

**PARTISIPASI POLITIK GENERASI Z PADA AKUN MEDIA SOSIAL X
@ANIESBUBBLE**

Layli Yusriah¹, Saeful Mujab²
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya^{1,2}
e-mail: saeful.mujab@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Partisipasi politik tidak terlepas dari komunikasi politik, di mana media sosial menjadi ruang baru bagi Generasi Z untuk mengekspresikan keterlibatan mereka dalam politik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk partisipasi politik Generasi Z di media sosial, khususnya melalui akun @aniesbubble di media sosial X. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan satu informan kunci, yaitu admin akun @aniesbubble, serta empat informan pendukung yang merupakan pengikut akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi politik yang dilakukan melalui media sosial X @aniesbubble tidak hanya sebatas kampanye digital dan penyebaran informasi, tetapi juga mencakup lobi politik, keterlibatan dalam komunitas, serta menyuarakan tindakan kontra terkait peraturan yang ditetapkan pemerintah apabila merugikan masyarakat. Selain itu, ditemukan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam membangun interaksi antara tokoh politik dan pemilih muda, serta menjadi sarana bagi Generasi Z untuk menyuarakan aspirasi politik mereka secara lebih luas dan efektif. Saran untuk penelitian mendatang dapat membandingkan peran dari media sosial lain.

Kata Kunci: *Aniesbubble, Generasi Z, Partisipasi Politik*

ABSTRACT

Political participation is inseparable from political communication, where social media serves as a new space for Generation Z to express their engagement in politics. This study aims to identify the forms of political participation of Generation Z on social media, particularly through the @aniesbubble account on the X platform. The research employs a qualitative descriptive method, utilizing observation, interviews, and documentation as data collection techniques. Interviews were conducted with one key informant, the admin of @aniesbubble, and four supporting informant who are followers of the account. The findings reveal that political participation through the @aniesbubble account on X is not limited to digital campaigns and information dissemination, but also includes political lobbying, involvement in communities, and voicing opposition to government regulations deemed detrimental to society. Furthermore, the study found that social media plays a crucial role in fostering interaction between political figures and young voters, serving as a platform for Generation Z to voice their political aspirations more broadly and effectively. Suggestions for future research may compare the role of other social media platforms.

Keywords: *Aniesbubble, Generation Z, Political Participation*

PENDAHULUAN

Keterlibatan politik merupakan tolok ukur krusial dalam demokrasi, mencerminkan tingkat partisipasi masyarakat dalam proses pembuatan keputusan politik. Partisipasi ini dapat diwujudkan secara langsung, misalnya dengan memilih dalam pemilu, atau secara tidak langsung, seperti mendukung kampanye melalui media sosial (Mujab & Mubarak, 2022). Di era digital ini, media sosial telah menjelma menjadi platform baru yang mempermudah

partisipasi politik, terutama bagi kaum muda seperti Generasi Z (Pujiono, 2021). Generasi ini menggunakan berbagai platform digital untuk mengemukakan pendapat, mendukung kandidat, dan bahkan membangun diskusi politik yang aktif. Dengan demikian, menganalisis pola partisipasi politik melalui media sosial menjadi esensial untuk memahami kontribusi teknologi terhadap keterlibatan warga dalam demokrasi kontemporer.

Selain itu, partisipasi politik juga berperan sebagai bentuk komunikasi politik. Komunikasi politik ini berfungsi menyampaikan pesan untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan publik, yang pada akhirnya menjadikan partisipasi politik lebih efektif dan bermakna. Dengan demikian, partisipasi politik tidak hanya menjadi wadah menyuarakan pendapat, tetapi juga sarana edukasi politik bagi masyarakat (Alam, 2021). Komunikasi politik sangat berguna dalam menyampaikan informasi, gagasan, dan pesan dari tokoh politik kepada publik, dengan tujuan membentuk persepsi, opini, dan tindakan dalam konteks politik (Mujab & Irfansyah, 2020). Komunikasi politik sendiri merupakan bidang terapan yang memadukan ilmu komunikasi dan ilmu politik, di mana ilmu komunikasi menjadi dasar untuk mencapai tujuan politik.

Media X, atau yang dulunya dikenal sebagai Twitter, telah menjelma menjadi platform krusial untuk informasi politik, terutama di tengah dominasi era digital (Allifiansyah, 2017). Berkat kemampuannya menyebarkan pesan dengan cepat dan luas, media X memungkinkan politisi, partai, serta tokoh publik berinteraksi langsung dengan audiens global. Mereka bisa berbagi pandangan, menanggapi isu terkini, dan terlibat dalam diskusi publik. Data survei Databoks tahun 2023 menunjukkan bahwa 59% pengguna media X tertarik pada isu nasional dan politik (Santika, 2023), menandakan bahwa X adalah pilihan strategis untuk distribusi informasi politik.

Generasi muda, terutama Generasi Z (kelahiran 1995-2012) (Stillman & Stillman, 2018), adalah pengguna media sosial yang sangat aktif di era digital ini. Dengan populasi mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,7% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2020 (Rainer, 2023), Gen Z merupakan kelompok masyarakat terbesar. Mereka dikenal sebagai "*digital native*" yang mahir beradaptasi dengan teknologi dan terbiasa menggunakan beragam media digital (Kadir, 2022). Media sosial sangat populer di kalangan Gen Z sebagai wadah untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berbagi pengalaman, dan aktivitas. Namun, di balik manfaat tersebut, masih ada tantangan terkait daya saing dan partisipasi mereka dalam pembangunan demokrasi.

Pada tahun 2023, muncul fenomena politik baru di platform X dengan akun @aniesbubble. Akun ini menunjukkan partisipasi inisiatif dari generasi muda yang ditujukan untuk politikus Anies Baswedan. Dalam bionya, @aniesbubble menegaskan tidak terafiliasi dengan partai politik atau tim sukses Anies. Akun ini murni memberikan dukungan dengan mengadopsi perilaku penggemar K-Pop dalam mendukung idola mereka. Bentuk partisipasinya beragam, mulai dari membagikan kutipan bijak, foto, dan video Anies setelah beliau live di TikTok, membuat website haveaniesday.com, merepresentasikan Anies dengan emoji burung hantu, menggunakan bahasa Korea pada caption, hingga memasang Videotron di kota-kota besar seperti Bekasi, Jakarta, Medan, dan Surabaya. Fenomena @aniesbubble ini memberikan perspektif baru tentang bagaimana kekuatan budaya K-Pop dapat menarik minat politik dan masyarakat (Aryadillah & Fitriansyah, 2022).

Peneliti dalam studi ini berupaya menggambarkan komunikasi politik Generasi Z melalui akun @aniesbubble di X, yang sekaligus menjadi medium partisipasi politik dengan memanfaatkan fitur-fitur platform. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi berbagai bentuk partisipasi politik Gen Z yang muncul dari akun media sosial tersebut. Diharapkan dengan adanya penelitian tersebut mampu memberikan wawasan dan gambaran

METODE PENELITIAN

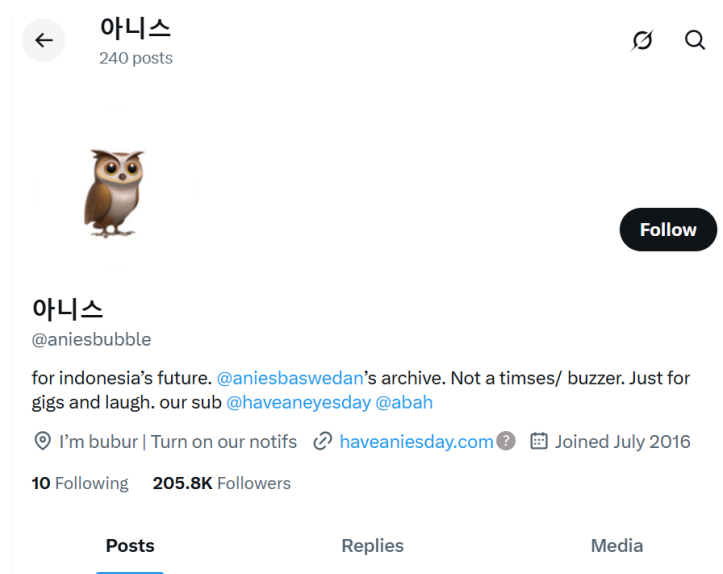
Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif, yang bertujuan mengungkap fenomena seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek penelitian (Rakhmat, 2017). Pendekatan ini dilakukan secara holistik, mendeskripsikan konteks alamiah melalui kata-kata dan bahasa, serta memanfaatkan metode alami yang ada (Abdussamad, 2021). Desain penelitiannya adalah kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini mencakup admin akun @aniesbubble (Generasi Z) dan Gen Z lainnya yang mengikuti akun X tersebut. Sementara itu, objek penelitian ini berfokus pada bentuk partisipasi Generasi Z, meliputi pandangan, sikap, dan motivasi mereka di media sosial X. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipasi politik Generasi Z pada akun X @aniesbubble menjadi hal yang menarik untuk dibahas, partisipasi politiknya menunjukkan bentuk hibrid, yaitu partisipasi politik konvensional maupun digital, berikut penjabaran hal-hal dimaksud.

Hasil

Generasi Z memperlihatkan pola komunikasi politik yang dinamis dan bervariasi di platform X, terlihat dari interaksi mereka di akun @aniesbubble. Mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga aktif menyebarkan narasi politik menggunakan fitur-fitur X seperti retweet, quote retweet, likes, dan *Direct Messages* (DM). Akun @aniesbubble sendiri juga intens berinteraksi dengan pengguna, baik melalui respons unggahan maupun komunikasi langsung via DM. Hal ini mempererat hubungan antara pengelola akun dan pengguna, sehingga mereka merasa lebih terlibat dalam diskursus politik yang sedang berjalan.



Gambar 1. Akun @aniesbubble Di Media Sosial X

Gambar 1 merupakan tampilan dari Akun @aniesbubble yang memiliki pendekatan unik dalam menyusun dan menyebarkan konten politik agar lebih menarik bagi Generasi Z. Berdasarkan wawancara, admin akun ini tidak hanya memposting informasi secara formal, melainkan mengadaptasi gaya komunikasi yang ringan, interaktif, dan sesuai dengan kebiasaan anak muda di X. Salah satu strategi utamanya adalah mengemas informasi politik dalam format yang mudah dicerna, seperti animasi, infografis, thread edukatif, serta penggunaan bahasa yang santai dan menghibur. Admin akun ini memahami bahwa Gen Z lebih menyukai konten yang atraktif, sehingga ia berupaya membuat politik terasa lebih relatable. Dalam proses pembuatan konten, @aniesbubble juga membangun identitas khas yang mudah dikenali oleh pengikut, termasuk penggunaan emotikon burung hantu (🦉) sebagai simbol Anies Baswedan, yang diakui admin sebagai inisiatifnya sendiri.

Awalnya, kampanye digital @aniesbubble hanya fokus pada membagikan siaran langsung TikTok Anies Baswedan di X. Namun, seiring waktu, admin akun ini mengembangkan upaya kampanye dengan menciptakan situs web haveaniesday.com dan aplikasi #HaveAniesDay v2.0, yang berfungsi sebagai sumber informasi tambahan bagi pengikut. Selain itu, @aniesbubble juga pernah meluncurkan situs pemiluchart.com, yang menyajikan quick count pemilu dari berbagai daerah di Indonesia. Puncak dari kegiatan mereka adalah penyelenggaraan diskusi langsung dengan pengikut melalui fitur Space di X bersama Anies Baswedan.

Media sosial X menjadi pilihan utama @aniesbubble karena kemampuannya memicu diskusi dua arah yang lebih aktif dibanding platform seperti YouTube, Instagram, atau TikTok. X menawarkan banyak peluang interaksi terbuka; pengguna bisa langsung merespons unggahan melalui reply, retweet, atau quote retweet, yang memungkinkan diskusi berkembang luas. Fleksibilitas fitur interaktif X dalam komunikasi politik terbukti, sebab meskipun fitur reply dinonaktifkan, pengguna masih bisa berinteraksi dan berpendapat melalui quote retweet. Ini menciptakan diskusi yang lebih terbuka dan mendorong partisipasi publik yang lebih aktif dalam isu politik. Motivasi di balik pembuatan akun @aniesbubble berawal dari tren di media sosial yang membandingkan Anies Baswedan dengan idol K-Pop. Fenomena ini muncul setelah Anies sering live di TikTok, memicu percakapan di X tentang kemiripan gaya interaksinya dengan idol. Melihat tren ini, admin awalnya hanya iseng membuat akun @aniesbubble. Tak disangka, respons yang diterima sangat besar.

Pembahasan

Komunikasi politik di era digital mengalami perubahan signifikan dengan hadirnya media sosial sebagai platform utama dalam penyebaran informasi dan interaksi politik. Komunikasi politik tidak lagi hanya berasal dari pemerintah atau elite politik, tetapi juga melibatkan masyarakat luas sebagai bagian dari proses komunikasi yang lebih interaktif. Dalam konteks komunikasi politik, akun @aniesbubble menjadi salah satu contoh bagaimana komunikator politik dapat berkembang melalui kegiatan-kegiatan yang menarik dan relevan dengan target audiensnya. Akun ini mengemas pesan politik dengan cara yang lebih ringan, seperti penggunaan pendekatan budaya populer (Kpopfikasi), sehingga lebih mudah diterima oleh khalayak politik, khususnya Generasi Z.

Pendekatan kreatif ini berpotensi meningkatkan partisipasi politik di kalangan Generasi Z yang kerap dianggap apatis terhadap politik tradisional. Dengan pesan yang dikemas lebih menarik dan mudah dicerna, isu-isu politik jadi lebih relevan dan layak dibincangkan. Hal ini bisa memicu diskusi, bahkan menginspirasi tindakan nyata, seperti partisipasi dalam pemilu atau advokasi isu-isu tertentu. Keberhasilan akun @aniesbubble membuktikan bahwa komunikasi politik yang efektif di era digital butuh adaptasi, kreativitas,

dan pemahaman mendalam tentang audiens yang dituju. Ini bukan sekadar penyampaian informasi, tapi juga tentang pembangunan komunitas dan penciptaan identitas politik yang inklusif dan menarik bagi generasi muda.

Sirait membagi khalayak menjadi dua kategori berdasarkan tingkat keterlibatan dan respon mereka terhadap informasi politik yaitu khalayak politik aktif dan khalayak politik pasif (Sirait et al., 2024). Di media sosial, khalayak tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai khalayak politik aktif yang dapat menyebarkan ulang, mengomentari, atau bahkan membentuk narasi politik baru. Akun @aniesbubble menunjukkan bahwa khalayak politik aktif di era digital memiliki kecenderungan untuk tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga berinteraksi secara aktif melalui fitur retweet, quote retweet, reply, dan *Direct Messages* (DM). Dengan adanya ruang diskusi yang terbuka, komunikasi politik tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi dialog yang lebih luas dan melibatkan banyak pihak.

Implikasinya adalah bahwa komunikasi politik telah beralih dari model satu arah menjadi dialog yang lebih luas dan melibatkan banyak pihak. Ruang diskusi yang terbuka di platform digital memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan yang lebih dinamis, di mana opini dan aspirasi khalayak dapat didengar dan direspons. Akun @aniesbubble menjadi contoh nyata bagaimana khalayak politik aktif tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga secara proaktif berinteraksi, menciptakan komunitas politik digital yang partisipatif dan responsif terhadap isu-isu yang berkembang.

Selain itu, kampanye digital yang digagas oleh @aniesbubble turut memotivasi partisipasi politik langsung. Salah satu informan pendukung mengakui bahwa ia banyak terekspos informasi mengenai Anies Baswedan di X, termasuk dari @aniesbubble, selama Pemilu 2024. Paparan ini memperkuat keyakinannya untuk mendukung pasangan calon nomor urut 01, Anies-Muhaimin, dan akhirnya mendorongnya hadir di acara Kampanye Akbar pada 10 Februari 2024. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi politik, tetapi juga efektif sebagai alat mobilisasi massa. Dalam konteks komunikasi politik, ini adalah efek nyata dari pesan politik yang disampaikan melalui media sosial (Cangara, 2016).

Secara keseluruhan, studi ini mengungkapkan bahwa interaksi di media sosial X, khususnya melalui akun @aniesbubble, berpotensi membentuk partisipasi politik individu. Dengan strategi komunikasi politik yang efektif, media sosial dapat berfungsi sebagai platform yang tidak hanya mendistribusikan informasi, tetapi juga mendorong keterlibatan politik, baik di ranah digital maupun dalam aksi langsung.

Berkenaan dengan partisipasi politik, Huntington dan Nelson dalam Mukarom, membagi partisipasi politik ke dalam lima bentuk utama, yaitu pemilihan (*voting*), *lobbying*, kegiatan organisasi, mencari koneksi (*contacting*), dan tindakan protes atau kekerasan (*violence*) (Mukarom, 2016). Kelima bentuk partisipasi politik ini dapat ditemukan dalam aktivitas akun @aniesbubble yang berperan sebagai media komunikasi politik Generasi Z di media sosial X. Akun ini berkontribusi aktif dalam penyebaran informasi politik, mendorong keterlibatan digital, hingga membuka ruang diskusi antara pengikut dengan tokoh politik yang didukung.

Dalam aspek pemilihan, akun @aniesbubble secara aktif membagikan kegiatan kampanye digital seperti salah satu contohnya membahas visi-misi serta rekam jejak Anies Baswedan. Untuk aspek *lobbying*, akun ini pernah menghubungi langsung tim Anies Baswedan melalui *Direct Messages* (DM) di X serta menjadi fasilitator dalam sesi Space, termasuk saat terjadi negosiasi ulang jadwal Space setelah sebelumnya dibatalkan. Dalam hal

kegiatan organisasi, admin akun ini tergabung dalam komunitas “Humaniesm” yang terdiri dari pendukung Anies Baswedan dan berperan dalam berbagai proyek digital.

Sementara itu, aspek mencari koneksi (*contacting*) terlihat dari bagaimana akun ini berinteraksi langsung dengan Anies Baswedan dan akhirnya mendapatkan kesempatan untuk menghadiri beberapa acara eksklusif, seperti diskusi di pendopo Anies Baswedan serta buka bersama pada Ramadhan 2024. Meskipun akun ini tidak secara langsung terlibat dalam tindakan kekerasan (*violence*), admin pernah menyuarakan bentuk protes digital dengan membagikan unggahan berlatar belakang biru bertuliskan “peringatan darurat” sebagai simbol ketidaksetujuan terhadap kebijakan Rancangan Undang-Undang - Pemulihan Kepala Daerah (RUU-Pilkada). Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa akun @aniesbubble menjadi salah contoh perkemnangan partisipasi politik di era digital, khususnya melalui media sosial X sebagai media utama bagi Generasi Z dalam menyampaikan aspirasi politik mereka.

KESIMPULAN

Partisipasi politik Generasi Z melalui akun X @aniesbubble melampaui ranah digital, berkembang menjadi keterlibatan nyata dalam aktivitas politik. Akun ini berfungsi sebagai wadah komunikasi yang efektif, tempat admin dan pengikut aktif berdiskusi, menyebarkan informasi politik, serta menyuarakan dukungan atau kritik terhadap isu-isu tertentu. Penerapan “Kpopfikasi” berhasil menarik minat Generasi Z, membuat politik lebih mudah diakses dan dicerna. Lebih lanjut, @aniesbubble menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi sarana bagi Gen Z untuk berkampanye, melobi politikus, bergabung dengan komunitas pendukung, dan terlibat langsung menyuarakan pendapat. Partisipasi politik juga terlihat dari penggunaan aktif fitur likes, retweet, quote retweet, dan *Direct Messages* (DM) oleh pengikut Gen Z lainnya. Meskipun mayoritas pengikut hanya berpartisipasi melalui pencoblosan dan aktivitas digital, studi ini memperlihatkan bahwa media sosial berpotensi mendorong keterlibatan politik yang lebih luas di kalangan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Perss.
- Alam, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik. *Avant Garde*, 9(1), 67. <https://doi.org/10.36080/ag.v9i1.1257>
- Allifiansyah, S. (2017). Kaum Muda, Meme, dan Demokrasi Digital di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 151–164. <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.676>
- Aryadillah, A., & Fitriansyah, F. (2022). Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 87–92. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1150>
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi* (Ed Revisi). Raja Grafindo Persada.
- Kadir, N. (2022). Media Sosial dan Politik Partisipatif: Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial dan Gen Z. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 4(2), 180–197. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v4i2.225>
- Mujab, S., & Irfansyah, A. (2020). Komunikasi Politik Identitas K.H. Ma’ruf Amin sebagai Strategi Depolarisasi Agama pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019. *Warta ISKI*, 3(01), 54–66. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.46>
- Mujab, S., & Mubarak, M. H. (2022). Kampanye Politik Pilkada Pasangan Calon Wali Kota Tangerang Selatan Siti Nur Azizah-Ruhamaben. *Ilmu Politik Dan Komunikasi*, XII(1), 75–86. <https://doi.org/DOI: 10.34010/jipsi.v12i1.6592>

- Mukarom, Z. (2016). Komunikasi Politik. In *CV. Putaka Setia* (Pertama, Issue Politik). CV Putaka Setia.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didaché: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. GoodStat. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>
- Rakhmat, J. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Santika, E. F. (2023). *Proporsi Pengguna Twitter yang Membaca Berita Berdasarkan Konten/Isu yang Paling Diminati*. Databoks.Katadata.co.id
- Sirait, M. F., Siregar, S. A., & Syafika, N. (2024). Khalayak dalam Komunikasi Politik: Peran dan Pengaruhnya dalam Keberhasilan Proses Komunikasi. *LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 23(3), 285–300. <https://doi.org/https://doi.org/10.29138/lentera.v23i3.1451>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Gramedia Pustaka Utama.