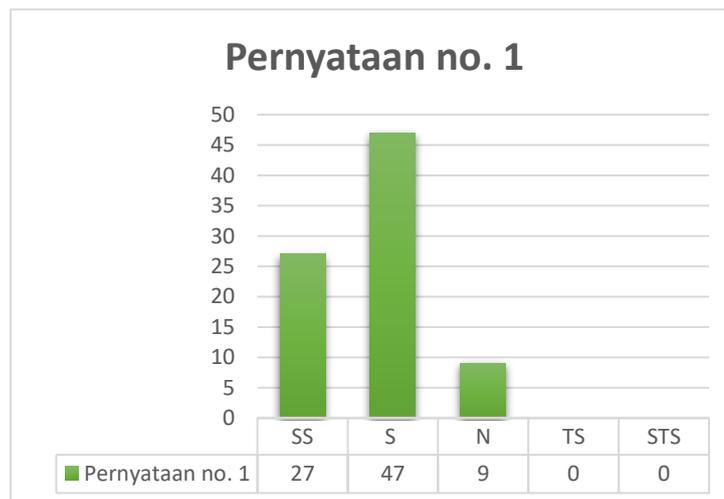
## B. Hasil Kuesioner (X1)

Pada bagian ini, peneliti memaparkan hasil dari kuesioner dalam wujud grafik atau diagram supaya pembaca dapat memahami lebih detail mengenai hasil kuesioner pada penelitian ini. Peneliti memanfaatkan platform IBM SPSS versi 29 dalam membantu menjabarkan hasil kuesioner pada penelitian ini yang diperoleh di lapangan.

Variabel *Official Account* Intagram @narasinewsroom (X1) memiliki 7 pernyataan. Peneliti dapat menjabarkan hasil jawaban atas pernyataan dari variabel *Official Account* Intagram @narasinewsroom pada berikut ini:

1. Pernyataan no. 1 tertulis “*Official account* Instagram @narasinewsroom dikelola oleh jurnalis Narasi yang berperan baik dan aktif sebagai komunikator politik profesional dalam konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024”.

**Grafik 5. 3 Peran Jurnalis Sebagai Komunikator Politik Profesional Pada Konten Berita**



Melalui Grafik 5.3 menunjukkan pada pernyataan dari indikator komunikator politik profesional ini menghasilkan sebanyak 32,6% (27 mahasiswa) memilih sangat setuju, Kemudian 56,6% (47 mahasiswa) memilih untuk setuju dan sisanya sebanyak 10,8% (9 mahasiswa) memilih netral. Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.1 dari variabel x memperlihatkan mayoritas responden sebanyak 89,2% memilih setuju (47 mahasiswa) dan sangat setuju (27 mahasiswa). Artinya, sebanyak 74 mahasiswa setuju bahwa “Official account Instagram @narasinewsroom dikelola oleh jurnalis Narasi yang berperan baik dan aktif sebagai komunikator politik profesional dalam konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024”.

2. Pernyataan no. 2 tertulis “Official account Instagram @narasinewsroom menyetujui konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mengandung pesan politik”.

**Grafik 5. 4 Konten Berita Mengandung Pesan Politik**



Berdasarkan grafik 5.4 memperlihatkan pernyataan dari indikator pesan politik pada opsi sangat setuju mendapatkan sebanyak 42,2% (35 mahasiswa), opsi setuju dipilih sebanyak 49,4% (41 mahasiswa), dan opsi netral memperoleh 8,4% (7 mahasiswa). Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.2 dari variabel x menghasilkan mayoritas responden sebanyak 91,6% memilih setuju (41 mahasiswa) dan sangat setuju (35 mahasiswa). Artinya, sebanyak 76 mahasiswa setuju bahwa “Official account Instagram @narasinewsroom menyuguhkan konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mengandung pesan politik”.

3. Pernyataan no. 3 tertulis “Official account Instagram @narasinewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mudah dipahami”.

**Grafik 5. 5 Konten Berita Kreatif Mudah Dipahami**

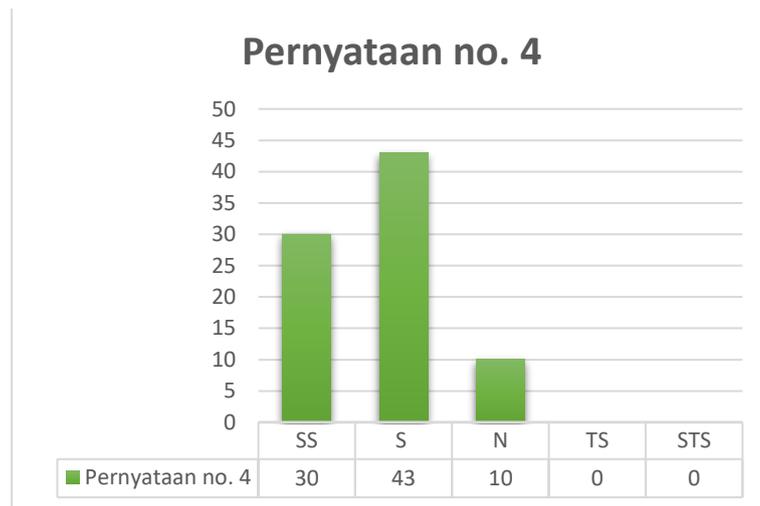


Pada Grafik 5.5 menunjukkan pernyataan pertama dari indikator media komunikasi politik ini menghasilkan sebanyak 39,8% (33 mahasiswa) sangat setuju, Lalu ada 50,6% (42 mahasiswa) setuju dan sisanya terdapat 9,6% (8 mahasiswa) memilih netral. Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.3 dari variabel x memperlihatkan mayoritas responden sebanyak 90,4% memilih setuju (42 mahasiswa) dan sangat setuju (33 mahasiswa). Artinya, sebanyak 75 mahasiswa setuju bahwa “Official account Instagram @narasinewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mudah dipahami”.

4. Pernyataan no. 4 tertulis “*Official account* Instagram @narsinewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang menarik”.

**Grafik 5. 6 Konten Berita Kreatif Menarik**

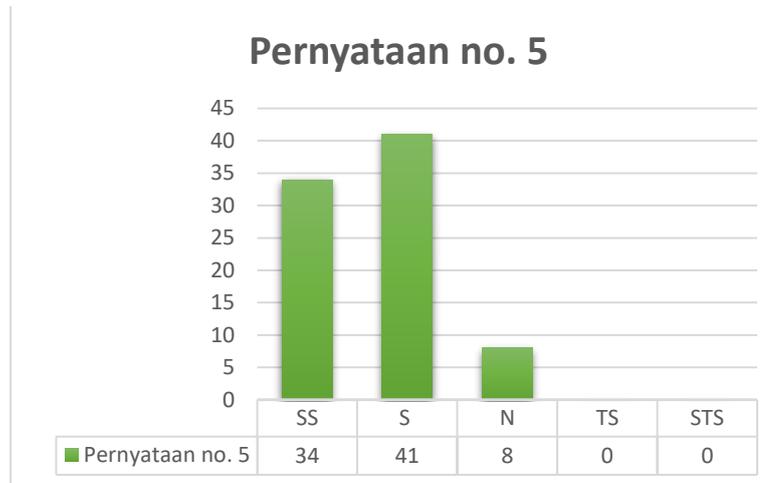


Dari grafik 5.6 dapat dijelaskan pernyataan kedua dari indikator media komunikasi politik pada pilihan sangat setuju memperoleh sebanyak 36,2% (30 mahasiswa), pilihan setuju sebanyak 51,8% (43 mahasiswa), dan netral mendapat 12% (10 mahasiswa). Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.4 dari variabel x menghasilkan mayoritas responden sebanyak 88% memilih setuju (43 mahasiswa) dan sangat setuju (30 mahasiswa). Artinya, sebanyak 73 mahasiswa setuju bahwa “*Official account* Instagram @narsinewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang menarik”.

5. Pernyataan no. 5 tertulis “*Official account* Instagram @narsinewsroom menyuguhkan konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 sesuai dengan karakter Gen Z (visual dan gaya bahasa)”.

**Grafik 5. 7 Konten Berita Sesuai Karakter Gen Z**

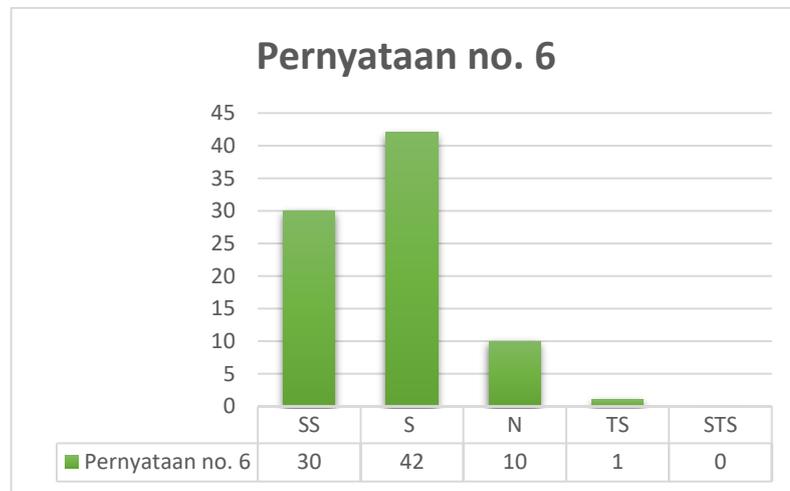


Melalui grafik 5.7 pernyataan dari indikator khalayak politik ini memperlihatkan sebanyak 41% (34 mahasiswa) memilih sangat setuju, 49,3% (41 mahasiswa) memilih setuju, dan 9,6% (8 mahasiswa) memilih netral. Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.5 dari variabel x mendapatkan mayoritas responden sebanyak 90,4% memilih setuju (41 mahasiswa) dan sangat setuju (34 mahasiswa). Artinya, sebanyak 75 mahasiswa setuju bahwa “*Official account* Instagram @narasinewsroom menyuguhkan konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 sesuai dengan karakter Gen Z (visual dan gaya bahasa)”.

6. Pernyataan no. 6 tertulis “*Official account* Instagram @narasinewsroom dalam menyebarkan konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 mampu memberi efek politik berupa respon publik (contoh: berpendapat/ berpartisipasi)”.

Grafik 5. 8 Konten berita Memberi Efek Politik

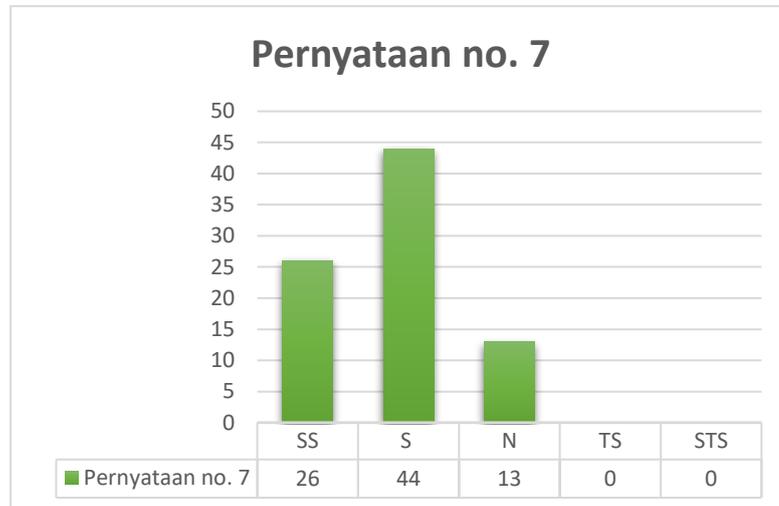


Berdasarkan grafik 5.8 menunjukkan pernyataan dari indikator efek politik pada opsi sangat setuju terpilih sebanyak 36,1% (30 mahasiswa), setuju sebanyak 50,6 % (42 mahasiswa), dan opsi netral mendapat 12,1% (10 mahasiswa). Kemudian, untuk opsi tidak setuju ada 1,2% (1 mahasiswa) dan sangat tidak setuju mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada).

Hasil dari pernyataan no.6 dari variabel x terdapat mayoritas responden sebanyak 86,7% memilih setuju (42 mahasiswa) dan sangat setuju (30 mahasiswa). Artinya, sebanyak 72 mahasiswa setuju bahwa “*Official account* Instagram @narasinewsroom dalam menyebarkan konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 mampu memberi efek politik berupa respon publik (contoh: berpendapat/ berpartisipasi)”.

7. Pernyataan no. 7 tertulis “Pada konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *Official account* Instagram @narasinewsroom mengandung lima elemen komunikasi politik yaitu komunikator politik profesional, pesan politik, media komunikasi politik, khalayak politik, dan efek politik”.

**Grafik 5. 9 Konten Berita Mengandung Lima Elemen Komunikasi Politik**



Pada grafik 5.9 pernyataan dari kelima indikator variabel x ini memperlihatkan sebanyak 31,3% (26 mahasiswa) memilih sangat setuju, 53% (44 mahasiswa) memilih setuju, dan 15,7 % (13 mahasiswa) memilih netral. Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak terpilih).

Hasil dari pernyataan no.7 memperoleh dari variabel x mayoritas responden sebanyak 84,3 % memilih setuju (44 mahasiswa) dan sangat setuju (26 mahasiswa). Artinya, sebanyak 70 mahasiswa setuju bahwa “Pada konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *Official account* Instagram @narasinewsroom mengandung lima elemen komunikasi politik yaitu komunikator politik profesional, pesan politik, media komunikasi politik, khalayak politik, dan efek politik”.

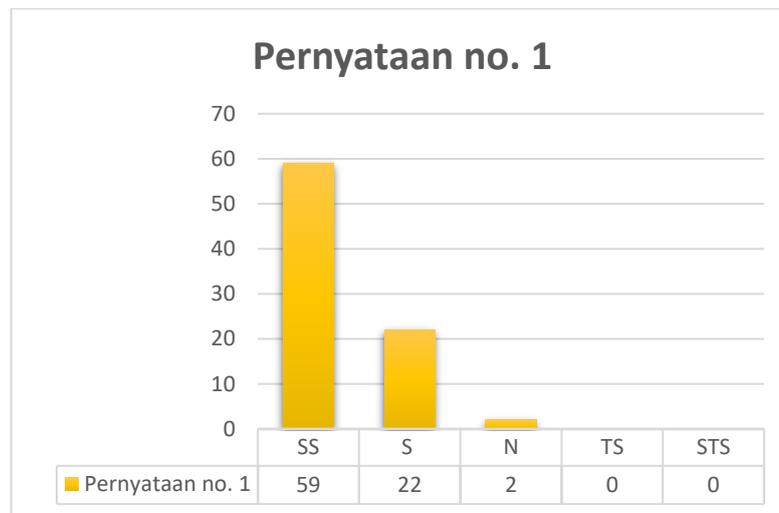
**C. Hasil Kuesioner (Y1)**

Selanjutnya, bagian ini dipaparkan hasil dari kuesioner dalam wujud grafik atau diagram supaya pembaca dapat memahami lebih detail mengenai hasil kuesioner pada penelitian ini. Peneliti memanfaatkan platform IBM SPSS versi 29 dalam membantu menjabarkan hasil kuesioner pada penelitian ini yang diperoleh di lapangan.

Variabel Literasi Politik (Y1) memiliki 9 pernyataan. Peneliti dapat menjabarkan hasil jawaban atas pernyataan dari variabel Literasi Politik Generasi Z pada berikut ini:

1. Pernyataan no. 1 tertulis “Literasi politik yang baik harus dimiliki tiap individu”.

**Grafik 5. 10 Literasi Politik Harus Dimiliki Tiap Individu**

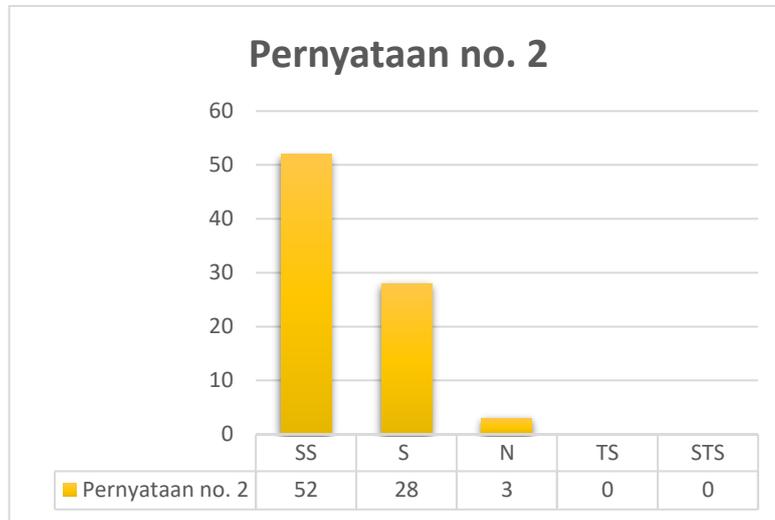


Dari grafik 5.10, pernyataan dari variabel y ini menunjukkan ada sekitar 71,1% (59 mahasiswa) sangat setuju, 26,5% (22 mahasiswa) memilih setuju, dan 2,4 % (2 mahasiswa) memilih netral. Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak ada yang memilih).

Hasil dari pernyataan no.1 dari variabel y memperoleh mayoritas responden sebanyak 97,6% memilih setuju (22 mahasiswa) dan sangat setuju (59 mahasiswa). Artinya, sebanyak 81 mahasiswa setuju bahwa “Literasi politik yang baik harus dimiliki tiap individu”.

2. Pernyataan no. 2 tertulis “Literasi politik yang baik ditandai dengan adanya pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi politik yang baik pula”.

**Grafik 5. 11 Literasi Politik Ditandai Oleh Pengetahuan, Kesadaran, Dan Partisipasi**



Menurut grafik 5.11 pernyataan dari variabel y ini menghasilkan pilihan pada sangat setuju sekitar 62,7% (52 mahasiswa), 33,7% (28 mahasiswa) memilih setuju, dan netral sebanyak 3,6% (3 mahasiswa). Pada opsi tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing mendapatkan 0% (0 mahasiswa/ tidak terpilih).

Hasil dari pernyataan no.2 dari variabel y menunjukkan mayoritas responden sebanyak 96,4% memilih setuju (28 mahasiswa) dan sangat setuju (52 mahasiswa). Artinya, sebanyak 80 mahasiswa setuju bahwa “Literasi politik yang baik ditandai dengan adanya pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi politik yang baik pula”.

3. Pernyataan no. 3 tertulis “Saya mendapat banyak informasi mengenai Kontestasi Pemilu 2024 melalui berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *official account* Instagram @nrasinewsroom”.

**Grafik 5. 12 Mendapatkan Informasi Kontestasi Pemilu 2024**

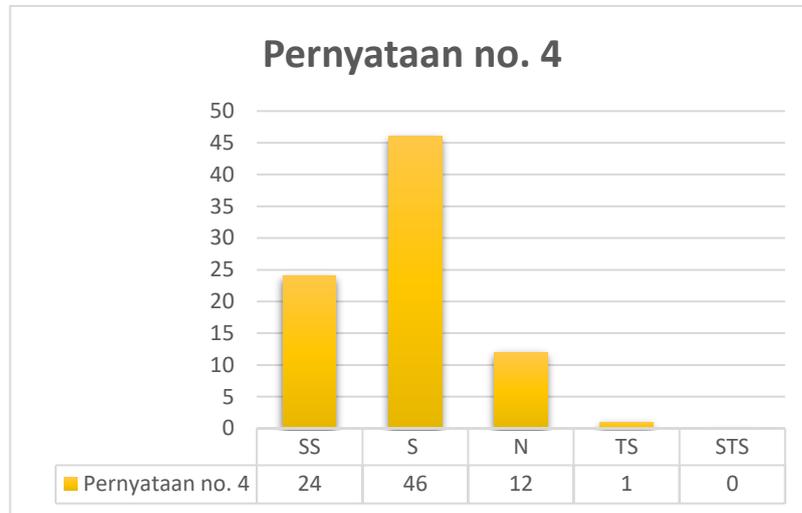


Di grafik 5.12 terdapat pernyataan pertama dari indikator pengetahuan politik ada sekitar 26,5% (22 mahasiswa) memilih sangat setuju, kemudian 47% (39 mahasiswa) memilih setuju, dan 22,9% (19 mahasiswa) memilih netral. Selain itu, pada opsi tidak setuju ada 2,4% (2 mahasiswa) serta pilihan sangat tidak setuju mendapatkan 1,2% (1 mahasiswa).

Hasil dari pernyataan no.3 dari variabel y mendapatkan mayoritas responden sebanyak 73,5% memilih setuju (39 mahasiswa) dan sangat setuju (22 mahasiswa). Artinya, sebanyak 61 mahasiswa setuju bahwa “Mendapat banyak informasi mengenai Kontestasi Pemilu 2024 melalui berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *official account* Instagram @narsinewsroom”.

4. Pernyataan no. 4 tertulis “Informasi dalam berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang disajikan *official account* Instagram @narsinewsroom membuat saya lebih memahami masalah politik menjelang Pemilu 2024”.

**Grafik 5. 13 Memahami Masalah Politik Menjelang Pemilu 2024**



Berdasarkan grafik 5.13 dapat dijelaskan pada pernyataan kedua dari indikator pengetahuan politik ada sekitar 28,9% (24 mahasiswa) memilih sangat setuju, lalu 55,4% (46 mahasiswa) memilih setuju, dan 14,5% (12 mahasiswa) memilih netral. Selanjutnya, opsi tidak setuju ada 1,2% (1 mahasiswa) serta pilihan sangat tidak setuju mendapatkan 0% /tidak ada yang memilih.

Hasil dari pernyataan no.4 dari variabel y menghasilkan mayoritas responden sebanyak 84,3% memilih setuju (46 mahasiswa) dan sangat setuju (24 mahasiswa). Artinya, sebanyak 70 mahasiswa setuju bahwa “Informasi dalam berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang disajikan *official account* Instagram @narasinewsroom membuat saya lebih memahami masalah politik menjelang Pemilu 2024”.

5. Pernyataan no 5 tertulis “Berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada official account Instagram @narasinewsroom dapat menumbuhkan kesadaran saya menjadi warga negara yang baik khususnya pada kegiatan politik menjelang Pemilu 2024”.

**Grafik 5. 14 Menumbuhkan Kesadaran Menjadi Warga Negara Yang Baik Menjelang Pemilu 2024**



Menurut grafik 5.14 pada pernyataan pertama dari indikator kesadaran politik di pilihan sangat setuju terdapat 33,7% (28 mahasiswa), lalu pilihan setuju ada 47% (39 mahasiswa), dan pilihan netral sekitar 15,6% (13 mahasiswa). Kemudian, opsi tidak setuju ada 3,6 % (3 mahasiswa) serta sangat tidak setuju mendapatkan 0% /tidak ada yang memilih.

Hasil dari pernyataan no.5 dari variabel y mendapatkan mayoritas responden sebanyak 80,7% memilih setuju (39 mahasiswa) dan sangat setuju (28 mahasiswa). Artinya, sejumlah 67 mahasiswa setuju bahwa “Berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada official account Instagram @narasinewsroom dapat menumbuhkan kesadaran saya menjadi warga negara yang baik khususnya pada kegiatan politik menjelang Pemilu 2024”.

6. Pernyataan no. 6 tertulis “Melalui pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 dalam *official account* Instagram @narasinewsroom saya bisa menilai dan bereaksi terhadap permasalahan menjelang Pemilu 2024 yang ada”.

**Grafik 5. 15 Menilai dan Bereaksi Terhadap Permasalahan Menjelang Pemilu 2024**



Dari grafik 5.15 menunjukkan pernyataan kedua dari indikator kesadaran politik memilih opsi sangat setuju sebanyak 28,9% (24 mahasiswa), untuk opsi setuju ada 54,2% (45 mahasiswa), dan netral sekitar 15,7% (13 mahasiswa). Lalu opsi tidak setuju ada 1,2 % (1 mahasiswa) serta sangat tidak setuju mendapatkan 0% /tidak ada yang memilih.

Hasil dari pernyataan no.6 dari variabel y didapati mayoritas responden sebanyak 83,1 % memilih setuju (45 mahasiswa) dan sangat setuju (24 mahasiswa). Artinya, sejumlah 69 mahasiswa setuju bahwa “Melalui pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 dalam *official account* Instagram @narsinewsroom saya bisa menilai dan bereaksi terhadap permasalahan menjelang Pemilu 2024 yang ada”.

7. Pernyataan no. 7 tertulis “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *official account* Instagram @narsinewsroom membantu saya beropini baik secara verbal (berbicara) maupun non-verbal (media sosial)”.

**Grafik 5. 16 Beropini Secara Verbal dan Non-Verbal**

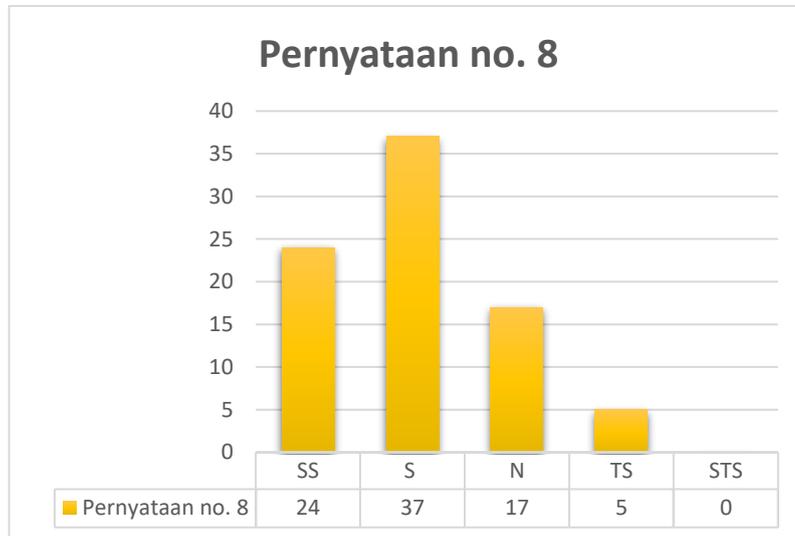


Pada grafik 5.16 menghasilkan pernyataan pertama dari indikator partisipasi politik yaitu pilihan sangat setuju sebanyak 21,7% (18 mahasiswa), pilihan setuju sekitar 56,6% (47 mahasiswa), dan memilih netral 20,5% (17 mahasiswa). Di pilihan tidak setuju ada 1,2 % (1 mahasiswa) serta sangat tidak setuju mendapatkan 0% /tidak ada yang memilih.

Hasil dari pernyataan no.7 dari variabel y terdapat mayoritas responden sebanyak 78,3% memilih setuju (47 mahasiswa) dan sangat setuju (18 mahasiswa). Artinya, sejumlah 65 mahasiswa setuju bahwa “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di *official account* Instagram @narasinewsroom membantu saya beropini baik secara verbal (berbicara) maupun non-verbal (media sosial)”.

8. Pernyataan no. 8 tertulis “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada *official account* Instagram @narasinewsroom memengaruhi saya untuk berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan Pemilu 2024”.

**Grafik 5. 17 Berpartisipasi Dalam Rangkaian Kegiatan Pemilu 2024**

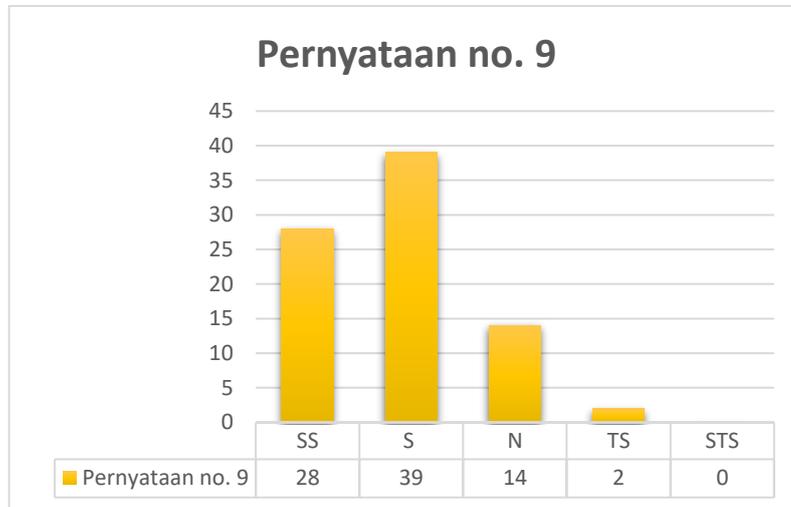


Melalui grafik 5.17 dapat diketahui pernyataan kedua dari indikator partisipasi politik yaitu pilihan sangat setuju mendapatkan 28,9% (24 mahasiswa), pilihan setuju sekitar 44,6% (37 mahasiswa), dan memilih netral 20,5% (17 mahasiswa). Selanjutnya, pilihan tidak setuju medapat 6% (5 mahasiswa) dan sangat tidak setuju mendapatkan 0% /tidak ada yang memilih.

Hasil dari pernyataan no.8 dari variabel y menghasilkan mayoritas responden sebanyak 73,5% memilih setuju (37 mahasiswa) dan sangat setuju (24 mahasiswa). Artinya, sejumlah 61 mahasiswa setuju bahwa “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada *official account* Instagram @narasinewsroom memengaruhi saya untuk berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan Pemilu 2024”.

9. Pernyataan no. 9 tertulis “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada *official account* Instagram @narasinewsroom memberikan saya sebuah pertimbangan untuk menggunakan hak suara pada Pemilu 2024”.

**Grafik 5. 18 Pertimbangan Menggunakan Hak Suara Pada Pemilu 2024**



Dilihat dari grafik 5.18 terdapat pernyataan ketiga dari indikator partisipasi politik pada opsi sangat setuju memperoleh 33,7% (28 mahasiswa), opsi setuju sekitar 47 % (39 mahasiswa), dan memilih netral 16,9% (14 mahasiswa). Berikutnya, opsi tidak setuju sekitar 2,4% (2 mahasiswa) dan sangat tidak setuju tidak ada yang memilih atau 0%.

Hasil dari pernyataan no.8 dari variabel y menunjukkan mayoritas responden sebanyak 80,7% memilih setuju (39 mahasiswa) dan sangat setuju (28 mahasiswa). Artinya, sejumlah 67 mahasiswa setuju bahwa “Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada *official account* Instagram @narasinewsroom memberikan saya sebuah pertimbangan untuk menggunakan hak suara pada Pemilu 2024”.

#### **D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan pada pernyataan-pernyataan yang tertera pada kuesioner guna melihat keakuratan pernyataan tersebut dengan variabel penelitian. Setiap pernyataan dapat dinyatakan valid apabila besar nilai r-table lebih kecil dari besar nilai r-hitung. Nilai r-tabel untuk n=83 dengan alpha 0,01 ditetapkan  $df=83-2=81$  yaitu 0,281.

**Tabel 5. 1 Uji Validitas Variable Official Account Instagram @narsinewsroom (X)**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil
1	0,444	0,281	Valid
2	0,520	0,281	Valid
3	0,501	0,281	Valid
4	0,547	0,281	Valid
5	0,546	0,281	Valid
6	0,497	0,281	Valid
7	0,477	0,281	Valid

*Sumber: Data Diolah, 2023*

Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa pernyataan yang tersedia pada variabel *official account* instagram @narsinewsroom terbukti valid dikarenakan nilai r-hitung pernyataan 1-7 > r-tabel, sehingga pernyataan-pernyataan pada variabel x dikatakan lolos pada pengujian validitas.

**Tabel 5. 2 Uji Validitas Variabel Literasi Politik Gen Z (Y)**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil
1	0,448	0,281	Valid
2	0,513	0,281	Valid
3	0,652	0,281	Valid
4	0,748	0,281	Valid
5	0,718	0,281	Valid
6	0,744	0,281	Valid
7	0,713	0,281	Valid
8	0,630	0,281	Valid
9	0,636	0,281	Valid

*Sumber: Data Diolah, 2023*

Pada tabel 5.1 menunjukkan bahwa pernyataan yang tersedia pada variabel literasi politik gen z terbukti valid dikarenakan nilai r-hitung

pertanyaan 1-9 > r-tabel, sehingga pernyataan-pernyataan pada variabel y dikatakan lolos pada pengujian validitas.

## 2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan sebagai pembuktian atas kelayakan kuesioner yang dapat dipercaya atau tidak sekaligus pengujian konsistensi dari sebuah kuesioner. Pengujian ini menggunakan teknis *Cronbach' alpha*, apabila nilai *Cronbach' alpha* > 0,6 maka pernyataan dapat dikatakan reliabel.

*Tabel 5. 3 Output Uji Reliabilitas Variabel Official Account Instagram @narasinewsroom (X)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	7

Pada tabel 5.3 memperlihatkan bahwa variabel official account Instagram @narasinewsroom menghasilkan *Cronbach' alpha* senilai 0,781 > 0,6 yang artinya data yang teruji adalah reliabel/dapat dipercaya.

*Tabel 5. 4 Output Uji Reliabilitas Variabel Literasi Politik Gen Z (Y)*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.888	9

Pada tabel 5.4 terlihat bahwa variabel literasi politik menghasilkan *Cronbach' alpha* senilai 0,888 > 0,6 artinya data yang teruji adalah reliabel/dapat dipercaya.

## E. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Pengujian pada bagian ini dilakukan untuk melihat nilai residual atau tiap variabel penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan *Kolgomorov-Smirnov* dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-

Tailed). Data akan dinyatakan terdistribusi normal, jika nilai Asymp. Sig (2-Tailed) > nilai alpha (0,05). Sebaliknya, apabila nilai Asymp. Sig (2-Tailed) < nilai alpha (0,05) artinya data tidak terdistribusi normal.

*Tabel 5. 5 Output Uji Normalitas*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual	
N		83	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.51697542	
Most Extreme Differences	Absolute	.088	
	Positive	.077	
	Negative	-.088	
Test Statistic		.088	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.170	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.113	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.104
		Upper Bound	.121

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

Berdasarkan tabel 5.5 menunjukkan bahwa data-data pada penelitian ini sudah terdistribusi normal dikarenakan nilai Asymp. Sig (2-Tailed) yang dihasilkan  $0.170 > 0,05$ .

## 2. Uji Hipotesis/Regresi Linier Sederhana

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan dalam suatu penelitian yang kemudian jawaban tersebut diperlukan uji empiris untuk membuktikan kebenaran. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana, dimana hipotesis pada penelitian ini adalah:

$H_0$  : Tidak ada pengaruh *Official Account* Instagram @nrasinewsroom terhadap literasi politik Generasi Z

$H_1$  : Ada pengaruh *Official Account* Instagram @nrasinewsroom terhadap literasi politik Generasi Z

Keterangan:  $H_0$  ditolak, jika nilai signifikan < alpha 5%

Berikut pemaparan dari hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini:

**a) Uji Serentak (Uji F)**

Pengujian serentak/ simultan dengan analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur secara linier hubungan diantara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Hasil dari uji F sebagai berikut:

*Tabel 5. 6 Output Uji F*

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	816.889	1	816.889	65.237	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1014.268	81	12.522		
	Total	1831.157	82			

a. Dependent Variable: Literasi Politik Gen Z

b. Predictors: (Constant), Official Account Instagram @narasinewsroom

Melihat dari tabel diatas, menghasilkan ouput nilai  $F_{hitung}$  yaitu 65,237. Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sebaliknya, apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Berdasarkan tabel 5.7, diketahui  $F_{hitung}$  sebesar  $65,237 > F_{tabel} 3,959$  serta didukung dengan nilai signifikan  $0,001 < \text{nilai } \alpha 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa variabel Instagram @narasinewsroom (X1) berpengaruh terhadap variabel Literasi Politik Gen Z (Y1). Dengan ini, dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Alhasil, adanya hubungan signifikan diantara variabel Instagram @narasinewsroom (X1) dengan variabel Literasi Politik Gen Z (Y1).

**b) Uji Hopotesis Parsial (Uji T)**

Pengujian parsial dilakukan untuk mengetahui keputusan atas hipotesis mana yang ditolak atau diterima pada penelitian ini. Uji T adalah pengujian secara parsial untuk mengukur pengaruh diantara variabel bebas dengan variabel terikat. Dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Namun, apabila nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Berikut hasil dari uji T:

**Tabel 5. 7 Output Uji T**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.306	3.899		1.617	.110
	Official Account Instagram @narasinewsroom	1.052	.130	.668	8.077	<.001

a. Dependent Variable: Literasi Politik Gen Z

Jika dimasukkan pada persamaan regresi seperti berikut:

$$Y = 6,306 + 1,052x$$

Terlihat nilai konstanta yaitu 6,306, artinya Instagram @narasinewsroom akan bernilai sebesar 6,306 apabila Literasi Politik Gen Z sama dengan nol. Penjelasan adalah pengikut/ penyimak Instagram @narasinewsroom akan menurun jika tidak ada Literasi Politik Gen Z.

Variabel bebas (Instagram @narasinewsroom) memperoleh nilai positif terhadap variabel terikat (Literasi Politik Gen Z) dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 1,052. Hal ini memperjelas bahwa jika Instagram @narasinewsroom meningkat 1 persen maka Literasi Politik Gen Z akan meningkat sebanyak 1,052 persen dengan asumsi variabel bebas lain konstan.

Melalui tabel diatas, uji hipotesis parsial menghasilkan nilai  $T_{hitung}$  yakni 8,077. Dengan nilai  $T_{tabel}$  diketahui 1,663, maka dapat dinyatakan bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan nilai signifikan menunjukkan sebesar  $0,001 < \text{nilai } \alpha 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Instagram @narasinewsroom ( $X_1$ ) memiliki pengaruh dengan variabel Literasi Politik Gen Z ( $Y_1$ ).

**c) Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi pada penelitian dilakukan supaya dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas untuk variabel terikat atau kata lainnya sebagai pengukur atas kekuatan variabel X terhadap variabel Y.

*Tabel 5. 8 Output Uji Koefisien Determinasi*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 <sup>a</sup>	.446	.439	3.539

a. Predictors: (Constant), Official Account Instagram @narasinewsroom

b. Dependent Variable: Literasi Politik Gen Z

Hasil atas pengujian ini mendapatkan temuan bahwa koefisien determinasi R Square penelitian ini adalah 0,446 sehingga sebesar 44,6% variasi pada variabel Y (literasi politik gen z) dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel X (Instagram @narasinewsroom). Kemudian, sisanya 55,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini.

Dalam melihat posisi kuadran dalam nilai korelasi tersebut, peneliti menggunakan pengelompokan dari Neolaka (2014) mengenai tingkat hubungan antara variabel diketahui dari tabel berikut:

*Tabel 5. 9 Interval Koefisien Tingkat Hubungan*

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Berdasarkan tabel 5.7, dilihat dari perolehan pengujian koefisien determinasi R Square di penelitian ini yaitu 0,446, sehingga interpretasi atas tingkat hubungan pada interval koefisien berada di posisi “cukup”. Demikian pernyataan hipotesis atas “Ada pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik Generasi Z” dapat “**diterima**”.

## F. Pembahasan

### 1. Analisis Berdasarkan Gender

*Tabel 5. 10 Koefisien Determinasi Berdasarkan Gender Laki-Laki*

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 <sup>a</sup>	.485	.472	3.161

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

*Tabel 5. 11 Koefisien Determinasi Berdasarkan Gender Perempuan*

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 <sup>a</sup>	.411	.396	3.942

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel-tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tabel 5.10 menunjukkan responden berjenis kelamin laki-laki menghasilkan R Square 0,485, yang artinya sebanyak 48,5% merupakan besaran pengaruh *official account* Instagram @narasnewsroom terhadap literasi politik generasi Z. Sedangkan pada tabel 5.11 terdapat responden berjenis kelamin perempuan menghasilkan nilai R Square 0,411 atau 41,1%. Dapat dinyatakan bahwa responden laki-laki memperlihatkan besaran pengaruh lebih besar dibandingkan dengan responden perempuan yaitu  $48,5\% > 41,1\%$ .

### 2. Analisis Berdasarkan Tahun Akademik

*Tabel 5. 12 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2019*

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 <sup>a</sup>	.371	.338	3.780

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

**Tabel 5. 13 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2020**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 <sup>a</sup>	.498	.456	3.164

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

**Tabel 5. 14 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2021**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 <sup>a</sup>	.467	.442	3.714

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

**Tabel 5. 15 Koefisien Determinasi Berdasarkan Tahun Akademik 2022**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 <sup>a</sup>	.554	.535	3.149

- a. Predictors: (Constant), X
- b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel-tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tabel 5.12 menghasilkan R Square senilai 0,371 yang artinya responden tahun akademik 2019 memiliki besaran pengaruh sebanyak 37,1% atas *official account* Instagram @narsinewsroom terhadap literasi politik generasi Z. Lalu di tabel 5.13, R Square yang diperoleh responden tahun akademik 2020 yaitu 0,496 atau 49,6%. Sedangkan pada tabel 5.14, nilai R Square dari

responden tahun akademik 2021 menunjukkan angka 0,467 yang sama dengan 46,7%. Dan di tabel 5.15, responden tahun akademik 2022 mendapatkan nilai R Square sebanyak 0,554 atau 55,4%. Artinya, bahwa responden tahun akademik 2022 memiliki besaran pengaruh *official account* Instagram @narasinewsroom terhadap literasi politik generasi Z lebih tinggi diantara tahun akademik 2019, 2020, dan 2021.

### **3. Analisis Berbasis Indikator Komunikasi Politik pada Instagram @narasinewsroom (Variabel X) dan Indikator Literasi Politik (Variabel Y)**

Berdasarkan hasil kuesioner dari indikator variabel X, dapat ditemukan bahwa responden menjawab opsi sangat setuju dan setuju didominasi pada gabungan pernyataan dari indikator media komunikasi politik yaitu dengan jumlah 2 (dua) pernyataan yaitu pernyataan no. 2 dengan memperoleh hasil 33 mahasiswa memilih sangat setuju (SS) dan 42 mahasiswa memilih setuju (S). Lalu untuk pernyataan no. 3 mendapatkan hasil 30 mahasiswa memilih sangat setuju (SS) dan 43 mahasiswa memilih setuju (S).

Berbeda dengan indikator variabel Y, diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju dan setuju didominasi pada gabungan pernyataan dari indikator partisipasi politik yang terdiri dari 3 (tiga) pernyataan. Pertama, pernyataan no. 7 terdapat 18 mahasiswa memilih sangat setuju (SS) dan 47 orang memilih setuju (S). Kedua, pernyataan no. 8 menunjukkan ada 24 mahasiswa memilih sangat setuju (SS) dan 37 mahasiswa memilih setuju (S). Ketiga, pernyataan no. 9 menghasilkan sebanyak 28 mahasiswa memilih sangat setuju (SS) dan 39 mahasiswa memilih setuju (S).

Membahas mengenai media komunikasi politik yang digunakan oleh Instagram @narasinewsroom berupa konten kreatif video/ teks bergambar, hal ini disebabkan oleh perkembangan komunikasi massa yang diadopsi oleh media sosial saat ini. Berbagai fitur yang disediakan Instagram sepenuhnya dimanfaatkan oleh instansi media massa seperti Narasi dalam

menyebarkan informasi yang mereka produksi. Melalui hasil kuesioner, konten-konten yang tayang pada Instagram Reels dan Instagram Feed yang menggunakan tagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 secara tidak langsung memiliki kesan menarik dan mudah dimengerti/dipahami pada sebagian besar responden.

Ungahan dari Instagram @narasinewsroom menggunakan beragam fitur Instagram, serta yang aktif dan mendominasi yaitu fitur reels dan feed. Tayangan Instagram Reels ini sering disebut juga sebagai *flash news*, yang memiliki sifat *to the point* sebagai kelebihanannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Salsabila, Yudhapramesti, and Nusantara Bakry (2023) bahwa audiens tidak memerlukan waktu lama untuk mendapatkan berita terkini, dan dapat menghibur serta secara bersamaan dapat merasakan realitas atas fenomena yang disajikan dalam video yang berhubungan dengan topik dalam durasi kurang lebih 1 menit.

Dapat dikatakan juga bahwa dalam bermedia sosial, hal yang pertama dilihat oleh khalayak adalah “konten” baik berupa video ataupun teks bergambar pada postingan tersebut dibandingkan caption penunjang konten. Pada Instagram Feed, konten yang disajikan berupa foto/teks bergambar yang didalamnya mengandung elemen-elemen visual yang dapat menjelaskan isi pesan ke penyimak. Dari Kusrianto (2007) menjelaskan bahwa konten visual yang baik yaitu konten yang dapat mengkomunikasikan suatu pesan dalam elemen-elemen grafis berupa gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan *layout*, sehingga memberi kesan menarik kepada penyimak.

Untuk itu pula, dalam memproduksi konten baik video atau teks bergambar diperlukan strategi kreativitas, informatif, dan komunikatif sehingga pesan visual yang disajikan dapat dengan jelas dimengerti dan menciptakan citra untuk mudah diingat. Hal ini telah diterapkan oleh Instagram @narasinewsroom dalam memproduksi konten video/teks bergambar sebagai media komunikasi politik dalam menayangkan berita-berita seputar pemilu 2024. Kemudian konten yang dinikmati oleh

penyimak tersebut dapat memberikan sebuah *output* yang berpengaruh pada diri penyimak seperti partisipasi politik.

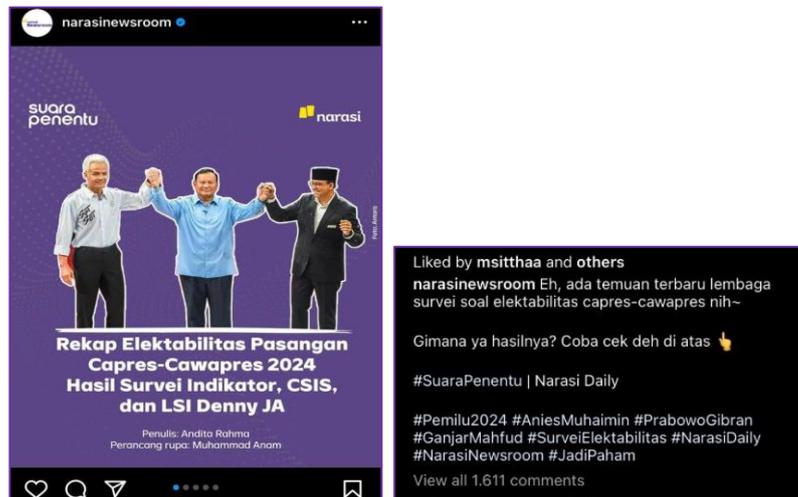
Pembicaraan mengenai media sosial Instagram dan partisipasi politik sudah tidak jarang lagi, apalagi mengetahui bahwa sasaran pada penelitian ini adalah generasi Z. Generasi yang dibidang dekat sekali dengan namanya media sosial ini memiliki ketertarikan dengan perkembangan berita terkini. Pakar komunikasi digital, Anthony Leong menjelaskan bahwa media sosial saat ini berperan penting untuk memenangkan pasangan calon dalam ajang pemilihan umum baik pilpres, pileg maupun pilkada (Dewi 2018). Komunikasi politik dan simbol-simbol pada berita yang tersajikan dalam media sosial ini bertujuan untuk memberikan sebuah pandangan dan wawasan mengenai peristiwa politik yang sedang terjadi.

Indikator partisipasi politik yang tercantum pada kuesioner penelitian ini terdiri dari tiga point yaitu diskusi atau beropini secara verbal maupun non-verbal, partisipasi pada serangkaian kegiatan politik menjelang pemilu dan memengaruhi pertimbangan dalam menggunakan hak suara. Berhubungan dengan upaya dari Instagram @narasinewsroom dalam memengaruhi partisipasi khalayak dalam pemilihan umum. Hal ini tidak mudah dilakukan oleh media massa, sebab respon yang diberikan tiap individu berbeda dan bergantung dengan karakter masing-masing. Pengolahan pesan dalam komunikasi politik pada konten kreatif yang sesuai dengan kebutuhan khalayak inilah yang dapat meningkatkan partisipasi khalayak pada kegiatan politik (Yodiansyah 2017).

Menjadi bagian dari unsur utama literasi politik, partisipasi merupakan tujuan akhir dari kegiatan politik. Khususnya saat menjelang pemilihan presiden dan wakil presiden, membuat banyak media massa meliput peristiwa tersebut sebagai *headline* utama pada konten berita mereka. Fitur yang disediakan oleh Instagram inilah yang memberi peluang bagi masyarakat untuk dapat membicarakan politik dalam akun Instagram mereka. Salah satu fitur tersebut adalah kolom komentar yang ada pada postingan Instagram Feed dan Instagram Reels. Berikut postingan Narasi

Daily bertagar #Pemilu2024 yang berupa konten teks bergambar mendapatkan banyak komentar sebagai wadah diskusi politik khalayak.

*Gambar 5. 1 Konten Narasi Daily Memperoleh 1.611 Komentar*



Tak hanya secara daring, diskusi politik juga dapat berlangsung secara luring dalam artian pembicaraan langsung di kehidupan nyata seperti di perkuliahan, perkantoran, lingkungan rumah hingga sebagai bahan obrolan di tongkrongan anak muda. Adapun fenomena ini, membuat Instagram sebagai platform penunjang sarana untuk khalayak dapat bertukar informasi dan kebebasan atas berargumentasi inilah yang dapat menciptakan kesamaan persepsi dan sikap, yang akhirnya membentuk sebuah kecondongan pada salah satu pihak yang menjadi topik pembicaraan (Anggraini, Ariesta, and Wuryanta 2022).

Selain diskusi politik seperti beropini secara verbal atau non-verbal, keikutsertaan dalam kegiatan politik dan menentukan pilihan politik juga merupakan bagian dari partisipasi politik. Dalam proses menjelang pesta demokrasi pada 2024, generasi Z dapat berpartisipasi sebagai panitia pemungutan suara (pps) ditingkat kelurahan/ desa (pps), kelompok penyelenggara pemungutan suara (kpps), panitia pegawai pemilu, ikut dalam kegiatan kampanye dan lain-lain. Kegiatan tersebut merupakan beberapa dari sekian banyak kegiatan politik dalam mempersiapkan pemilu serentak 2024.

Kemudian pertimbangan masyarakat atas penentuan dalam pemberian suara menjadi puncak dari tujuan pemilu 2024. Berasal dari informasi yang cukup (jika netral) disediakan oleh media massa dapat membekali khalayak sehingga membantu mereka dalam membuat keputusan jangka panjang dengan tetap mengamati tujuan yang lebih luas (Javaid dan Elah dalam Anggraini et al. 2022). Namun, konsumsi media tiap individu memiliki intensitas, frekuensi dan durasi yang berbeda, hal ini membuat keputusan sikap dan pola voting masyarakat yang berbeda juga (Lee dalam Anggraini et al.2022). Demikian, respon khalayak setelah mengakses berita melalui Instagram @narasinewsroom dapat memengaruhi keaktifan partisipasi politik pada sebagian besar responden dengan pertimbangan keputusannya sesuai karakter masing-masing.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan peneliti selama penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih ada keterbatasan-keterbatasan yang dilalui dan alami sehingga menjadi refleksi bagi peneliti untuk kedepannya dapat menyempurnakan penelitian ini dan penelitian berikutnya. Berikut keterbatasan dari penelitian ini;

1. Dengan jumlah responden 83 orang ternyata masih kurang dalam mencerminkan fenomena atau realita yang terjadi dilapangan.
2. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini hanya satu yaitu Instagram @narasinewsroom untuk memengaruhi literasi politik gen Z. Namun, diluar sana masih ada banyak variabel bebas lainnya yang dapat memberi pengaruh terhadap literasi politik gen Z.
3. Pada saat pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik berupa angket/ kuesioner. Alhasil, data yang diperoleh tidak sepenuhnya menggambarkan pendapat responden secara nyata.
4. Pada proses penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial (broadcast, personal chat dan group Whatsapp, menfess Twitter, *direct message* Instagram) sehingga peneliti merasa membutuhkan waktu sedikit lama dalam mendapatkan respon dari mahasiswa yang memenuhi kriteria.

## **BAB VI PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Mengacu dari hasil penelitian “Pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom Terhadap Literasi Politik Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo). Dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variable *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap variable literasi politik gen Z. Didukung dengan bukti atas pengujian hipotesis simultan/ uji F yang menghasilkan nilai  $F_{hitung} sebesar 65,237 > F_{tabel} 3,959$ , sehingga dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Interpretasinya, ada pengaruh signifikan diantara variabel *Official Account* Instagram @narasinewsroom ( $X_1$ ) terhadap variable literasi politik gen Z ( $Y_1$ ). Selanjutnya, melalui uji hipotesis parsial/ uji T menunjukkan  $T_{hitung} 8,077 > T_{tabel} 1,663$ , maka dapat dinyatakan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, variabel *Official Account* Instagram @narasinewsroom memiliki pengaruh terhadap variabel literasi politik gen Z.
2. Besaran atas pengaruh variabel *Official Account* Instagram @narasinewsroom terhadap variabel literasi politik gen Z adalah 44,6%. Diketahui dari hasil pengujian koefisien determinasi dengan menunjukkan nilai R Square sebesar 0,446 yang berarti 44,6% variasi pada variabel Y (literasi politik gen z) dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel X (Instagram @narasinewsroom). Alhasil, sisa 55,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya tidak dijelaskan pada penelitian ini. Demikian, hipotesis ( $H_1$ ) pada penelitian ini dinyatakan “**diterima**”.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, peneliti menyusun beberapa saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian sejenis dengan variasi media sosial dapat diperluas dan diperlanjut.
2. Perlu dilakukan skala nasional agar mendapatkan hasil yang sempurna.
3. Variabel bebas selain Instagram @narasinewsroom masih banyak yang bisa dijadikan sumber literasi. Pada penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Alam, Sukma. 2021. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik." *AVANT GARDE Jurnal Ilmu Komunikasi* 09(01).
- Anggraini, Devianti, Aang Wahyu Ariesta, and A.G Eka Wenats Wuryanta. 2022. 11 *Jurnal Ilmu Komunikasi Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pemilihan Umum Presiden RI 2019*.
- Anjani, Anatasia. 2019. "Akun Instagram @PinterPolitik Sebagai Platform Literasi Digital (Studi Deskriptif Pada PinterPolitik.Com)." Universitas Brawijaya.
- APJII. 2022. "Profil Internet Indonesia 2022." *Apji.or.Od* (June).
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Ayu, Dewa, Dwi Damaiyanti, Sastrawan Supervisor, and Johan Lindell. 2021. *The Instagram News Logic: The Encoding and Decoding of News Credibility on Instagram in the COVID-19 Infodemic in Indonesia*.
- Bakti, Andi Faisal et al. 2017. *FIKOM UP Press Literasi Politik Dan Kampanye Pemilu*. Jakarta: FIKOM UP Press. <http://sisdam.univpancasila.ac.id/uploads/repository/lampiran/DokumenLampiran-18052021190726.pdf#page=51>.
- Baskara, Andreyan Rizky. 2021. *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Crick, Bernard. 2000. *Essays on Citizenship*. London: British Library.
- Denver, David, and Gordon Hands. 1990. "Does Studying Politics Make a Difference? The Political Knowledge, Attitudes And Perceptions Of School Students." *British Journal of Political Science* 20(2): 263–79.
- Dewi, Fitri Sartina. 2018. "Tren Pemilu: Media Sosial Berperan Penting Dalam Kampanye." *teknologi.bisnis.com*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20180720/105/818736/tren-pemilu-media-sosial-berperan-penting-dalam-kampanye> (January 2, 2024).
- Dewi, Retia Kartika. 2022. "Jadwal Lengkap Dan Tahapan Pemilu 2024." *Kompas.com*.

<https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/11/170000065/jadwal-lengkap-dan-tahapan-pemilu-2024?page=all> (May 4, 2023).

- Elizabeth, Misbah Zulfa et al. 2021. *Pedoman Penyusunan Tugas Akhir/ Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip) UIN Walisongo.
- Gatara, Sahid, and Nurjaman. 2017. “Literasi Politik Masyarakat Pesisir Dan Manajemen Partai Politik.” *JISPO*.
- Gerintya, Scholastica. 2018. “Bagaimana Teknologi Memengaruhi Masa Depan Generasi Z.” *tirto.id*. <https://tirto.id/bagaimana-teknologi-memengaruhi-masa-depan-generasi-z-cFHP> (December 4, 2023).
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- . 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grail Research. 2011. *Consumers of Tomorrow Insights and Observations About Generation Z*.
- Hadi, Mohamad Firman. 2019. “Analisis Kajian Literasi Politik Pada Channel Youtube Asumsi.” UIN Syarif Hidayatullah.
- Hajad, Vellayati. 2018. “MEDIA DAN POLITIK (Mencari Independensi Media Dalam Pemberitaan Politik).” *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2(2): 1–10.
- Hasyim, Muh Fathoni. 2020. “Literasi Politik Komunitas Samin Di Bojonegoro Dalam Pemilu Perspektif Fiqh Siyasah.” *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*: 225–38.
- Herman, Achmad. 2013. *Dasar-Dasar Komunikasi Politik*. Palu: UNTAD Press.
- Heryanto, Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik; Relasi Kuasa Media Di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Ibrahim, Andi et al. 2018. *Metode Penelitian*. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Indrawan, Jerry, Ruth Elfrita Barzah, and Hermina Simanihuruk. 2023. “Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial.” *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 6(1): 109–18.
- Intyaswati, Drina. 2022. *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA TERKAIT PARTISIPASI POLITIK*. CV. Pena Persada.
- Kaltimtoday. 2022. “Survei LPMM: Generasi Z & Y Mayoritas Pilih Ketum Golkar Airlangga Untuk Presiden 2024.” *Kaltimtoday.co*.

<https://kaltimtoday.co/survei-lpmm-generasi-z-y-mayoritas-pilih-ketum-golkar-airlangga-untuk-presiden-2024/> (April 16, 2023).

- Kantaprawira, Rusadi. 2004. *Sistem Politik Indonesia Suatu Model Pengantar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Katarudin, Huzaifa, and Nora Eka Putri. 2020. "Pengaruh Literasi Politik Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilukada Kota Pariaman Tahun 2018." *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)* 2(2): 70–79.
- Kenski, Kate, and Kathleen Hall Jamieson. 2017. *The Oxford Handbook of Political Communication*. New York: Oxford University Press.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kustiawan, Winda et al. 2022. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @narasinewsroom Pemanfaatan Dalam Aktivitas Komunikasi Politik*.
- Madhok, Sumi. 2005. *Autonomy, Political Literacy and The "Social Woman": Towards a Politics of Inclusion*. 163-164.
- Mahdi, M Ivan. 2022. "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022." *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Meta. 2023. "About Instagram." <https://help.instagram.com/424737657584573> (February 5, 2023).
- Mufti, Muslim. 2013. *Teori-Teori Politik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Muhamad, Nabilah. 2023. "KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi Oleh Kelompok Gen Z Dan Milenial." *databoks.katadata.co.id*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial> (November 3, 2023).
- Muliya, Deni, and Iman Firdaus. 2022. "Najwa Shihab Dan Mimpi Narasi Sebagai Jaringan Komunitas Anak Muda." *kompas.tv*. <https://www.kompas.tv/kolom/277063/najwa-shihab-dan-mimpi-narasi-sebagai-jaringan-komunitas-anak-muda?page=all> (November 4, 2023).
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, Dan. 1993. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan Dan Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Nimmo, Dan, Tjun Surjaman, and Jalaludin Rakhmat. 2006. *Komunikasi Politik: Khalayak Dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noris, Pippa. 2004. "Political Communications." *Encyclopedia of the Social Scinces*.
- Novian, Rayhan Musa, and Doddy Rusmono. 2021. "Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Tingkat Literasi Politik Siswa ( Studi Deskriptif Pada Siswa Sma Negeri 3 Batam )." *Jurnal Publis* 5(2): 26–33.
- Nur, Emislyah. 2020. "Tanggapan Generasi Z Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mendukung Keterlibatan Dalam Pemilu Legislatif 2019." *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* 24(2): 117–31.
- Nurhayati, Hanadian. 2022. "Share of Instagram Users in Indonesia as of August 2022, by Age Group." *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/> (February 25, 2023).
- Nurlaela, Ela. 2022. "Benarkah Gen Z Tidak Tertarik Berita Sosial Politik?" *Kumparan.com*. <https://kumparan.com/millennial/benarkah-gen-z-tidak-tertarik-berita-sosial-politik-1xocB1PWjIj/full> (July 6, 2023).
- Nuspira, Rani. 2022. "Persepsi Generasi Milenial Terhadap Akun Instagram PinterPolitik Sebagai Media Pendidikan Politik." Universitas Hasanuddin.
- "Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Tahapan Dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilihan Umum Tahun 2024."
- Pontes, Ana Isabel, Matt Henn, and Mark D. Griffiths. 2017. "Youth Political (Dis)Engagement and the Need for Citizenship Education: Encouraging Young People's Civic and Political Participation through the Curriculum." *Education, Citizenship and Social Justice* 14(1): 3–21.
- Pradana, Yudha. 2017. "Peranan Media Sosial Dalam Pengembangan Melek Politik Mahasiswa." *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan* 14(2): 139–45.
- Prasetyawan, Yanuar Yoga. 2020. "Pengalaman Informasi Pemilih Pemula Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Pembelajaran Politik Dalam Menentukan Pilihan Calon Presiden." *Khizanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan* 8(1): 21.
- Putra, Yanuar Surya. 2016. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9.
- El Qudsi, Mohammad Ichlas, and Ilham Ayatullah Syamtar. 2020. "Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada

- Mahasiswa Universitas Pertamina).” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4(2): 167.
- Rahmadini, Siti Zahra. 2021. “Pengaruh Official Account Instagram Tirtoid Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial.”
- Rastati, Ranny. 2018. “Media Literasi Bagi Digital Native: Perspektif Generasi Z Di Jakarta.” *Jurnal Kwangsan* 6(1): 60.
- Riadi, Edi. 2016. *Statistika Penelitian Analisis Manual Dan IBM SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Rosadi, Bakhtiar, Cecep Darmawan, and Leni Angraeni. 2020. “The Influence of Political Message on Social Media for Increasing The Political Literacy of Millennial.” *Jurnal Civicus* 20(1): 26–30.
- Salsabila, Deandra, Pandan Yudhapramesti, and Gema Nusantara Bakry. 2023. “Motif Khalayak Dalam Mengakses Konten Berita Di Instagram Reels @NarasiNewsroom.” *Jurnal Komunikasi Global* 12(1).
- “Sejarah FISIP UIN Walisongo.” *fisip.walisongo.ac.id*. <https://fisip.walisongo.ac.id/sejarah/#> (December 12, 2023).
- “Sejarah Singkat.” *pai.walisongo.ac.id*. [https://pai.walisongo.ac.id/?page\\_id=305](https://pai.walisongo.ac.id/?page_id=305) (December 12, 2023).
- Setiawan, Asep. 2019. *Komunikasi Politik*. Jakarta.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sladek, Sarah, and Alyx Grabinger. 2014. *Gen Z: The First Generation of the 21st Century Has Arrived!* [https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ\\_Final-dl1.pdf](https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf) (December 4, 2023).
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. 7th Ed.* Bandung: Alfabeta.
- . 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Grasindo.
- Syarbaini, Syahrial, Syurya Muhammad Nur, and erman Anom. 2021. *Teori Media Dan Strategi Komunikasi Politik*. Jakarta: Esa Unggul Press.
- Syaumi, Putri Hikari. 2018. *Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Partisipasi Politik Offline Melalui Ekspresi Politik Media Daring*.

- Tosepu, Yusrin Ahmad. 2018. *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)*. Surabaya: CV Jakad.
- Tulgan, Bruce. 2013. *Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant "Millennial" Cohort*. New Haven.
- Yodiansyah, Hefri. 2017. "Komunikasi Politik Media Surat Kabar Dalam Studi Pesan Realitas Politik Pada Media Cetak Riau Pos Dan Tribun." *Jurnal Kajian Komunikasi* 5 No 1(42): 11–30.

## LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Kuesioner Penelitian*



## Pengaruh *Official Account* Instagram @narasinewsroom Terhadap Literasi Politik Generasi Z

Assalamualaikum Wr. Wb.

Kepada Yth.

Responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian saya

Perkenalkan saya Salma Azzahra, mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "Pengaruh Official Account Instagram @narasinewsroom Terhadap Literasi Politik Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo)". Sehubungan dengan hal tersebut saya meminta kesediaan saudara untuk menjadi responden pada penelitian saya.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mahasiswa Ilmu Politik UIN Walisongo (angkatan 2019-2022) berusia 18-24
2. Mengikuti akun Instagram @narasinewsroom / pernah menyimak konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada Instagram @narasinewsroom
3. Terdaftar sebagai Daftar Pemilih Tetap (DPT) pada Pemilu 2024 (silahkan cek pada laman <https://cekdptonline.kpu.go.id/>)

Terdapat reward e-wallet untuk 15 partisipan beruntung!! 🍀🍀

Semua identitas dan informasi yang saudara berikan terjaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademis. Atas kesediaan dan partisipasi saudara dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih. Waalaikumsalam Wr. Wb.

Hormat saya

Salma Azzahra



	politik profesional dalam konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024.					
2.	<i>Official account</i> Instagram @narasnewsroom menyuguhkan konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mengandung pesan politik.					
3.	<i>Official account</i> Instagram @narasnewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang mudah dipahami.					
4.	<i>Official account</i> Instagram @narasnewsroom menyajikan konten kreatif berupa video dan teks bergambar bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang menarik.					
5.	<i>Official account</i> Instagram @narasnewsroom menyuguhkan konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 sesuai dengan karakter Gen Z (visual dan gaya bahasa)					
6.	<i>Official account</i> Instagram @narasnewsroom dalam menyebarkan konten bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024					

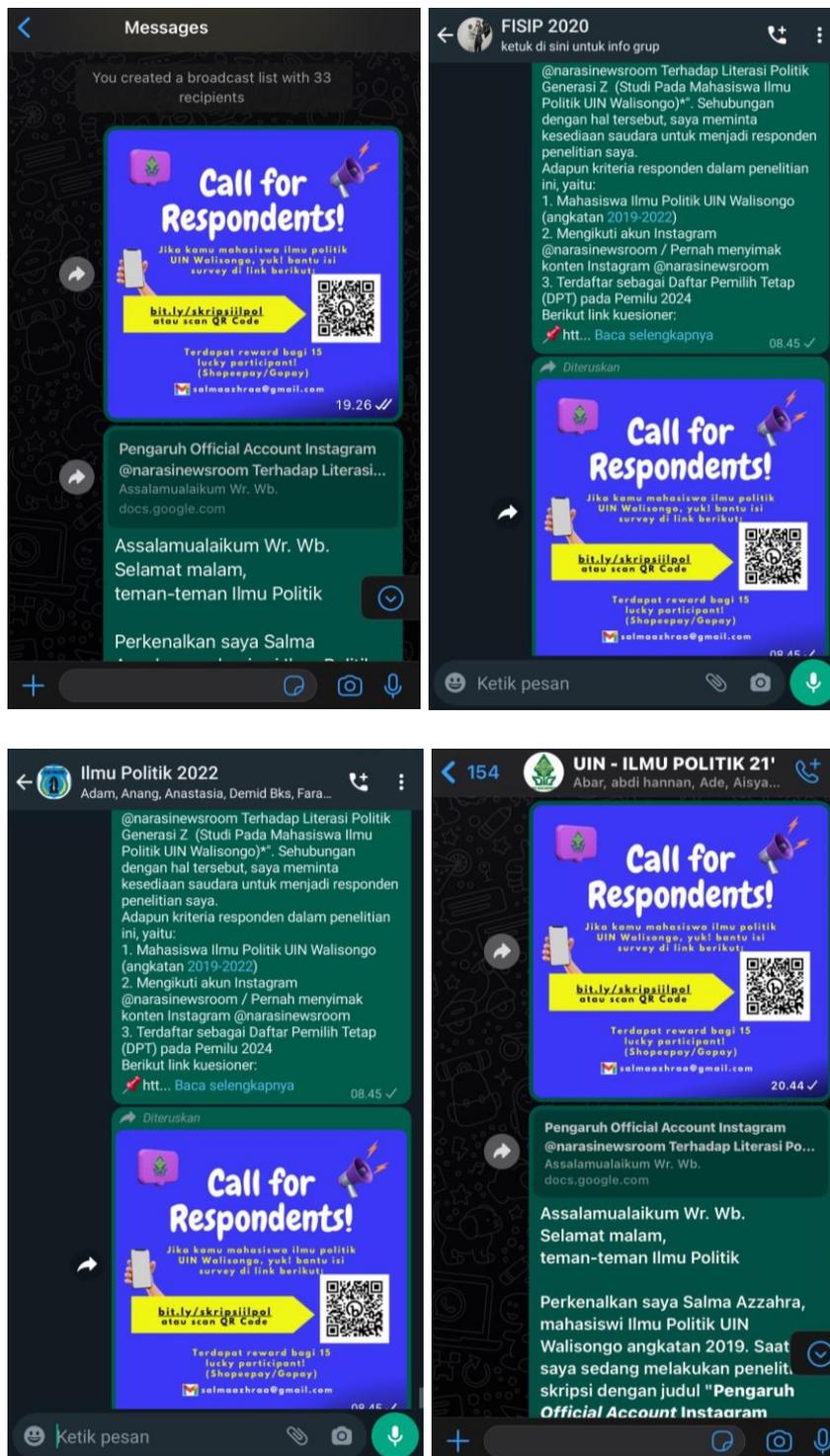
	mampu memberi efek politik berupa respon publik (contoh: berpendapat/ berpartisipasi).					
7.	Pada konten berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di <i>Official account</i> Instagram @narasinewsroom mengandung lima elemen komunikasi politik yaitu komunikator politik profesional, pesan politik, media komunikasi politik, khalayak politik, dan efek politik.					
<b>Mengetahui Perihal Literasi Politik Generasi Z</b>						
1.	Literasi politik yang baik harus dimiliki tiap individu					
2.	Literasi politik yang baik ditandai dengan adanya pengetahuan, kesadaran, dan partisipasi politik yang baik pula					
3.	Saya mendapat banyak informasi mengenai Kontestasi Pemilu 2024 melalui berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di <i>official account</i> Instagram @narasinewsroom					
4.	Informasi dalam berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 yang disajikan <i>official account</i> Instagram @narasinewsroom membuat saya lebih memahami					

	masalah politik menjelang Pemilu 2024					
5.	Berita bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada official account Instagram @narasinewsroom dapat menumbuhkan kesadaran saya menjadi warga negara yang baik khususnya pada kegiatan politik menjelang Pemilu 2024					
6.	Melalui pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 dalam <i>official account</i> Instagram @narasinewsroom saya bisa menilai dan bereaksi terhadap permasalahan menjelang Pemilu 2024 yang ada					
7.	Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 di <i>official account</i> Instagram @narasinewsroom membantu saya beropini baik secara verbal (berbicara) maupun non-verbal (media sosial).					
8.	Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada official account Instagram @narasinewsroom memengaruhi saya untuk berpartisipasi dalam rangkaian kegiatan Pemilu 2024					

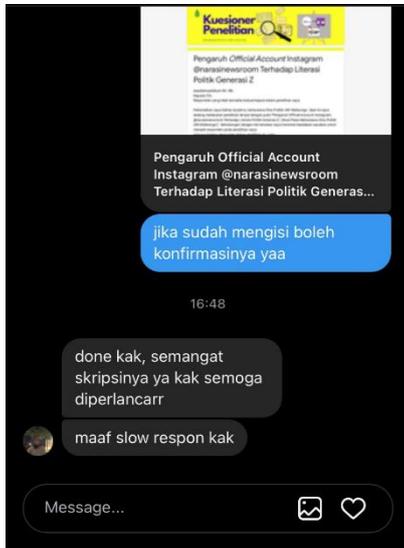
9.	Pemberitaan bertagar #Pemilu2024 dan #Pilpres2024 pada official account Instagram @narasinewsroom memberikan saya sebuah pertimbangan untuk menggunakan hak suara pada Pemilu 2024					
----	--	--	--	--	--	--

## Lampiran 2 Dokumentasi Pengumpulan Data Penelitian

### A. Broadcast Whatsapp



## B. Direct Message Instagram



## C. Twitter



*Lampiran 3 Output Uji Validitas dan Reliabilitas*

**1. Variabel X (Independent/Bebas)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	25.57	7.127	.444	.764
X2	25.45	6.884	.520	.750
X3	25.48	6.911	.501	.754
X4	25.54	6.715	.547	.744
X5	25.47	6.764	.546	.745
X6	25.57	6.712	.497	.755
X7	25.63	6.871	.477	.759

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	7

**2. Variabel Y (Dependent/Terikat)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	32.95	19.998	.448	.890
Y2	33.05	19.461	.513	.886
Y3	33.69	17.096	.652	.876
Y4	33.52	17.545	.748	.868
Y5	33.53	16.984	.718	.869
Y6	33.53	17.496	.744	.868
Y7	33.65	17.718	.713	.870
Y8	33.67	17.100	.630	.878
Y9	33.52	17.619	.636	.877

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	9

#### *Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup*

1. Nama : Salma Azzahra
2. Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 11 September 1999
3. Alamat : Jl. Bang Inggris 354 Kota Semarang
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Prodi : Ilmu Politik
7. Pendidikan
  - a. SD : SD Mahad Islam
  - b. SMP : MTS NU Banat Kudus  
SMP Institut Indonesia
  - c. SMA : SMAN 1 Semarang
8. Pengalaman Organisasi : PMR SMAN 1 Semarang  
MPK SMAN 1 Semarang
9. Email : [salmaazhrra@gmail.com](mailto:salmaazhrra@gmail.com)

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini dibuat dengan seharusnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 7 Desember 2023

Salma Azzahra