

Satire Media Sosial: Medium Baru Pembentukan Persepsi Politik Generasi Z

JISPO
Jurnal Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
2025, Vol. 15, No. 1: 1-30
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/index>
© The Author(s) 2025

Diza Putri Astuti*

UPN Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia

Lia Wulandari

UPN Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia

Abstrak

Dalam era digital, media sosial telah menjadi medium dominan bagi Generasi Z di Indonesia untuk memperoleh informasi sekaligus mengekspresikan pandangan politik, menggantikan peran media konvensional. Salah satu fenomena yang menonjol adalah popularitas akun Instagram @politicaljokesid, yang menyajikan humor dan satire politik serta berhasil menarik perhatian generasi muda menjelang Pemilu 2024. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten satire yang diproduksi akun tersebut memengaruhi persepsi politik Generasi Z, khususnya terkait minat, sikap kritis, dan pemahaman mereka terhadap dinamika koalisi partai politik. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei. Sebanyak 80 responden berusia 17–28 tahun yang merupakan pengikut aktif @politicaljokesid terlibat sebagai partisipan. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hubungan antara intensitas paparan konten satire dan persepsi politik responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten satire berpengaruh signifikan terhadap persepsi politik Generasi Z. Responden yang lebih aktif mengikuti akun ini cenderung menunjukkan ketertarikan lebih tinggi pada isu politik dan sikap yang lebih kritis terhadap manuver partai. Temuan ini menegaskan bahwa satire politik berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi politik informal. Kontribusi teoretis artikel ini terletak pada pengembangan *political cue theory* dalam konteks media sosial berbasis humor. Kesimpulan penelitian menekankan bahwa akun satire dapat berperan strategis dalam membentuk opini politik generasi muda.

* Corresponding author:

Diza Putri Astuti

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta, Indonesia

Email: dizaputrias@gmail.com

Secara teoretis, implikasinya membuka ruang kajian baru tentang komunikasi politik digital berbasis humor sebagai instrumen partisipasi dan literasi politik di era disrupsi informasi.

Kata-kata Kunci

Generasi Z, humor politik, komunikasi politik digital, Political Cue Theory, satire media sosial

Abstrak

In the digital era, social media has become the dominant medium for Generation Z in Indonesia to access information and articulate political views, replacing the role of conventional media. A prominent phenomenon is the popularity of the Instagram account @politicaljokesid, which presents political humor and satire and has successfully attracted young audiences in the lead-up to the 2024 General Election. This article aims to analyze how the satirical content produced by the account shapes the political perceptions of Generation Z, particularly in terms of their interest, critical attitudes, and understanding of party coalition dynamics. The study employs a quantitative method with a survey design, involving 80 respondents aged 17–28 who are active followers of @politicaljokesid. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using statistical techniques to examine the relationship between exposure to satirical content and political perceptions. The findings indicate that exposure to satire significantly influences the political perceptions of Generation Z. Respondents who actively follow the account tend to display greater interest in political issues and more critical attitudes toward party maneuvers. These results suggest that political satire functions not merely as entertainment but also as an informal means of political education. Theoretically, the article contributes by extending political cue theory into the context of humor-based social media. The conclusion emphasizes that satirical accounts can play a strategic role in shaping the political opinions of young citizens, with broader implications for research on digital political communication and youth political literacy in the information disruption era.

Keywords

Digital political communication, Generation Z, Political Cue Theory, political humor, social media satire

Pendahuluan

Dalam era digital ini, Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam penggunaan media sosial. Media sosial dipahami sebagai bentuk komunikasi elektronik yang memungkinkan pengguna membentuk komunitas daring untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan berbagai konten lainnya (Luttrell and Wallace 2021). Menurut laporan *We Are Social* (2023), per Januari 2023 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, dengan 153,7 juta di antaranya (79,5%) berusia 18 tahun ke atas.

Berbagai platform media sosial telah memfasilitasi komunikasi lintas generasi, khususnya dalam membahas isu-isu sosial dan politik. Lima platform yang paling banyak digunakan adalah WhatsApp (92,1%), Instagram (86,5%), Facebook (83,8%), TikTok (70,8%), dan Telegram (64,3%) (We Are Social 2023). Alasan utama penggunaan media sosial mencakup komunikasi (60,6%), mengisi waktu (58,2%), mengikuti isu terkini (51,2%), mencari inspirasi (50,4%), dan mengakses konten seperti video (48,8%) (We Are Social 2023).

Mayoritas pengguna media sosial berasal dari kelompok usia 18 tahun ke atas, termasuk Generasi Z—kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012—yang memainkan peran penting dalam dinamika sosial-politik. Sebagai *digital natives*, mereka tumbuh di tengah arus digitalisasi dan sangat akrab dengan teknologi serta platform daring. Data BPS (2020) mencatat bahwa jumlah Generasi Z di Indonesia mencapai 71.509.082 jiwa.

Generasi ini lebih memilih media digital dibandingkan media konvensional seperti televisi, radio, atau surat kabar (Nina 2022). Survei Kominfo dan Katadata (2022) menunjukkan bahwa 72,6% responden memilih media sosial sebagai sumber utama informasi, dibandingkan dengan televisi (60,7%), berita online (27,5%), situs pemerintah (14%), media cetak (21,7%), radio (2,9%), serta responden yang tidak mengakses informasi sama sekali (2,3%).

Salah satu platform media sosial yang seringkali diakses oleh Generasi Z adalah Instagram. Berdasarkan survei yang dilakukan Jakpat di tahun 2023 menyatakan bahwa Instagram menjadi media sosial ketiga yang digunakan Generasi Z untuk memperoleh informasi dengan persentase 22% responden, didahului oleh Tiktok (24%) dan Youtube (23%) (Jakpat 2023).

Salah satu akun Instagram yang populer di kalangan Generasi Z adalah @politicaljokesid. Akun ini aktif sejak 2016 dan memiliki 239.000 pengikut per 23 Oktober 2023. @politicaljokesid menyajikan konten humor, meme, dan satire politik yang mendorong partisipasi generasi muda dalam menanggapi kebijakan pemerintah. Menurut Qolbi (2020), akun ini lahir dari keresahan pendirinya, Iqbal Muhammad, terhadap ketidakadilan politik, dan berkomitmen untuk bersikap independen tanpa afiliasi dengan kelompok atau institusi politik tertentu. Tujuannya adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai berbagai fenomena sosial-politik, sekaligus mencegah berkembangnya penyakit sosial.

Berbeda dari akun meme politik lainnya, @politicaljokesid secara aktif mendorong interaksi pengikut melalui fitur komentar, tanya jawab, pesan langsung, siaran (*broadcasting*), dan jajak pendapat (*polling*) di fitur *story*. Kontennya, yang umumnya berasal dari keresahan publik, dikemas dalam bentuk satire dengan gaya humor yang informatif (Qolbi 2020). Setiap unggahan kerap disertai caption sindiran yang menyentil isu-isu aktual dan memicu respons baik dari masyarakat maupun tokoh politik yang menjadi sasaran kritik. Hingga 23 Oktober 2023, akun ini telah memuat 5.106 unggahan yang umumnya berisi satire terhadap isu-isu politik yang tengah hangat. Meme dan caption-nya menyoroti tokoh-tokoh politik, dinamika partai, serta Pemilihan Umum (Pemilu) Presiden 2024.

Meski bersifat kritis, akun ini tidak menunjukkan keberpihakan, sebagaimana terlihat dari kritik yang diarahkan secara merata kepada partai-partai pengusung pasangan calon presiden dan wakil presiden pada Pemilu 2024. Berdasarkan unggahan-unggahannya, terlihat bahwa akun Instagram @politicaljokesid tidak menunjukkan keberpihakan terhadap pasangan calon manapun. Satire politik disampaikan melalui sindiran dan humor dalam caption yang bersifat persuasif, mendorong pengikut untuk terlibat dalam diskusi melalui kolom komentar.

Dengan jumlah pengikut yang mencapai 239.000 per Oktober 2023, akun ini dapat dikategorikan sebagai makro influencer, yakni akun dengan 100 ribu hingga 1 juta pengikut dan tingkat interaksi yang tinggi (Campbell and Farrell 2020). Meski begitu, satire yang disebarluaskan dalam konteks interaksi digital juga berpotensi mengalami pelemahan makna sindiran akibat penyebaran yang cepat dan luas (Wardle 2019). Walaupun tidak memiliki niat merusak, konten satire politik dari akun ini tetap memiliki potensi menciptakan information disorder dalam kategori ringan.

Di sisi lain, partai politik berperan penting sebagai saluran partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi dan pengelolaan negara (Budiardjo 2008). Namun, kepercayaan generasi muda, khususnya Generasi Z, terhadap partai politik terbilang rendah. Berdasarkan survei Indikator Politik (2021), dari delapan lembaga yang diukur, partai politik menempati posisi terendah dalam tingkat kepercayaan publik. Sebanyak 54% responden generasi muda menyatakan cukup percaya, 33% sedikit percaya, 7% tidak percaya sama sekali, dan 4% tidak mengetahui.

Sebanyak 64,7% generasi muda atau Generasi Z menilai bahwa partai politik dan politisi di Indonesia tidak mampu merepresentasikan aspirasi masyarakat dengan baik. Rinciannya, 12% menyatakan “tidak baik sama sekali” dan 52,7% menyatakan “tidak baik”. Sementara itu, hanya 25,7% yang menilai representasi tersebut “cukup baik” (Indikator Politik 2021).

Berdasarkan temuan survei tersebut, pandangan generasi muda atau Generasi Z terhadap partai politik perlu mendapat perhatian serius. Sebagai *digital natives*, Generasi Z memiliki sensitivitas tinggi terhadap perkembangan isu politik yang tersebar melalui media sosial. Di sisi lain, partai politik memiliki peran strategis sebagai lembaga yang berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan politik. Oleh karena itu, membangun kembali kepercayaan Generasi Z terhadap partai politik menjadi langkah penting dalam memperkuat partisipasi politik generasi ini.

Menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) 2024, dinamika koalisi partai politik mengalami perubahan signifikan, terutama dalam pengusungan pasangan Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden. Perubahan ini memicu beragam persepsi di kalangan masyarakat, khususnya Generasi Z. Perpindahan koalisi dapat dimaknai sebagai bentuk manuver politik atau, di sisi lain, sebagai indikasi inkonsistensi ideologis partai politik. Di satu sisi, langkah tersebut dianggap sebagai strategi untuk memperbesar peluang kemenangan dalam Pemilu; namun di sisi lain, tindakan ini juga menimbulkan pertanyaan mengenai dilema antara kepentingan ideologis dan pragmatisme politik.

Menjelang Pemilu 2024, terbentuk sejumlah koalisi awal, antara lain Koalisi Indonesia Bersatu (KIB), Koalisi Kebangkitan Indonesia Raya (KKIR), dan Koalisi Perubahan dan Persatuan (KPP). Fenomena perpindahan koalisi bermula dari bubarnya KIB, yang awalnya terdiri dari Partai Golkar, Partai Amanat Nasional (PAN), dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP). Perpecahan ini dipicu oleh perbedaan dalam

pengusungan calon presiden. PPP memutuskan mendukung Ganjar Pranowo dan bergabung dengan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), sementara PAN dan Golkar memilih bergabung dengan KKIR—yang terdiri dari Partai Gerindra dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB)—untuk mendukung Prabowo Subianto (Kompas.id et al. 2023). Koalisi ini kemudian berganti nama menjadi Koalisi Indonesia Maju (KIM).

Selanjutnya, PKB beralih mendukung Anies Baswedan dan bergabung dengan Koalisi Perubahan dan Persatuan (KPP), yang sebelumnya beranggotakan Partai NasDem, Partai Keadilan Sejahtera (PKS), dan Partai Demokrat. Namun, kepindahan PKB ke dalam KPP tidak diterima oleh Partai Demokrat, yang kemudian keluar dari koalisi tersebut dan bergabung ke dalam KIM untuk mendukung pencalonan Prabowo Subianto (Saputra et al. 2023; BBC 2023).

Dengan demikian, hingga menjelang hari pemungutan suara, konfigurasi koalisi besar dalam Pemilu 2024 terbagi menjadi tiga poros utama: 1) Koalisi Perubahan dan Persatuan (KPP): NasDem, PKB, dan PKS – mendukung Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar; 2) Koalisi Indonesia Maju (KIM): Gerindra, Golkar, PAN, dan Demokrat – mendukung Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka; dan 3) Koalisi Kerja Sama Partai Politik: PDIP dan PPP – mendukung Ganjar Pranowo dan Mahfud MD.

Berdasarkan latar belakang di atas, artikel ini membahas konten satire politik di media sosial dan pengaruhnya terhadap persepsi Generasi Z terhadap dinamika koalisi partai politik. Studi ini bertujuan menganalisis pengaruh paparan satire politik, dengan argumen bahwa intensitas mengikuti konten humor politik berhubungan positif dengan meningkatnya minat, sikap kritis, dan pemahaman Generasi Z terhadap konsistensi dan strategi partai politik. Selain itu, penelitian ini berupaya memperluas penerapan *political cue theory* dalam konteks media sosial berbasis humor.

Kajian mengenai media sosial, satire politik, Generasi Z, dan dinamika politik telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Sejumlah penelitian menyoroti peran media sosial dalam pembentukan opini publik, penggunaan satire sebagai alat kritik sosial, serta respons Generasi Z sebagai digital natives terhadap konten politik di ruang digital.

Kajian-kajian tersebut menunjukkan beberapa hal penting. Pertama, satire politik di media sosial berfungsi menyampaikan pesan politik

yang kritis sekaligus meredam polarisasi di masyarakat, sebagaimana ditunjukkan dalam studi tentang komunikasi politik satir pada Pemilihan Presiden 2019 (Sujoko 2020). Kedua, media sosial, khususnya Instagram, terbukti berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik Generasi Z, sehingga menjadi salah satu sumber utama literasi politik generasi muda (Maulana et al. 2023). Ketiga, tingkat kepercayaan publik terhadap partai politik masih rendah, terutama disebabkan masalah transparansi, kepemimpinan, dan dominasi dinasti politik (Efriza 2019). Keempat, penelitian mengenai persepsi pemilih terhadap koalisi partai menunjukkan bahwa bias informasi dan ketidakpastian memengaruhi cara pandang pemilih, di mana pendukung partai koalisi cenderung melihat kebijakan selaras dengan preferensi mereka, sementara yang berada di luar koalisi menilainya sebaliknya (Meyer & Strobl 2016).

Meskipun telah banyak kajian relevan, terdapat *research gap* yang perlu diperhatikan. Sebagian besar penelitian lebih menyoroti peran media sosial secara umum atau akun politik formal dalam membentuk partisipasi dan opini politik. Belum ada studi yang secara khusus menelaah pengaruh akun humor politik berbasis satire terhadap persepsi Generasi Z terhadap dinamika perpindahan koalisi partai politik menjelang Pemilu.

Kontribusi penelitian ini adalah menawarkan perspektif baru dengan menjadikan akun Instagram @politicaljokesid sebagai variabel independen untuk menguji pengaruh satire politik digital terhadap cara pandang Generasi Z mengenai konsistensi dan strategi partai politik. Penelitian ini juga memperluas penerapan *political cue theory* dalam konteks media sosial berbasis humor, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi partai politik agar lebih memahami sensitivitas Generasi Z sebagai pemilih potensial dan konstituen masa depan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara tidak acak, di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Babbie 2014). Sementara itu, *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau

penilaian subjektif peneliti terhadap unit yang dianggap paling relevan atau representatif terhadap tujuan penelitian (Babbie 2014).

Dalam penelitian ini, kami menyebarkan kuesioner terstruktur kepada 80 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @politicaljokesid. Kriteria responden mencakup individu berusia antara 17 hingga 28 tahun—rentang usia legal penggunaan Instagram—yang mengikuti akun @politicaljokesid dan terpapar pada konten-konten yang membahas isu politik, khususnya mengenai pergantian koalisi partai politik menjelang Pemilu 2024.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi hubungan antara paparan terhadap konten satire politik dan persepsi politik responden. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten satire terhadap persepsi Generasi Z mengenai dinamika koalisi partai politik. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah H_0 : Tidak terdapat pengaruh penggunaan konten satire @politicaljokesid terhadap persepsi Generasi Z mengenai pergantian koalisi partai politik menjelang Pemilu 2024; dan H_1 : Terdapat pengaruh penggunaan konten satire @politicaljokesid terhadap persepsi Generasi Z mengenai pergantian koalisi partai politik menjelang Pemilu 2024.

Kami menyadari bahwa jumlah responden yang terbatas, yakni 80 orang, menjadi keterbatasan dalam hal generalisasi temuan terhadap keseluruhan populasi Generasi Z di Indonesia. Pemilihan jumlah ini didasarkan pada pertimbangan praktis dan keterbatasan sumber daya. Untuk penelitian lanjutan yang lebih komprehensif, disarankan penggunaan stratified random sampling dengan ukuran sampel yang lebih besar agar hasilnya dapat lebih merepresentasikan beragam latar belakang Generasi Z berdasarkan wilayah geografis, pendidikan, dan status sosial ekonomi.

Teori Isyarat Politik

Untuk memahami persepsi Generasi Z terhadap partai politik, studi ini menggunakan teori isyarat politik (*political cue theory*). Teori ini pertama kali dikembangkan oleh Pamela Johnston Conover dan Stanley Feldman (1989), yang mendefinisikan isyarat politik sebagai karakteristik atau sinyal yang mendorong individu membentuk evaluasi tambahan terhadap

objek politik, seperti kandidat atau partai. Dalam kondisi informasi yang terbatas, individu cenderung menggunakan isyarat tersebut sebagai jalan pintas kognitif untuk mengambil keputusan (Conover and Feldman 1989; Merkley and Stecula 2021).

Selain aspek kognitif, teori ini juga menekankan bagaimana individu memproses informasi dan menarik kesimpulan berdasarkan stereotip atau informasi prototipe yang telah tersimpan dalam memori. Ketika seseorang mengamati objek politik baru, ia cenderung membandingkannya dengan kategori yang sudah dikenalnya, lalu menyimpulkan sifat-sifat tambahan berdasarkan kemiripan tersebut (Conover and Feldman 1989; Ladd 2012; Conover 1981).

Pemrosesan informasi ini erat kaitannya dengan kerja memori manusia, yang terbagi menjadi memori jangka pendek dan memori jangka panjang. Informasi dalam memori jangka pendek diproses secara aktif, sedangkan informasi dalam memori jangka panjang disimpan dalam simpul-simpul (nodes) di otak untuk diakses kemudian. Namun, mengakses simpul tersebut tidak selalu efisien dan bisa memerlukan waktu lebih lama (Sadri and Flammia, 2014).

Kerangka ini sejalan dengan Elaboration Likelihood Model (ELM) dalam studi persuasi media. Model ini menjelaskan dua jalur persuasi: jalur sentral dan jalur perifer. Jalur sentral melibatkan pemrosesan mendalam terhadap argumen yang logis dan kuat, biasanya memicu elaborasi tinggi dan diakses melalui memori jangka panjang. Sebaliknya, jalur perifer melibatkan isyarat visual atau emosional yang dangkal, seperti grafik, logo, atau wajah menarik, dan memanfaatkan jalan pintas kognitif untuk menghasilkan efek persuasi yang cepat namun kurang mendalam (Sadri and Flammia 2014).

Dalam konteks ini, media memainkan peran penting sebagai pengirim isyarat politik. Media menggunakan kata kunci, simbol, atau elemen visual sebagai isyarat eksternal untuk memancing respons kognitif pengguna. Ketika isyarat tersebut cocok dengan simpul informasi yang sudah tersimpan, individu dapat dengan cepat mengakses dan mengaitkan informasi baru. Isyarat ini dapat bekerja baik melalui jalur sentral maupun perifer, tergantung pada konteks penyajian dan kesiapan kognitif audiens (Sadri and Flammia 2014).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas, terdapat hipotesis sebagai berikut: 1) H0: data berdistribusi normal; dan 2) H1: data tidak berdistribusi normal. Selain itu, terdapat dasar pengambilan keputusan: 1) Jika probabilitasnya (nilai sig) lebih dari 0.05 maka H0 diterima; dan 2) Jika probabilitasnya (nilai sig) kurang dari 0.05 maka H1 diterima. Sebagaimana terlihat pada Tabel 1, hasil uji menunjukkan nilai sig = 0.200 > 0.05 sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan secara statistik bahwa melalui uji kolmogorov smirnov, data telah terdistribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.55199979
Most Extreme Differences	Absolute		.086
	Positive		.070
	Negative		-.086
Test Statistic			.086
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.155
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.146
		Upper Bound	.164

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Berdasarkan pandangan Ghasemi dan Zahediasl yang menyatakan bahwa “jika data terbukti normal, ini memvalidasi penggunaan berbagai teknik statistik parametrik” (Ghasemi and Zahediasl 2012). Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid (X) dan variabel terikat yaitu Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y) menghasilkan data yang terdistribusi normal. Hal ini berarti data tersebar secara wajar dan tidak terdapat kelompok data yang ekstrem. Selain itu, data yang dihasilkan selanjutnya dapat divalidasi lebih lanjut dengan menggunakan teknik statistik parametrik.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bermakna bahwa terdapat korelasi linier yang kuat antara variabel-variabel independen pada model regresi. Hubungan yang kuat antara variabel-variabel independen mengindikasikan adanya multikolinearitas. Jika terjadi korelasi yang kuat antara variabel independen, akibatnya koefisien regresi tidak dapat diestimasi dan nilai standar error dari setiap regresi menjadi tidak terhingga. Adapun gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance kurang dari 0,1 atau VIF lebih dari 10 (Hair et al. 2019). Tabel 2 menunjukkan bahwa, berdasarkan nilai VIF Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid (X) = 1.000 yang berada di bawah 10, dan nilai tolerance X = 1.000 > 0.1, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel independen (X).

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

		Coefficient ^a					
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		Std. Error	Beta				
1	(Constant)	15.849	1.691		9.375	.000	
	Penggunaan Konten Satire @political-jokesid (X)	.144	.069	.228	2.071	.042	1.000 1.000

a. Dependent Variable: Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y)

Uji Heteroskedastisitas

Sejalan dengan pandangan Hair et al. (2014) dalam “Multivariate Data Analysis”, uji heteroskedastisitas dapat dievaluasi dengan memeriksa nilai signifikansi dari uji statistik terhadap residual absolut. Hair et al. (2014) menetapkan kriteria bahwa jika nilai signifikansi melebihi tingkat alpha yang umumnya ditetapkan pada 0,05 sehingga dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Sebagaimana pada Tabel 3, nilai signifikansi untuk variabel “Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid” adalah 0,338, yang jauh melampaui ambang batas 0,05. Sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al., (2014), hasil ini memberikan bukti yang kuat bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas terhadap pemodelan regresi dalam penelitian ini.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas Statistik

Coefficient ^a					
Model B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.960	1.105		2.679	.009
Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid (X)	-.044	.045	-.108	-.963	.338

a. Dependent Variable: ABSRES

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil hitung uji reliabilitas (Tabel 4), dapat diketahui bahwa instrumen pada variabel Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid (X) memiliki tingkat reliabilitas dengan kategori sangat tinggi sebesar 79.7% (Cronbach’s Alpha = 0.797). Sejalan dengan pandangan Nunnaly (1994) atau indeks yang umum diterapkan pada riset sosial, jika angka Cronbach’s Alpha (α) di atas 0.60, maka mengindikasikan bahwa instrumen atau variabel tersebut reliabel (Nunnally & Bernstein 1994). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan (pernyataan 1 – 8) yang terdapat pada variabel X “Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid” memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi untuk dijadikan sebagai

alat ukur penelitian sehingga data yang dihasilkan juga dapat diandalkan dengan baik.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	8

Berdasarkan perhitungan uji reliabilitas sebagaimana pada Tabel 5, dapat diketahui bahwa instrumen Persepsi Generasi Z terhadap Perubahan Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y) memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi sebesar 69.6% (Cronbach's Alpha=0.696). Sebagaimana Nunnally (1994) jelaskan, dalam riset-riset sosial yang umum digunakan, jika besaran Cronbach's Alpha (α) di atas 0.60, maka mengindikasikan konstruk atau variabel tersebut reliabel (Nunnally & Bernstein, 1994). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan (pernyataan 9 - 14) yang terdapat pada variabel Y “Persepsi Generasi Z terhadap Perubahan Koalisi Partai Politik Pemilu 2024” memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian sehingga data yang dihasilkan juga dapat diandalkan dengan baik.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	6

Uji Validitas

Berdasarkan tabel hasil uji validitas seperti pada Tabel 6, nilai r hitung (Corrected Item Total Correlation) dari total indikator X1 sampai dengan X8 memiliki nilai > r tabel (0,22). Selain itu, semua indikator signifikansi < 0,05 sehingga dinyatakan valid (Nunnally and Bernstein 1994). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator X1 sampai dengan X8 valid untuk dipergunakan menjadi instrumen pengukuran variabel.

Tabel 6. Uji Validitas Variabel X

[illegible]

Continued

X8 (Dimensi Koneksi)	Pearson Correla- tion	.539**	.283*	.502**	.414**	.465**	.317**	.423**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000	.000	.000	.004	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Peng- gunaan Konten Satire @ political- jokesid (X)	Pearson Correla- tion	.637**	.525**	.708**	.658**	.646**	.593**	.574**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Pada tabel uji validitas yang dihasilkan seperti pada Tabel 7, r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) indikator total Y1 hingga Y6 memiliki nilai > r table (0.22). Selain itu, seluruh indikator signifikansi bernilai < 0.05 (Nunnally and Bernstein 1994). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator Y1 hingga Y6 valid untuk dipergunakan menjadi instrumen pengukur variabel. Dalam hal ini, “valid” memiliki makna bahwa data yang dihasilkan dari setiap butir pernyataan Y1 hingga Y6 pada variabel Y “Persepsi Generasi Z terhadap Perubahan Koalisi Partai Politik Pemilu 2024” telah terukur secara aktual dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y

Correlations

								Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y)
Y1 (Informasi yang Tersedia)	Pearson Correlation	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
	Sig. (2-tailed)							
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y2 (Indormasi yang Tersedia)	Pearson Correlation	.386**	1	.508**	.418**	.145	.143	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.199	.205	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Continued

Y3 (Karakteristik atau Isyarat)	Pearson Correlation	.392**	.508**	1	.375**	.562**	.111	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.328	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y4 (Karakteristik atau Isyarat)	Pearson Correlation	.175	.418**	.375**	1	.409**	.184	.672**
	Sig. (2-tailed)	.120	.000	.001		.000	.102	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y5 (Kesimpulan atau Persepsi Politik)	Pearson Correlation	.160	.145	.562**	.409**	1	.240*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.157	.199	.000	.000		.032	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y6 (Kesimpulan atau Persepsi Politik)	Pearson Correlation	.070	.143	.111	.184	.240*	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.535	.205	.328	.102	.032		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y)	Pearson Correlation	.541**	.654**	.765**	.672**	.677**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan data pada Tabel 8, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,042 lebih kecil dari tingkat alpha standar 0,05. Menurut Hair et al. (2019), jika nilai $p < 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat dianggap signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid dengan Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Hair et al. 2019). Selain itu, dilihat dari persamaan regresi di mana $Y = B_0 + B_1X + E = 15.849 + 0.144 * X$ 0.144 memiliki makna bahwa pengaruh secara positif Setiap kenaikan Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid sebanyak 1% akan meningkatkan Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y) dengan nilai 0.144%.

Tabel 8. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.849	1.691	9.375	.000
	Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid (X)	.144	.069	.228	2.071 .042

a. Dependent Variable: Persepsi Generasi Z tentang Pergantian Koalisi Partai Politik Pemilu 2024 (Y)

Pengaruh Penggunaan Konten Satire @politicaljokesid terhadap Persepsi Politik Generasi Z

Berdasarkan data yang diperoleh dari 80 responden yang merupakan pengikut akun @politicaljokesid, hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan akun tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi politik Generasi Z (Tabel 9).

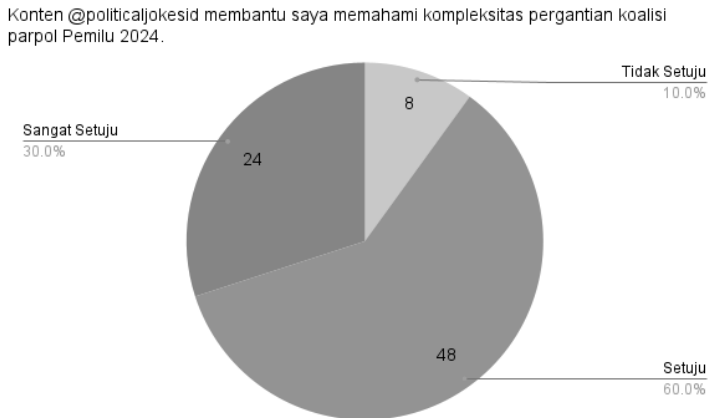
Tabel 9. Presentase per Indikator Penelitian

No	Dimensi/ Indikator	Pernyataan	Presentase (Setuju + Sangat Setuju)
1.	Konteks (Context) X1	Konten @politicaljokesid membantu saya memahami kompleksitas pergantian koalisi parpol Pemilu 2024.	90%
2.	Konteks (Context) X2	Saya merasa pesan satire @politicaljokesid mengungkapkan sisi yang tidak terlihat dari pergantian koalisi parpol.	86.3%
3.	Komunikasi (Communication) X3	Saya sering terlibat dalam diskusi di kolom komentar @politicaljokesid tentang pergantian koalisi parpol.	35%
4.	Komunikasi (Communication) X4	Saya menggunakan konten @politicaljokesid sebagai bahan diskusi politik dengan teman-teman saya.	72.6%

Continued

5.	Kolaborasi (<i>Collaboration</i>) X5	Konten @politicaljokesid mendorong saya untuk mencari informasi lebih lanjut tentang pergantian koalisi parpol.	81.3%
6.	Kolaborasi (<i>Collaboration</i>) X6	Saya merasa @politicaljokesid membantu menciptakan kesadaran politik di kalangan Generasi Z.	93.8%
7.	Koneksi (<i>Connection</i>) X7	Saya merasa lebih terhubung dengan isu politik nasional melalui konten @politicaljokesid.	87.5%
8.	Koneksi (<i>Connection</i>) X8	Akun @politicaljokesid menjadi sumber utama saya untuk memahami dinamika pergantian koalisi parpol.	61.3%
9.	Informasi yang tersedia Y1	Saya dapat menjelaskan alasan-alasan utama di balik pergantian koalisi parpol dalam Pemilu 2024.	83.8%
10.	Informasi yang tersedia Y2	Saya memahami implikasi pergantian koalisi parpol terhadap lanskap politik Indonesia.	87.6%
11.	Karakteristik atau isyarat Y3	Saya dapat mengidentifikasi kepentingan pragmatis dalam pergantian koalisi parpol.	87.6%
12.	Karakteristik atau isyarat Y4	Saya melihat adanya perbedaan antara retorika publik dan motivasi sebenarnya di balik pergantian koalisi.	88.8%
13.	Kesimpulan atau persepsi politik Y5	Menurut saya, pergantian koalisi parpol lebih didorong oleh kepentingan elektoral daripada kesamaan ideologi.	91.3%
14.	Kesimpulan atau persepsi politik Y6	Saya menganggap pergantian koalisi sebagai tanda lemahnya sistem kepartaian di Indonesia.	88.8%

Seperti tampak pada Gambar 1, sebanyak 90% responden merasa bahwa konten yang disajikan membantu mereka dalam memahami isu-isu kompleks terkait pergantian koalisi partai politik. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut berhasil menyajikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami sehingga meningkatkan kesadaran politik di kalangan Generasi Z.



Gambar 1. Pemahaman Isu-isu Pergantian Koalisi Partai Politik

Dalam konteks hipotesis, hasil ini mendukung pernyataan bahwa akun Instagram satire dapat berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan pemahaman politik. Pada Gambar 2, dengan 83.8% responden yang merasa mampu menjelaskan alasan di balik pergantian koalisi, terlihat bahwa konten yang disajikan tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik. Ini menunjukkan bahwa Generasi Z dapat menggunakan informasi yang diperoleh dari media sosial untuk membangun pengetahuan politik yang lebih baik. Namun, meskipun mayoritas responden menunjukkan pemahaman yang baik, masih terdapat sekitar 16.3% yang merasa kurang mampu menjelaskan alasan di balik pergantian koalisi. Ini menunjukkan bahwa meskipun akun tersebut memiliki pengaruh positif, masih ditemukan ruang untuk meningkatkan literasi politik di kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya peran media

sosial, khususnya akun yang menyajikan konten satire, dalam membentuk persepsi politik dan meningkatkan keterlibatan Generasi Z dalam diskusi politik.



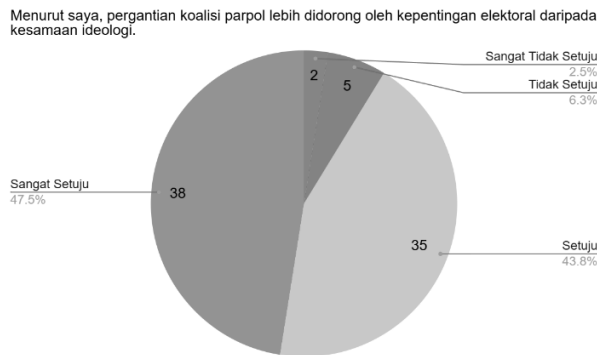
Gambar 2. Kemampuan Menjelaskan Alasan Pergantian Koalisi Partai

Lebih lanjut, Gambar 3 menunjukkan bahwa 88.8% responden mengindikasikan bahwa mereka dapat membedakan antara retorika publik dan motivasi di balik pergantian koalisi. Hal ini mencerminkan sikap kritis Generasi Z terhadap informasi yang mereka terima, yang sejalan dengan hipotesis bahwa konten satire dapat memicu analisis yang lebih dalam terhadap isu-isu politik. Dengan demikian, akun @politicaljokesid tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan, tetapi juga sebagai platform yang mendorong diskusi dan pemikiran kritis di kalangan generasi muda.



Gambar 3. Mengetahui Perbedaan antara Retorika Publik dan Motivasi Pergantian Koalisi

Sebagaimana terlihat pada Gambar 4, sebanyak 91.3% (setuju dan sangat setuju) responden memiliki persepsi bahwa kepentingan politik praktis, khususnya untuk meraih suara dalam pemilu, menjadi faktor utama dalam pergeseran koalisi partai politik. Mereka cenderung melihat politik sebagai arena kompetisi dan lebih mementingkan hasil akhir (kemenangan dalam Pemilu) daripada prosesnya (persamaan ideologi). Persepsi ini dapat mengindikasikan sikap skeptis atau kritis masyarakat terhadap motif di balik perubahan koalisi partai politik. Di sisi lain, hanya sebagian kecil responden yang tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan pernyataan di atas.



Gambar 4. Persepsi Pergantian Koalisi Lebih Didorong oleh Kepentingan Elektoral

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa akun Instagram @politicaljokesid berpengaruh terhadap persepsi Generasi Z mengenai koalisi partai politik, dengan menunjukkan bahwa konten yang disajikan dapat meningkatkan pemahaman, mendorong sikap kritis, dan berkontribusi pada literasi politik di kalangan generasi muda. Penelitian ini juga menyoroti perlunya upaya lebih lanjut untuk memastikan bahwa semua anggota Generasi Z dapat memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi yang bermanfaat dan mendidik.

Faktor-faktor Dominan yang Mempengaruhi Persepsi Generasi Z tentang Politik

Tabel 10 menyajikan hasil analisis faktor dengan rotasi varimax pada pembahasan sebelumnya, terbentuk empat komponen atau faktor yang dapat diinterpretasikan.

Faktor 1 (Karakteristik dan Informasi)

Faktor ini didominasi oleh *loading factor* tinggi pada variabel Karakteristik atau Isyarat (Y3) sebesar 0.855, Informasi yang Tersedia (Y2) sebesar 0.707, dan Kesimpulan atau Persepsi Politik (Y5) sebesar 0.613. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor pertama sangat terkait dengan bagaimana karakteristik informasi dan isyarat yang diterima mempengaruhi pembentukan persepsi politik pengguna. Adapun pada penelitian ini dapat bermakna bahwa pengaruh konten satire @politicaljokesid, ini menunjukkan bahwa cara penyampaian informasi dan karakteristik konten satire memiliki peran penting dalam membentuk persepsi audiens.

Faktor 2 (Komunikasi dan Kolaborasi)

Pada faktor kedua, *loading factor* tertinggi terdapat pada variabel Komunikasi (X4) sebesar 0.809 dan Kolaborasi (X5) sebesar 0.737. Ini menunjukkan bahwa aspek komunikatif dan kolaboratif dari konten satire memiliki pengaruh signifikan. Dalam penelitian ini, dapat dimaknai bahwa cara akun tersebut berkomunikasi dan berinteraksi dengan audiensnya menjadi faktor penting dalam mempengaruhi persepsi mereka.

Faktor 3 (Konteks dan Koneksi)

Faktor ketiga didominasi oleh *loading factor* tinggi pada variabel Konteks (X1) sebesar 0.732, Konteks (X2) sebesar 0.747, dan Koneksi (X7) sebesar 0.681. Ini menunjukkan pentingnya konteks dan konektivitas dalam penyampaian konten satire. Dalam penelitian ini, memiliki makna bahwa konteks politik yang diangkat dalam konten satire @politicaljokesid dan bagaimana konten tersebut terhubung dengan isu-isu aktual mempengaruhi pembentukan persepsi audiensnya.

Faktor 4 (Kesimpulan Politik)

Pada faktor keempat, *loading factor* tertinggi terdapat pada variabel Kesimpulan atau Persepsi Politik (Y6) sebesar 0.833. Ini menunjukkan bahwa faktor ini secara khusus terkait dengan bagaimana audiens membentuk kesimpulan atau persepsi politik mereka. Dalam konteks penelitian, ini mengindikasikan bahwa konten satire @politicaljokesid memiliki pengaruh langsung terhadap bagaimana Generasi Z membentuk persepsi mereka tentang koalisi partai politik.

Tabel 10. Analisis Faktor (Komponen Rotasi)

	Rotated Component Matrix ^a			
	Component			
	1	2	3	4
Konteks (X1)	.111	.211	.732	-.127
Konteks (X2)	-.015	.017	.747	.099
Komunikasi (X3)	.255	.694	.222	-.277
Komunikasi (X4)	.065	.809	.059	.029
Kolaborasi (X5)	-.063	.737	.180	.221
Kolaborasi (X6)	-.058	.341	.547	.279
Koneksi (X7)	.205	.132	.681	-.022
Koneksi (X8)	.085	.579	.520	-.029
Informasi yang Tersedia (Y1)	.606	.124	.187	-.228
Informasi yang Tersedia (Y2)	.707	.282	.090	-.028
Karakteristik atau Isyarat (Y3)	.855	.066	-.083	.102
Karakteristik atau Isyarat (Y4)	.586	-.216	.321	.312

Continued

Kesimpulan atau Persepsi Politik (Y5)	.613	-.161	-.011	.423
Kesimpulan atau Persepsi Politik (Y6)	.094	.103	.049	.833

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 7 iterations.

Pengaruh Satire Politik di Media Sosial terhadap Persepsi Generasi Z: Analisis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten satire pada akun @politicaljokesid memiliki pengaruh signifikan terhadap pemahaman dan sikap kritis Generasi Z terkait dinamika koalisi partai politik. Temuan ini sejalan dengan Sujoko (2020) yang menegaskan bahwa satire politik di media sosial berperan sebagai sarana komunikasi kritis yang mampu meredam polarisasi sekaligus meningkatkan kesadaran politik. Penelitian Maulana et al. (2023) juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa Instagram menjadi sumber utama informasi politik bagi Generasi Z, memperkuat posisi media sosial sebagai kanal literasi politik. Di sisi lain, temuan mengenai kecenderungan responden menilai pergantian koalisi semata-mata sebagai strategi elektoral mengonfirmasi studi Meyer dan Strobl (2016) bahwa bias persepsi dan keterbatasan informasi memengaruhi penilaian publik terhadap koalisi. Namun, penelitian ini juga menyingkap risiko sinisme politik sebagaimana dicatat Qolbi (2020), di mana satire dapat memunculkan pandangan skeptis terhadap integritas aktor politik.

Temuan ini menunjukkan bahwa satire politik di media sosial berfungsi ambivalen. Di satu sisi, ia meningkatkan literasi politik, memudahkan pemahaman isu kompleks, dan mendorong sikap kritis Generasi Z. Di sisi lain, ia berpotensi menyederhanakan isu koalisi, memperkuat *echo chamber*, dan menumbuhkan sinisme terhadap institusi politik. Dengan demikian, satire politik berperan ganda sebagai medium edukasi sekaligus faktor risiko yang dapat memperkuat bias dalam persepsi politik generasi muda.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas *political cue theory* dengan menegaskan bahwa isyarat politik dalam bentuk satire digital dapat membentuk pengetahuan dan sikap kritis generasi muda terhadap politik praktis. Kontribusi ini memperkaya literatur komunikasi politik digital yang selama ini lebih banyak menyoroti media sosial formal atau berita daring. Secara praktis, hasil penelitian menekankan pentingnya literasi media agar Generasi Z mampu mengonsumsi satire secara kritis, menghindari misinformasi (AlAfnan 2025), serta mengurangi efek *echo chamber* (Widyaningsih et al. 2025). Selain itu, partai politik perlu memahami bahwa generasi muda menilai konsistensi ideologi dan strategi politik melalui lensa konten digital, sehingga pendekatan komunikasi politik harus lebih transparan dan akuntabel.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden relatif kecil (80 orang) sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Kedua, desain cross-sectional tidak memungkinkan penelusuran dampak jangka panjang paparan satire terhadap persepsi politik. Ketiga, penggunaan kuesioner daring rentan terhadap bias self-report. Selain itu, seperti dicatat oleh AlAfnan (2025), satire politik sering menyederhanakan isu kompleks sehingga pemahaman responden bisa terbatas pada interpretasi humoristik, bukan analisis substantif. Oleh karena itu, penelitian lanjutan perlu menggunakan metode longitudinal dan triangulasi data untuk menguji pengaruh satire secara lebih komprehensif.

Kesimpulan

Artikel ini membuktikan bahwa konten satire dari akun Instagram @politicaljokesid berpengaruh signifikan terhadap persepsi politik Generasi Z, khususnya dalam memahami dinamika koalisi partai menjelang Pemilu 2024. Hasil analisis mengonfirmasi hipotesis bahwa paparan satire politik dapat memengaruhi cara Generasi Z menilai pergeseran koalisi partai politik. Faktor-faktor dominan yang membentuk persepsi tersebut meliputi karakteristik dan informasi, komunikasi dan kolaborasi, konteks dan koneksi, serta kesimpulan politik. Dengan demikian, akun satire politik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium literasi politik informal yang mendorong pemahaman dan sikap kritis generasi muda.

Meski demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Ukuran sampel yang relatif kecil (80 responden) dan teknik *purposive sampling* membatasi generalisasi temuan. Selain itu, desain penelitian cross-sectional hanya menggambarkan pengaruh jangka pendek dan belum mampu menangkap dampak jangka panjang dari paparan satire politik.

Untuk penelitian mendatang, disarankan penggunaan sampel yang lebih besar dengan teknik stratified random sampling agar hasil lebih representatif. Studi longitudinal juga diperlukan untuk menilai efek jangka panjang paparan satire terhadap literasi politik dan sikap demokratis Generasi Z. Selain itu, melibatkan beragam akun satire politik akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran humor digital dalam membentuk persepsi politik generasi muda.

Referensi

- AlAfnan, Mohammad Awad. 2025. "The Role of Memes in Shaping Political Discourse on Social Media". *Studies in Media and Communication* 13 (2): 1–10. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7482>.
- Andriana, Nina. 2022. "Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI". *Jurnal Penelitian Politik*, 19 (1): 51–65. <https://ejournal.politik.lipi.go.id/>.
- Babbie, Earl. 2014. *The Practice of Social Research*. 14th ed. Cengage Learning. <https://doi.org/10.2307/1318620>.
- Badan Pusat Statistik. 2020. "Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia". <https://sens.usbps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- BBC. 2023. "Demokrat Bergabung dengan Koalisi Indonesia Maju, Dukung Prabowo sebagai Bacapres." September 4. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c88y44nezn1o>
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. P.T. Ikrar Mandiriabadi.
- Campbell, Colin and Justine Rapp Farrell. 2020. "More than Meets the Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing".

- Business Horizons* 63(4):469–479. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>.
- Conover, Pamela J. 1981. “Having Perception Images Importance”. *American Politics Quarterly* 9 (4): 427–448. <https://doi.org/10.1177/1532673X8100900403>
- Conover, Pamela. J. and Stanley Feldman.1989. “Candidate Perception in an Ambiguous World: Campaigns, Cues, and Inference Processes”. *American Journal of Political Science* 33 (4): 912–940. <https://doi.org/10.2307/2111115>
- Efriza, N. F. N. 2019. “Eksistensi Partai Politik Dalam Persepsi Publik [The Existence of The Political Parties in Public Perception]”. *Jurnal Politica Dinamika Masalah Politik dalam Negeri dan Hubungan Internasional* 10 (1): 17–38. <https://doi.org/10.22212/jp.v10i1.1314>.
- Ghasemi, Asghar and Saleh Zahediasl. 2012. “Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians”. *International Journal of Endocrinology and Metabolism* 10 (2): 486–489. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>.
- Hair, Joseph et al. 2019. *Multivariate Data Analysis in Mathematics of Computation*. 8th ed. *Cengage Learning (Emea) Ltd*. <https://doi.org/10.2307/2007941>.
- Indikator Politik. 2021. “Survei Nasional Suara Anak Muda Tentang Isu-Isu Sosial Politik Bangsa”. https://indikator.co.id/wp-content/uploads/2021/03/Rilis-Survei-Indikator_21-Maret-2021.pdf
- Jakpat. 2023. “Understanding Gen Z (Vol. 1)”. <https://insight.jakpat.net/understanding-gen-z/>
- Kominfo. 2022. “Status Literasi Digital di Indonesia”. <https://survei.literasidigital.id/>.
- Kompas.id. 2023. “Perubahan Peta Koalisi Menghadapi Pilpres 2024”. <https://www.kompas.id/artikel/peta-koalisi-hadapi-pilpres-2024-berubah>.
- Ladd, Jonathan M. 2012. *Why Americans Hate the Media and How It Matters*. Princeton University Press.
- Luttrell, Regina and Adrienne A. Wallace. 2021. *Social Media and Society: An Introduction to the Mass Media Landscape*. Rowman & Littlefield.

- Maulana, Yusuf, Annisa Mu'arifah, and & Sendi Eka Nanda. 2023. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Pinterpolitik terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13 (1): 48–58. <https://jurnal.akmrtv.ac.id/jk/article/view/311>
- Merkley, Eric and Stecula A. Dominika. 2021. "Party Cues in the News: Democratic Elites, Republican Backlash, and the Dynamics of Climate Skepticism". *British Journal of Political Science* 51(4): 1439–1456. <https://doi.org/10.1017/S0007123420000113>.
- Meyer, Thomas M., and Strobl Daniel. 2016. "Voter Perceptions of Coalition Policy Positions in Multiparty Systems". *Electoral Studies* 41: 80–91. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2015.11.020>.
- Nunnally, Jum and Ira Bernstein. 1994. *Psychometric Theory*. 3rd ed. McGraw-Hill.
- Qolbi, Shofin Azimah. 2020. "Sinisme Politik dalam Meme: Studi Kasus Akun Instagram @Politicaljokesid". Bachelor Thesis. Universitas Indonesia.
- Sadri, Houman and Flammia, Madelyn. 2014. "Democracy, Political Perceptions, and New Media". *Sytemics, Cybernetics and Informatics* 12(3): 29-33. <https://www.iisc.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=HB354MJ14>
- Sujoko, Anang. 2020. "Satirical Political Communication 2019 Indonesia's Presidential Election on Social Media". *Informasi* 50 (1): 15–29. <https://doi.org/10.21831/informasi.v50i1.30174>.
- Saputra, Eka Yudha. 2023. "Demokrat Keluar dari Koalisi Anies-Cak Imin: 3 Alasan Koalisi Politik Jelang Pemilu 2024 Mudah Bubar." *Tempo*. co, September 2. <https://www.tempo.co/politik/demokrat-keluar-dari-koalisi-anies-cak-imin-3-alasan-koalisi-politik-jelang-pemilu-2024-mudah-bubar-149068>
- Wardle, Claire. 2019. "Understanding Information Disorder (First Draft)." https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf
- We Are Social. 2023. "Digital 2023 Indonesia: The Essential Guide to the Latest Connected Behaviours". <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia?rq=indonesia>

Widyaningsih, Winda, Rizky Wulan Ramadhani and Edy Prihantoro. 2025. "Political Polarization Through Political Memes for New Voters in the 2024 Presidential Election". *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 11(1):165. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v11i1.6228>.

Tagar sebagai Praktik Perlawanan Digital Warga: Strategi Diskursif dalam #TolakRUUTNI di Media Sosial

JISPO
Jurnal Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
2025, Vol. 15, No. 1: 31-56
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/index>
© The Author(s) 2025

Rheza Eka Athallah*

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Asri Khairunnisa

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Dini Safitri

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

Abstrak

Rancangan Undang-Undang Tentara Nasional Indonesia (RUU TNI) menuai penolakan karena dianggap akan membuka jalan bagi kembalinya militer di ruang sipil dan minimnya partisipasi publik, sehingga memicu gelombang protes di media sosial dengan tagar #TolakRUUTNI sebagai simbol resistensi kolektif yang viral pasca aksi Koalisi Masyarakat Sipil di Hotel Fairmont pada 15 Maret 2025. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan tagar #TolakRUUTNI sebagai bentuk perlawanan digital terhadap RUU TNI dengan fokus pada akun @barengwarga di platform X. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) dari Norman Fairclough, artikel ini mengkaji gaya bahasa, strategi diskursif, dan makna sosial yang lebih luas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tagar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat berbagi informasi, tetapi juga sebagai simbol perlawanan sipil yang terorganisir terhadap militerisasi sipil dan kemunduran representasi demokratis. Melalui penggunaan bahasa yang informal, satiris, dan sarat muatan politik, akun @barengwarga membangun identitas kewargaan kolektif dan narasi tandingan yang menantang wacana negara. Artikel ini menyimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital, tempat masyarakat sipil dapat menegaskan agensinya secara politik dalam cara yang partisipatif, terhubung, dan dialogis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian yang berkembang tentang aktivisme digital, perlawanan sipil, dan analisis

* Corresponding author:

Rheza Eka Athallah

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: rheza.eka.athallah@mhs.unj.ac.id