

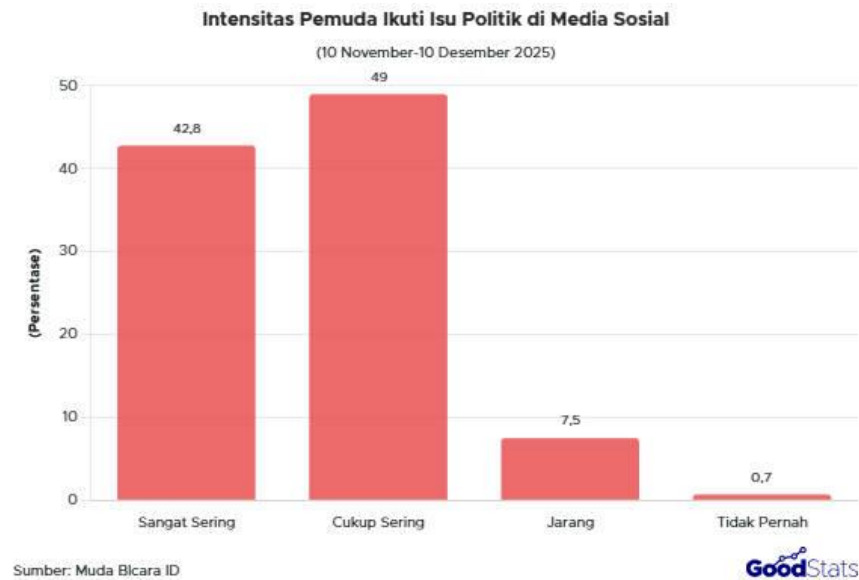
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah menunjukkan penurunan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun. Banyak orang berpendapat bahwa pemerintah sudah tidak lagi bisa mewakili aspirasi masyarakat dengan baik, terutama karena banyaknya kasus korupsi serta penyalahgunaan kekuasaan yang merusak dasar integritas pemerintahan. Skandal-skandal ini tidak hanya merusak reputasi lembaga negara, tetapi juga menciptakan rasa skeptis dan memudarnya kepercayaan masyarakat, khususnya generasi muda yang saat ini dinilai kian meleak politik (Ira Listy F, 2025). Hasil survei yang dilakukan Muda Bicara ID di akhir tahun 2025 membuktikan bahwa 42,8% dari generasi muda mengaku sering sekali memantau isu politik melalui media sosial. Sementara itu, 49% lainnya mengaku sering mengakses berbagai konten politik di berbagai platform digital. Di sisi lain, hanya sebagian kecil responden yang tidak sering mengikuti isu politik, yaitu sebesar 7,5%, sedangkan sekitar 0,7% responden mengatakan tidak pernah mengakses informasi politik melalui media sosial sama sekali.

Gambar 1.1 Hasil survei intensitas pemuda Indonesia yang mengikuti isu politik di media sosial



Sumber: Muda Bicara ID (2025)

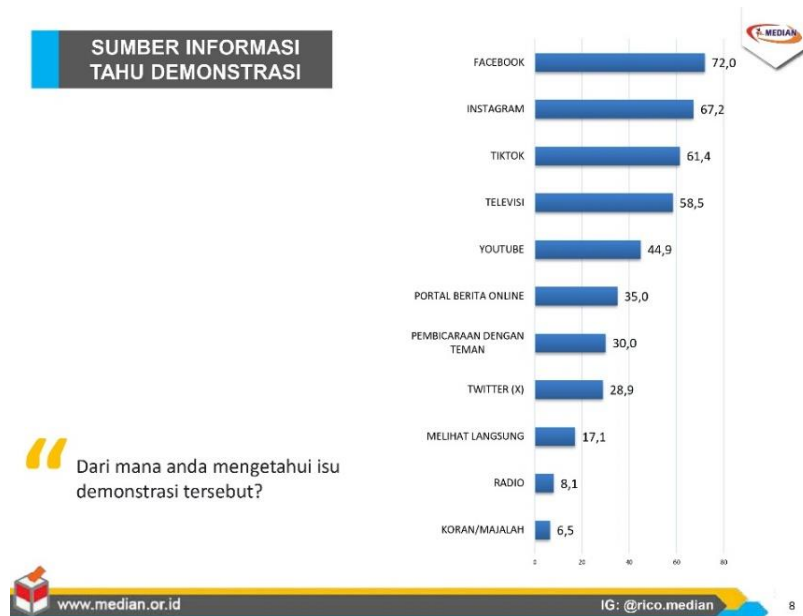
Fenomena menurunnya kepercayaan terhadap institusi politik terlihat dari data yang dikeluarkan oleh *Indonesia Political Opinion* (IPO) menunjukkan hampir 50% generasi muda tidak mempercayai lembaga negara di Indonesia, seperti DPR, MPR, partai politik, hingga Polri. Dalam Yurttagüler et al., (2023), penurunan angka partisipasi pemilih dan keanggotaan partai politik pada generasi muda menunjukkan melemahnya proses politik konvensional pada generasi muda. Hal ini terjadi karena beberapa alasan seperti, masalah struktural atau status sosial ekonomi. Rendahnya tingkat kepercayaan terhadap institusi politik dan model politik konvensional mendorong generasi muda untuk menyalurkan partisipasi politiknya melalui cara-cara non-konvensional (Wahyuningroem et al., 2024). Salah satu contoh nyata dari bentuk partisipasi politik generasi muda dengan cara non-konvensional terlihat dalam kegiatan seperti membagikan gagasan politik,

mengumpulkan dukungan, dan menggerakkan massa untuk berpartisipasi dalam berbagai gerakan politik di media sosial (Santo, 2024).

Saat ini, penggunaan media sosial tidak hanya memungkinkan para penggunanya untuk berkomunikasi satu sama lain dengan cara yang beragam, menyebarkan informasi, serta mengorganisir berbagai aktivitas sosial, tetapi juga berperan sebagai sarana penting dalam penyebaran informasi politik. Ada banyak jenis media sosial, diantaranya adalah Twitter (X), Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, Youtube, Line, Telegram dan jenis lainnya. Media sosial memberi peluang masyarakat untuk terhubung langsung dengan tokoh politik atau influencer, dan memberikan pengaruh politik dan motivasi dalam berpartisipasi dengan tindakan kolektif (Chan, 2016 ; Tang & Lee, 2013 dalam Adegbola & Gearhart, 2019).

Menurut riset yang dilakukan oleh Yayasan Partisipasi Mudal pada November 2024-Maret 2025, terdapat tiga media sosial yang menjadi sumber utama generasi muda mengakses informasi terkait politik. Dari data tersebut diketahui bahwa sebanyak 65% anak muda menggunakan Instagram sebagai media sosial untuk mendapatkan informasi politik, menjadikannya *platform* dengan persentase tertinggi dibandingkan media sosial lainnya. Melalui fitur-fitur seperti *feed*, *story*, dan *reels*, Instagram memungkinkan penyebaran konten visual secara mudah dan cepat yang dapat mendorong penyebaran isu sosial dan politik serta memicu partisipasi masyarakat yang kolektif dalam ruang digital (Highfield & Leaver, 2016).

Gambar 1.2 Sumber Informasi Warganet Indonesia tentang Isu Demonstrasi Agustus-September 2025



Sumber: Media Survei Nasional (2025)

Tingginya intensitas penggunaan media sosial di masyarakat mendorong media massa untuk mengalihkan distribusi kontennya ke *platform* media sosial untuk memperluas jangkauan audiens (Christi, 2025). Hal ini juga terlihat pada akun Instagram @malakaproject.id yang memanfaatkan media sosial sebagai media menyebarkan informasi, membangun narasi isu, serta menjangkau khalayak yang lebih luas, khususnya generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial. Akun Instagram @malakaproject.id dikelola oleh Malaka Project, yaitu sebuah platform berbasis komunitas yang berfokus pada penyebaran informasi dan edukasi bagi generasi muda. Platform ini hadir sebagai ruang diskusi dan literasi yang bertujuan untuk memberdayakan generasi muda, menumbuhkan kesadaran kritis, serta mendorong terciptanya perubahan kolektif terhadap berbagai isu sosial, politik, ekonomi, hingga kebijakan publik di Indonesia. Melalui unggahan berupa

infografis dan video pendek atau *reels*, Malaka Project berupaya menyajikan informasi dengan visualisasi yang menarik serta dapat mudah dipahami (Wikipedia, 2026b).

Malaka project digagas oleh Ferry Irwandi, seorang *content creator* yang banyak dikenal dikarenakan vokal dalam menyuarakan isu sosial hingga politik. Ferry Irwandi sebelumnya merupakan lulusan Politeknik Keuangan Negara (PKN) STAN dan menjadi pegawai negeri sipil (PNS) fungsional di Biro Komunikasi dan Layanan Informasi (BLI) Kementerian Keuangan pada tahun 2012 hingga mengundurkan diri pada tahun 2022 (Kumparan, 2024). Ia mendirikan kanal pribadinya di Youtube sejak 2010, namun mulai dikenal pada tahun 2022 setelah videonya yang berjudul “Memahami Filsafat Stoikisme” mendapatkan banyak perhatian dari publik. Baru setelahnya Ferry Irwandi pun menjadi tamu dalam *podcast* “*Close The Door*” di kanal Deddy Cobuzer. Ia kemudian mendirikan Malaka Project bersama delapan influencer dan *content creator* seperti Cania Citta Irlanie, Jerome Polin, Dea Anugrah, Coki Pardede, Angellie Nabila, Fathia Izzati, Aurelia Vizal, dan Rifky Adi Prakoso pada tahun 2023 (Demplon, 2025).

Pada tahun 2024, Malaka Project meraih penghargaan sebagai “Konten Kreator Inspiratif untuk Perkembangan Indonesia” dalam ajang IDEAWARD 2024 yang diselenggarakan oleh tvOne bersama dewan juri independen dari berbagai sektor. Penghargaan ini menjadi bentuk apresiasi atas kontribusi Malaka dalam menghadirkan konten edukatif yang berdampak bagi masyarakat, khususnya generasi muda (tvOneNews, 2024). Selain aktif di ranah digital, Malaka Project juga berperan dalam memperkuat ekosistem pembelajaran di luar ruang kelas

melalui berbagai kegiatan luring. Upaya tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan diskusi publik, seperti kegiatan nonton bareng debat calon presiden, kolaborasi dengan institusi pendidikan dan sektor industri melalui program “Malaka Project x Kapal Api Goes to Campus” yang dilaksanakan di beberapa perguruan tinggi, seperti UGM, UNAIR, dan ITB, dan kerja sama strategis dengan Tri pada kampanye #GakPakeKompromi. Selain itu, Malaka Project juga turut serta dalam berbagai kegiatan edukatif di beberapa kota di Indonesia, termasuk ikut serta dalam IdeaFest 2024 (Wikipedia, 2026). Pada penelitian yang dilakukan oleh Herlena et al. (2025) menunjukkan bahwa konten yang disajikan akun @malakaproject.id dinilai informatif, menarik, dan interaktif sehingga mampu meningkatkan pemahaman politik serta mendorong partisipasi politik digital di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Palangka Raya tahun.

Pada penelitian ini, peneliti memilih akun Instagram @malakaproject.id sebagai unit penelitian karena dilandasi oleh pertimbangan epistemologis yang membedakannya dari media arus utama atau konvensional. Media arus utama atau konvensional seperti Tempo atau Kompas, telah beroperasi di bawah naungan regulasi jurnalistik yang ketat, tunduk pada Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers, serta melewati serangkaian proses verifikasi editorial berlapis sebelum sebuah produk jurnalistik dipublikasikan kepada publik (Elga & Christi, 2020). Dengan demikian, kualitas informasi media konvensional sudah memiliki standar yang terukur. Kondisi ini berbanding terbalik dengan platform media sosial seperti @malakaproject.id yang beroperasi sebagai media non-konvensional. Sebagai akun media sosial yang bergerak di bidang edukasi dan literasi politik,

@malakaproject.id beroperasi di luar kerangka regulasi pers yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Hal ini sejalan dengan pernyataan Wahyuningsih (2023) bahwa akun media sosial dapat dianggap sebagai institusi pers apabila melekat pada media online yang telah terdaftar sebagai lembaga pers resmi dan memiliki penanggung jawab yang jelas. Dengan demikian, akun Instagram @malakaprojec.id tidak memiliki kewajiban hukum untuk mengikuti prosedur verifikasi jurnalistik, tidak ada redaktur yang secara formal bertanggung jawab atas akurasi setiap konten, dan tidak ada mekanisme koreksi yang bersifat institusional sebagaimana berlaku di media konvensional.

Gambar 1.3 Salah satu unggahan @malakaproject.id terkait isu politik di Indonesia



Sumber: Dokumentasi peneliti

Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok memberikan kemudahan dalam distribusi informasi sehingga pesan dapat menyebar dengan sangat cepat tanpa batasan tempat dan waktu (Azzahra, H., Wibowo, F., Setyaningrum, N., Zakiyyati, K., & Kamal, 2026). Namun, ekosistem media sosial yang memungkinkan masyarakat dapat mengakses serta membagikan

informasi dengan cepat juga menimbulkan tantangan terhadap validitas dan kualitas informasi yang diterima. Tidak ada jaminan bahwa informasi yang disebarkan melalui konten-konten di media selalu benar dan dapat dipercaya karena tidak adanya mekanisme validasi yang memadai. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terhadap maraknya penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan di ruang digital (Sarjito, 2024).

Kualitas informasi dalam teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dikenal sebagai *argument quality*, yaitu kualitas dan kekuatan isi pesan yang disampaikan yang menjelaskan bagaimana kualitas argumen memengaruhi proses pemrosesan pesan oleh individu. Teori yang dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo ini menjelaskan perubahan sikap yang terjadi pada seseorang dapat terjadi melalui dua jalur, yaitu jalur centra (*central route*) dan jalur perifer (*peripheral route*) yang dibedakan berdasarkan lewat bagaimana individu mengolah atau memikirkan informasi yang diterimanya (Bhattacharjee & Sanford, 2006). Pada rute pusat (*central route*), individu sangat memperhatikan isi pesan, seperti apakah informasi yang disampaikan akurat, objektif, menggunakan sumber yang kredibel, relevan, lengkap, jelas, dan sesuai dengan kondisi terkini. Perubahan sikap yang diciptakan dari rute pusat cenderung akan menghasilkan perubahan yang relatif lebih bertahan lama, sehingga lebih mendorong partisipasi audiens. Namun sebaliknya, jika seseorang kurang tertarik atau tidak punya kemampuan dalam mendalami isi pesan, maka cenderung memproses pesan melalui rute perifer (*peripheral route*). Seseorang yang memilih rute perifer tidak terlalu mementingkan kualitas pesan yang disampaikan dan lebih bergantung pada

kredibilitas orang yang mengirim pesan dan seberapa bermanfaat pesan tersebut untuk dirinya. Pada rute ini perubahan yang dihasilkan cenderung bersifat sementara atau kurang berpengaruh pada tindakan seseorang (Indrawati, 2019; Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, 2011). Pada penelitian ini, peneliti hanya akan menyertakan rute pusat (*central route*) dikarenakan kualitas informasi yang merupakan salah satu variabel yang peneliti teliti dalam penelitian ini merupakan salah satu aspek utama dalam rute sentral yang dapat mengukur perubahan sikap dari seseorang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa individu dengan tingkat elaborasi yang tinggi akan memproses pesan secara lebih kritis dan mendalam melalui rute sentral. Kondisi ini membuat kualitas informasi menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam perubahan sikap serta mendorong meningkatnya partisipasi (Bhattacharjee & Sanford, 2006; Indrawati, 2019).

Menurut Jenkins dalam (Jenkins & Jie, 2024), Budaya partisipasi mengedepankan peran pengguna media sosial dalam memberikan kontribusi serta menjaga hubungan saling terhubung dengan orang lain yang juga menggunakan media sosial. Terdapat empat bentuk budaya partisipasi. Pertama yaitu afiliasi (*affiliations*) merupakan bentuk aktivitas budaya partisipasi berupa pertemuan seorang pengguna dengan pengguna lain di media sosial. Kedua, ekspresi (*expressions*) yaitu mengungkapkan ekspresi melalui berbagai kreatifitas baru contohnya seperti membuat konten baik itu konten video, foto, maupun tulisan. Ketiga, kolaborasi pemecahan masalah (*collaborative problem solving*) adalah bekerjasama dengan anggota komunitas ataupun pengguna media sosial lain yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan baru atau mencari solusi dari sebuah

permasalahan yang sedang terjadi. Terakhir adalah sirkulasi (*circulations*) yang merupakan aktifitas untuk membentuk aliran informasi di media yang bertujuan memperjelas informasi yang ada (Rohimah et al., 2021).

Sementara itu partisipasi politik muncul karena konsekuensi dari budaya partisipasi yang berkembang di era digital. Ketika individu terbiasa terlibat dalam afiliasi, ekspresi, kolaborasi, dan sirkulasi informasi di media sosial, maka keterlibatan tersebut secara bertahap meluas ke ranah politik. Media digital tidak lagi hanya menjadi ruang hiburan atau interaksi sosial, tetapi juga menjadi ruang diskusi publik dan mobilisasi isu-isu sosial-politik.

Hal ini tidak terlepas dari peran internet yang mejadi sarana yang cukup baru untuk partisipasi politik dikarenakan mempunyai karakteristik yang khas, termasuk kemampuan pengguna untuk menciptakan konten sendiri, interkasi sosial, serta pertukaran informasi dengan jaringan yang lebih luas dan cepat dengan sesama pengguna, serta biaya yang lebih terjangkau untuk berbagi informasi, opini, dan memobilisasi jaringan sosial yang lebih luas (Chadwick, 2006; Haynes & Pitts, 2009; Ward & Vedel, 2006 dalam Vissers & Stolle, 2014). Menurut Vissers & Stolle (2014) orang-orang baru lebih mudah tertarik ke dalam politik karena mereka menemukan informasi politik secara tidak sengaja saat menggunakan internet. Hal ini menunjukkan bahwa fitur yang ada di media sosial memberikan peluang untuk mengajak orang lain terlibat dalam aktivitas politik. Pada penelitian ini, informasi yang dibagikan melalui akun Instagram seperti @malakaproject.id dapat menyebarkan nilai-nilai politik, mengajak *followers* untuk berdiskusi, serta mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan politik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian yang diambil ini adalah apakah terdapat hubungan antara kualitas informasi isu politik pada akun Instagram @malakaproject.id terhadap partisipasi politik *online* pada *followers*.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu kepada rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kualitas informasi isu politik pada akun Instagram @malakaproject.id terhadap partisipasi politik *online followers*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi politik dan media digital, dengan:

- a. Menambah wawasan teoritis mengenai hubungan antara kualitas informasi isu politik pada sebuah akun di *platform* digital terhadap partisipasi politik *online* audiens di media sosial.
- b. Menjadi referensi dalam memahami peran media sosial, terutama Instagram, sebagai ruang baru dalam membangun kesadaran dan partisipasi politik audiens.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat:

a. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi tambahan dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi politik dan media digital. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai hubungan kualitas informasi di media sosial terhadap partisipasi politik masyarakat, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini membuka peluang untuk memperdalam pemahaman tentang cara konten politik di media sosial membentuk kesadaran serta partisipasi politik publik. Selain itu, studi ini berfungsi sebagai wadah bagi peneliti untuk mengimplementasikan teori-teori komunikasi yang telah dipelajari pada fenomena-fenomena aktual di ruang digital, sehingga mampu meningkatkan keterampilan analisis dan berpikir kritis.

c. Bagi Praktisi Komunikasi atau Komunitas Politik

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk bahan evaluasi dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Dengan memahami bagaimana terpaan dan kualitas informasi memengaruhi respon audiens, praktisi dapat menyusun konten yang lebih informatif, relevan, dan kredibel agar mampu mendorong partisipasi politik masyarakat secara positif dan membangun kesadaran kritis.