

STRATEGI PARTAI POLITIK DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI POLITIK GENERASI Z

Adi Prayitno¹, Afried Lazuardi²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

✉ Corresponding author: adipray@uinjkt.ac.id

Article Info

Article history:

Submission Febr 19, 2026

Revised March 26, 2026

Accepted April 28, 2026

Published April 30, 2026

Keywords:

Political participation;

Generation Z;

Political party strategy;

Cadre development;

Digital political

communication.

ABSTRACT

Generation Z has become the largest voting bloc within Indonesia's political demography, yet this numerical dominance has not automatically translated into proportional engagement in formal political activities, including party membership and cadre development. This article examines the strategies political parties employ to stimulate Generation Z's political participation and identifies the supporting and inhibiting factors involved. Using a descriptive qualitative approach with a case-study design, data were gathered through in-depth interviews, participatory observation, and organizational document review within a regional political party structure. The findings reveal four principal strategic domains: adaptive digital communication aligned with youth platform culture, participatory political education, strengthened tiered cadre regeneration, and direct involvement of Generation Z in party agendas and decision-making. Supporting factors include organizational openness and digital resource availability, while inhibiting factors include residual political apathy, limited substantive political literacy, and a tendency toward episodic, symbolic participation. These findings extend the Civic Voluntarism Model by foregrounding digital recruitment as a contemporary political pathway, while underscoring that the sustainability of Generation Z's participation depends on institutional consistency in providing meaningful space rather than digital visibility alone.

This is an open access article under the [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Citation: Prayitno, Adi, Lazuardi, A. (2026). *Strategi Partai Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Z*. Emerald: Journal of Economics and Social Sciences 5(1), 33-44.

©Authors retain all copyrights

PENDAHULUAN

Demokrasi elektoral di Indonesia memasuki fase baru ketika generasi Z penduduk yang lahir antara pertengahan dekade 1990-an hingga awal 2010-an tumbuh menjadi kelompok pemilih dengan proporsi terbesar dalam Daftar Pemilih Tetap. Posisi kuantitatif ini idealnya membawa konsekuensi politik yang signifikan, sebab partai politik sebagai pilar utama demokrasi representatif memiliki kepentingan struktural untuk merekrut, membina, dan mengkaderkan kelompok pemilih muda agar keberlangsungan organisasi serta regenerasi kepemimpinan tetap terjaga. Akan tetapi, dominasi angka tersebut tidak serta-merta diikuti oleh keterlibatan yang sepadan dalam ranah politik formal. Sejumlah kajian memperlihatkan bahwa generasi Z cenderung aktif dalam ekspresi politik berbasis digital menyuarakan sikap melalui unggahan, komentar, maupun gerakan tagar namun pada saat yang sama menunjukkan keengganan untuk terlibat dalam struktur politik konvensional seperti keanggotaan partai, kaderisasi, maupun kontestasi jabatan publik (Amin et al., 2025 ;)(Bahriansyah dkk., 2025)

Fenomena ini menampilkan paradoks partisipasi yang menarik untuk dicermati. Di satu sisi, riset terhadap perilaku generasi Z dalam Aksi Indonesia Gelap 2025 menunjukkan bahwa mobilisasi politik generasi ini berlangsung sangat cepat dan masif baik di ruang nyata maupun ruang digital ketika dipicu oleh isu yang dirasakan langsung berdampak pada kehidupan mereka (Bahriansyah dkk., 2025). Di sisi lain, intensitas keterlibatan tersebut umumnya bersifat episodik muncul pada momentum tertentu lalu mereda seiring berlalunya isu pemicu dan jarang berlanjut menjadi keterlibatan yang terinstitusionalisasi di dalam partai politik. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa keterlibatan generasi Z dalam diskusi politik di media sosial justru tergolong rendah secara konsisten, dengan mayoritas responden mengaku jarang atau bahkan tidak pernah berpartisipasi dalam perbincangan politik daring secara aktif, meskipun mereka terpapar informasi politik setiap hari (Ariadne Shinta Dewi dkk., 2025).

Pertanyaan mendasar yang muncul kemudian adalah: bagaimana partai politik merespons karakteristik partisipasi generasi Z yang cair, episodik, dan sangat dimediasi oleh teknologi digital tersebut? Sejumlah partai politik di Indonesia telah mulai mengadopsi pendekatan komunikasi yang lebih informal dan berbasis platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau pemilih muda (Cobis & Rusadi, 2023). Penggunaan figur publik dan influencer pun menjadi strategi yang lazim ditemukan dalam kontestasi elektoral mutakhir, sebab kredibilitas sumber yang dipersepsikan tinggi pada figur-figur tersebut dinilai efektif memengaruhi minat politik generasi muda (Venus dkk., 2025). Namun demikian, strategi komunikasi digital semata tampaknya belum cukup untuk mengonversi minat politik menjadi partisipasi politik yang substantif dan berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan oleh kajian yang menyoroti bahwa efektivitas pesan politik daring sangat bergantung pada faktor mediasi seperti efikasi politik internal dan minat politik yang telah terbangun sebelumnya (Venus dkk., 2025)(Amin dkk., 2025)

Riset terdahulu mengenai partisipasi politik generasi Z di Indonesia sejauh ini didominasi oleh pendekatan kuantitatif berbasis survei skala besar yang berfokus pada pengukuran intensi maupun perilaku partisipasi dari sudut pandang generasi Z sebagai subjek yang dipengaruhi (Ariadne Shinta Dewi dkk., 2025) (Amin dkk., 2025) (Venus dkk., 2025). Pendekatan tersebut menghasilkan pemetaan pola konsumsi informasi politik dan faktor pendorong partisipasi secara agregat, tetapi belum banyak mengungkap secara mendalam bagaimana partai politik sebagai aktor institusional merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi pelibatan generasi Z dari sudut pandang pengurus partai itu sendiri. Kajian yang berfokus pada organisasi sayap kepemudaan partai politik memang telah menyentuh isu pembinaan generasi muda melalui pendidikan politik berjenjang, namun cenderung deskriptif dan belum menautkan temuan lapangan secara eksplisit dengan kerangka teori partisipasi politik kontemporer seperti *Civic Voluntarism Model* (Ostrander dkk., 2021). Di sinilah research gap yang hendak diisi oleh artikel ini: minimnya kajian kualitatif yang menempatkan partai politik sebagai unit analisis utama dalam memahami strategi peningkatan partisipasi politik generasi Z, sekaligus menghubungkan temuan empiris tersebut dengan elaborasi teoretis yang lebih utuh.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, artikel ini bertujuan: pertama, mendeskripsikan dan menganalisis strategi yang ditempuh partai politik dalam meningkatkan partisipasi politik generasi Z, yang dikelompokkan ke dalam empat ranah utama, yaitu komunikasi digital, pendidikan politik, kaderisasi, dan pelibatan dalam agenda partai; kedua, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung maupun menghambat efektivitas strategi tersebut; dan ketiga, menginterpretasikan temuan tersebut melalui dialog kritis dengan teori partisipasi politik serta penelitian terdahulu, sehingga dapat dirumuskan model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antarvariabel yang ditemukan. Dengan demikian, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi baik pada ranah akademik dengan memperkaya literatur partisipasi politik generasi muda dari perspektif kelembagaan partai maupun pada ranah praktis, sebagai bahan refleksi bagi partai politik dalam merancang strategi pelibatan generasi Z yang lebih efektif dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Partisipasi Politik dan *Civic Voluntarism Model*

Partisipasi politik secara konseptual dipahami sebagai keseluruhan upaya warga negara untuk memengaruhi proses pemerintahan dan pengambilan kebijakan, baik melalui jalur konvensional seperti pemberian suara, keanggotaan partai, dan kampanye, maupun melalui jalur non-konvensional seperti protes, petisi, dan aktivisme digital (Venus dkk., 2025). Kerangka teoretis yang banyak digunakan untuk menjelaskan determinan partisipasi politik adalah *Civic Voluntarism Model* (CVM) yang dikembangkan oleh (Verba dkk., 1995), yang menyatakan bahwa kesediaan seseorang untuk berpartisipasi dalam kehidupan politik ditentukan oleh tiga prasyarat utama: dapat (*can*), yakni tersedianya sumber daya berupa waktu, uang, dan keterampilan sipil; mau (*want to*), yakni adanya minat, efikasi politik, dan kesadaran akan kepentingan bersama; serta diminta (*asked to*), yakni keberadaan jejaring rekrutmen sosial yang mengundang individu untuk terlibat.

Komponen rekrutmen dalam CVM relevan secara khusus bagi diskusi mengenai generasi Z, sebab jejaring sosial yang melingkupi generasi ini sebagian besar telah beralih ke ranah digital. Studi yang menelaah penerapan CVM pada masa remaja menemukan bahwa baik sumber daya, keterlibatan psikologis, maupun proses rekrutmen sosial secara konsisten berkontribusi terhadap kesediaan partisipasi politik remaja, meskipun pengaruh rekrutmen melalui jejaring digital belum banyak diuji secara eksplisit dalam konteks keanggotaan partai (Alscher dkk., 2026). Demikian pula, kajian komparatif terhadap kelompok profesional menegaskan bahwa rekrutmen institusional termasuk oleh organisasi politik dan profesi tetap menjadi salah satu prediktor kuat partisipasi politik aktual, melampaui sekadar minat personal (Ostrander dkk., 2021). Dengan demikian, partai politik dapat dipandang sebagai salah satu agen rekrutmen utama yang menjembatani minat politik generasi Z yang bersifat laten menjadi partisipasi politik yang aktual.

Generasi Z dan Karakteristik Politikanya

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh dengan akses penuh terhadap internet dan media sosial sejak usia dini, sehingga pola konsumsi informasi termasuk informasi politik mereka sangat berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi ini cenderung mengandalkan platform visual dan interaktif seperti Instagram dan TikTok sebagai sumber utama informasi politik, alih-alih media arus utama maupun saluran resmi partai (Ariadne Shinta Dewi dkk., 2025). Karakteristik ini turut membentuk preferensi mereka terhadap gaya komunikasi politik yang ringkas, visual, personal, dan otentik, serta kecenderungan untuk lebih percaya pada figur yang dianggap relate atau dekat secara emosional dibandingkan pada institusi formal (Venus dkk., 2025).

Pada aspek nilai, generasi Z memiliki orientasi yang kuat terhadap isu-isu keadilan sosial, lingkungan, dan inklusivitas, serta menjunjung tinggi otonomi individu dalam menentukan bentuk partisipasinya (Dokoupilová dkk., 2024). Orientasi nilai semacam ini menjelaskan mengapa generasi Z lebih mudah dimobilisasi oleh isu-isu konkret yang dirasakan berdampak langsung seperti yang tampak pada gerakan Aksi Indonesia Gelap 2025 dibandingkan oleh narasi ideologis partai yang abstrak (Bahriansyah dkk., 2025). Namun, kedekatan dengan dunia digital juga membawa risiko tersendiri, sebab generasi Z rentan terhadap kelelahan informasi dan paparan

disinformasi politik yang dapat menggerus kepercayaan terhadap institusi politik formal, termasuk partai (Sharma dkk., 2023).

Strategi Partai Politik: Komunikasi Digital, Pendidikan Politik, dan Kaderisasi

Dalam upaya merespons karakteristik generasi Z tersebut, partai politik kontemporer mulai mengembangkan strategi komunikasi digital yang lebih kasual, partisipatif, dan responsif terhadap isu sosial yang relevan bagi anak muda. Studi kasus terhadap partai politik berbasis anak muda di Indonesia menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi yang inklusif melalui platform digital dapat membentuk citra partai yang modern dan dekat dengan aspirasi generasi muda, meskipun masih menyisakan tantangan pada konsistensi narasi dan keterbatasan jangkauan riil terhadap partisipasi politik substantif (Cobis & Rusadi, 2023). Pemanfaatan iklan politik berbayar dan kolaborasi dengan figur publik di platform digital juga terbukti memengaruhi minat politik generasi Z, meskipun pengaruh tersebut termediiasi oleh efikasi politik internal yang dimiliki masing-masing individu (Venus dkk., 2025).

Selain komunikasi digital, pendidikan politik tetap menjadi instrumen klasik yang relevan dalam konteks kontemporer. Penyelenggaraan pendidikan politik bagi pemilih pemula dipandang sebagai motor penggerak kesadaran dan partisipasi politik generasi muda, khususnya apabila dikemas secara partisipatif dan kontekstual dengan kehidupan sehari-hari pemilih muda, bukan sekadar transfer pengetahuan normatif kewarganegaraan (Suci Pratiwi & Arfa'i, 2021). Pendidikan politik yang efektif idealnya dipadukan dengan penguatan literasi digital, mengingat besarnya pengaruh media sosial terhadap pembentukan preferensi politik generasi Z (Sharma dkk., 2023) (Ariadne Shinta Dewi dkk., 2025).

Adapun kaderisasi politik merupakan mekanisme institusional yang memungkinkan partai melakukan regenerasi kepemimpinan secara terencana. Organisasi sayap partai politik—termasuk sayap kepemudaan memainkan peran penting sebagai ruang transisi yang menjembatani individu muda menuju struktur partai yang lebih formal, melalui tahapan penyadaran, pemberdayaan, dan pengembangan kapasitas organisasi. Mekanisme kaderisasi berjenjang ini sejalan dengan komponen rekrutmen pada CVM, sebab keberadaan jejaring sosial yang secara aktif “meminta” keterlibatan individu muda terbukti menjadi salah satu pendorong utama partisipasi politik aktual (Ostrander dkk., 2021).

Pelibatan dalam Agenda Partai dan Model UTAUT-Connective Action

Selain ketiga ranah di atas, pelibatan generasi Z secara langsung dalam agenda dan proses pengambilan keputusan partai semakin dipandang krusial. Kajian yang mengintegrasikan *model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dengan *connective action theory* menemukan bahwa ekspektasi performa, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi secara signifikan membentuk intensi berperilaku generasi Z untuk berpartisipasi politik melalui media sosial, yang pada gilirannya memediasi partisipasi politik aktual (Amin dkk., 2025). Implikasinya, partai politik yang mampu menyediakan kondisi fasilitatif misalnya ruang digital interaktif untuk menyalurkan aspirasi, mekanisme umpan balik yang responsif, maupun pelibatan dalam forum pengambilan keputusan internal berpotensi lebih besar dalam mengonversi minat politik generasi Z menjadi tindakan partisipatif yang nyata, dibandingkan partai yang sekadar menjadikan generasi Z sebagai objek kampanye semata.

Penelitian Terdahulu dan Posisi Penelitian Ini

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroati aspek-aspek partisipasi politik generasi Z secara terpisah. Riset (Kelly, 2023) menunjukkan pentingnya pendekatan yang menginspirasi generasi Z untuk terlibat dalam pemberian suara dan sukarelawan, dengan menekankan signifikansi pengalaman partisipasi awal yang positif. Penelitian mengenai pengawasan partisipatif oleh lembaga pemilihan menemukan bahwa kombinasi digitalisasi informasi dan ruang kaderisasi fisik yang inklusif menjadi kunci keberlanjutan partisipasi generasi Z, sebab ruang digital efektif memicu antusiasme awal namun belum cukup untuk menopang keterlibatan jangka panjang tanpa disertai struktur pembinaan yang nyata. Sementara itu, riset tentang mobilisasi generasi Z dalam Aksi Indonesia Gelap 2025 menegaskan bahwa partisipasi politik generasi ini sangat dipengaruhi oleh dinamika mobilisasi kelompok-kelompok berkepentingan, sehingga otonomi partisipasi yang

ideal pada praktiknya berhadapan dengan realitas mobilisasi yang termediasi (Bahriansyah dkk., 2025).

Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut yang umumnya berfokus pada generasi Z sebagai subjek yang merespons stimulus politik tertentu, penelitian ini memosisikan partai politik sebagai unit analisis utama dengan tujuan memahami strategi institusional secara holistic mencakup komunikasi digital, pendidikan politik, kaderisasi, dan pelibatan agenda partai sebagai satu kesatuan strategi yang saling berkelindan, bukan sebagai variabel yang berdiri sendiri. Pendekatan kualitatif yang digunakan juga memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap dinamika, kontradiksi, dan negosiasi yang terjadi di tingkat implementasi, yang sulit ditangkap melalui pendekatan survei kuantitatif semata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus instrumental (*instrumental case study*), yang dipilih karena bertujuan memahami secara mendalam fenomena strategi peningkatan partisipasi politik generasi Z sebagai kasus tunggal yang representatif terhadap dinamika serupa di tingkat kepartaian daerah, bukan untuk melakukan generalisasi statistik. Pendekatan kualitatif dipandang paling sesuai mengingat fokus penelitian terletak pada pemaknaan, proses, dan konteks implementasi strategi aspek yang sulit ditangkap secara utuh melalui instrumen survei terstruktur.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan pada salah satu struktur kepengurusan partai politik di tingkat daerah (Dewan Pimpinan Daerah/Cabang) yang memiliki organisasi sayap kepemudaan aktif dan program kaderisasi generasi muda yang berjalan dalam tiga tahun terakhir. Identitas spesifik partai dan wilayah penelitian disamarkan (*anonimisasi*) sesuai kesepakatan etika penelitian dengan informan, dan selanjutnya disebut sebagai “Partai X, Wilayah Y”. Pemilihan lokasi didasarkan pada kriteria purposif, yakni keberadaan program pelibatan generasi Z yang terdokumentasi serta kesediaan pengurus partai untuk diwawancarai secara terbuka.

Informan penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling* yang dilanjutkan dengan snowball sampling untuk menjangkau informan tambahan yang relevan. Kriteria informan meliputi: (1) pengurus partai yang menangani bidang kaderisasi, pemuda, atau komunikasi/media; (2) kader muda partai yang berusia 17–27 tahun (representasi generasi Z) dengan masa keterlibatan minimal enam bulan; dan (3) simpatisan generasi Z yang pernah terpapar program partai namun belum menjadi kader formal, sebagai pembanding perspektif. Total informan dalam penelitian ini berjumlah delapan orang, terdiri atas tiga pengurus partai pada level pengambil kebijakan strategi pelibatan pemuda, tiga kader muda aktif, dan dua simpatisan generasi Z. Untuk menjaga kerahasiaan, informan diberi kode I1 hingga I8 disertai keterangan peran fungsionalnya.

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur dengan seluruh informan, masing-masing berdurasi 45–75 menit, untuk menggali pengalaman, persepsi, dan rasionalisasi di balik strategi yang dijalankan maupun yang dialami.
- Observasi partisipatif terhadap kegiatan kaderisasi, forum diskusi pemuda, dan aktivitas media sosial resmi partai, guna mengonfirmasi konsistensi antara narasi informan dan praktik aktual di lapangan.
- Studi dokumen, meliputi dokumen program kerja organisasi sayap kepemudaan, materi pendidikan politik, serta unggahan konten digital partai pada periode dua tahun terakhir, sebagai data pendukung untuk triangulasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui model analisis tematik mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagaimana lazim digunakan dalam tradisi penelitian kualitatif. Proses pengodean (*coding*) dilakukan secara bertahap, dimulai dari *open coding* untuk mengidentifikasi unit makna dari transkrip wawancara dan catatan observasi, kemudian *axial coding* untuk mengelompokkan kode-kode tersebut ke dalam kategori tematik yang merujuk pada

empat ranah strategi (komunikasi digital, pendidikan politik, kaderisasi, dan pelibatan agenda partai) serta kategori faktor pendukung dan penghambat. Tahap akhir berupa selective coding dilakukan untuk menyusun narasi temuan yang koheren dan menautkannya dengan kerangka teoretis *Civic Voluntarism Model* serta literatur terkait.

Keabsahan Data

Keabsahan data diupayakan melalui triangulasi sumber (membandingkan keterangan pengurus, kader, dan simpatisan), triangulasi teknik (membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumen), serta member checking, yaitu mengonfirmasi ulang interpretasi peneliti kepada sebagian informan kunci untuk memastikan akurasi pemaknaan. Selain itu, peneliti melakukan reflektivitas dengan secara sadar mencatat posisi dan kemungkinan bias peneliti selama proses pengumpulan dan analisis data, sebagai bagian dari praktik audit trail dalam penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lokasi dan Informan Penelitian

Partai X Wilayah Y merupakan struktur kepengurusan partai politik tingkat daerah yang memiliki organisasi sayap kepemudaan dengan keanggotaan aktif berkisar tiga ratus orang, mayoritas berusia 17–30 tahun. Organisasi sayap ini menjalankan program kaderisasi berjenjang yang terdiri atas tiga tingkatan: tingkat pengenalan (untuk simpatisan baru), tingkat pembinaan (untuk kader yang telah mengikuti pelatihan dasar), dan tingkat penugasan (untuk kader yang dipersiapkan mengisi posisi struktural atau pencalonan). Sejak dua tahun terakhir, organisasi ini juga mengelola akun media sosial tersendiri yang dikelola oleh tim konten yang seluruhnya berasal dari generasi Z, sebagai bagian dari upaya menjangkau audiens muda dengan gaya komunikasi yang lebih otentik.

Karakteristik informan penelitian bervariasi dari sisi peran dan intensitas keterlibatan. I1, I2, dan I3 merupakan pengurus pada level pengambil kebijakan strategi pelibatan pemuda, masing-masing menjabat sebagai Ketua Bidang Kaderisasi, Koordinator Media dan Komunikasi Digital, serta Sekretaris Organisasi Sayap Kepemudaan. I4, I5, dan I6 adalah kader muda generasi Z berusia 19–25 tahun yang telah aktif selama satu hingga dua tahun, dengan peran masing-masing sebagai content creator partai, koordinator forum diskusi pemuda, dan kader yang sedang dipersiapkan untuk pencalonan tingkat desa/kelurahan. I7 dan I8 merupakan simpatisan generasi Z berusia 18 dan 21 tahun yang pernah mengikuti kegiatan pendidikan politik partai namun belum memutuskan untuk bergabung secara formal, sehingga perspektif mereka penting untuk memahami sisi “yang belum terkonversi” dari upaya pelibatan partai.

Variasi peran dan intensitas keterlibatan informan ini memungkinkan penelitian menangkap spektrum pengalaman yang lebih luas mulai dari perspektif perancang strategi, pelaksana di lapangan, hingga target sasaran yang merespons strategi tersebut secara beragam, termasuk yang belum berhasil dikonversi menjadi kader aktif.

B. Strategi Partai Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Z

1. Strategi Komunikasi Digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Partai X Wilayah Y menempatkan komunikasi digital sebagai garda terdepan dalam menjangkau generasi Z, dengan karakteristik konten yang sengaja dirancang kasual, ringkas, dan berbasis tren platform. I2 selaku Koordinator Media dan Komunikasi Digital menjelaskan bahwa pendekatan ini lahir dari kesadaran bahwa generasi Z tidak lagi mengakses informasi politik melalui kanal-kanal partai secara langsung, melainkan melalui timeline media sosial yang algoritmanya menuntut format konten tertentu agar dapat menjangkau audiens.

“Kami sadar anak muda sekarang tidak akan repot-repot membuka situs resmi partai. Mereka ada di TikTok dan Instagram, jadi kalau partai mau didengar, ya harus masuk ke ruang itu, dengan bahasa mereka, bukan bahasa partai yang formal dan kaku.” (I2, Koordinator Media dan Komunikasi Digital)

Pernyataan tersebut sejalan dengan temuan bahwa generasi Z secara dominan mengandalkan platform visual interaktif sebagai sumber informasi politik utama, dan menilai tinggi konten yang dikemas secara naratif dan personal dibandingkan rilis resmi yang kaku (Ariadne Shinta Dewi dkk., 2025). Strategi konten yang dijalankan partai mencakup video pendek berisi keseharian kader muda, konten edukasi kebijakan yang disederhanakan dalam format infografis, serta sesi tanya-jawab langsung (*live*) yang melibatkan tokoh partai dengan audiens muda. I4, kader yang berperan sebagai content creator, mengungkapkan bahwa pendekatan ini menuntut keseimbangan yang tidak selalu mudah antara menjaga kredibilitas pesan politik dan tetap relevan secara estetika dengan tren digital yang berubah cepat.

Namun, strategi komunikasi digital ini juga menyisakan keterbatasan yang diakui sendiri oleh pengurus. I1 menyatakan bahwa tingkat keterlibatan (*engagement*) pada konten digital seringkali tidak berkorelasi langsung dengan kehadiran fisik pada kegiatan kaderisasi, mengindikasikan adanya jarak antara minat digital yang tampak ramai dan komitmen partisipasi yang lebih substantif. Temuan ini mengonfirmasi catatan kritis dalam literatur bahwa strategi digital partai politik, termasuk pemanfaatan figur publik dan iklan bertarget, cenderung efektif membangkitkan minat politik permukaan namun belum cukup untuk menghasilkan partisipasi aktual tanpa disertai faktor mediasi seperti efikasi politik internal (Venus dkk., 2025).

2. Pendidikan Politik

Ranah strategi kedua yang ditemukan adalah penyelenggaraan pendidikan politik yang dirancang lebih partisipatif dibandingkan model ceramah konvensional. Partai X Wilayah Y menjalankan program bertajuk forum diskusi pemuda yang diselenggarakan secara rutin setiap bulan, mengangkat isu-isu kontekstual seperti kebijakan ketenagakerjaan, lingkungan, dan isu lokal lainnya yang dirasakan langsung oleh peserta, sebagai pintu masuk untuk mengaitkannya dengan posisi dan program partai. I5, koordinator forum diskusi pemuda, menjelaskan rasionalisasi di balik pendekatan ini.

“Kalau kita langsung bicara ideologi partai, anak-anak muda cepat bosan. Makanya kita mulai dari isu yang dekat dengan mereka dulu harga kos, susahny cari kerja, sampah di lingkungan baru pelan-pelan dikaitkan ke kebijakan dan posisi partai.” (I5, Koordinator Forum Diskusi Pemuda)

Pendekatan kontekstual semacam ini selaras dengan argumen bahwa pendidikan politik bagi pemilih pemula akan lebih efektif apabila dikemas secara relevan dengan pengalaman hidup sehari-hari, bukan sekadar transfer pengetahuan kewarganegaraan yang normatif (Suci Pratiwi & Arfa'i, 2021). Namun, I7 dan I8 selaku simpatisan yang belum bergabung secara formal memberikan catatan kritis bahwa forum-forum tersebut, meskipun menarik secara substansi, masih terasa “searah” pada beberapa kesempatan, di mana ruang bagi peserta untuk benar-benar menantang posisi partai masih terbatas. I8 menyampaikan keraguannya.

“Diskusinya seru, tapi kadang saya merasa ujung-ujungnya tetap mengarah ke 'makanya dukung partai kami'. Saya pribadi masih ingin tahu lebih banyak tanpa harus merasa sedang dijejaki untuk bergabung.” (I8, Simpatisan Generasi Z)

Catatan ini penting karena memperlihatkan bahwa efektivitas pendidikan politik tidak hanya ditentukan oleh kemasan dan relevansi konten, tetapi juga oleh sejauh mana ruang dialog tersebut dipersepsikan otentik dan bebas dari motif rekrutmen yang terlalu kentara sebuah tantangan yang khas dihadapi institusi politik ketika berhadapan dengan generasi yang sangat menghargai otonomi dan transparansi motif (Dokoupilová dkk., 2024).

3. Penguatan Kaderisasi

Strategi ketiga berkaitan dengan penguatan sistem kaderisasi berjenjang yang dirancang untuk menampung dan mengembangkan kader muda secara terstruktur. I3 selaku Sekretaris

Organisasi Sayap Kepemudaan menjelaskan bahwa kaderisasi tidak lagi dipahami sebagai proses satu arah dari partai ke individu, melainkan sebagai proses pendampingan yang memberikan ruang bagi kader muda untuk berkontribusi sejak tahap awal keterlibatan mereka, termasuk dilibatkan dalam merancang sendiri sebagian materi pelatihan.

“Kami ubah polanya. Dulu kaderisasi itu kader muda hanya jadi peserta yang mendengarkan. Sekarang sebagian materi pelatihan, terutama yang soal media sosial dan isu anak muda, justru kami minta mereka sendiri yang merancang dan menyampaikan ke angkatan berikutnya.” (I3, Sekretaris Organisasi Sayap Kepemudaan)

Pola kaderisasi partisipatif semacam ini relevan dengan argumen bahwa organisasi sayap partai berfungsi sebagai ruang transisi yang membina generasi muda secara berjenjang melalui tahapan penyadaran, pemberdayaan, hingga pengembangan kapasitas organisasi, sekaligus berperan sebagai jembatan antara partai dan basis konstituen mudanya. I6, kader yang sedang dipersiapkan untuk pencalonan tingkat desa, menggambarkan bagaimana proses kaderisasi berjenjang ini memberinya rasa kepemilikan (*sense of ownership*) terhadap partai yang tidak diperolehnya hanya dari mengikuti konten media sosial.

Meski demikian, I1 mengakui bahwa retensi kader pasca-pelatihan dasar masih menjadi tantangan, sebab tidak seluruh peserta yang mengikuti tahap pengenalan bersedia melanjutkan ke tahap pembinaan yang menuntut komitmen waktu lebih besar. Hal ini mengindikasikan adanya tahap filtrasi alami dalam proses kaderisasi, sekaligus menegaskan bahwa ketersediaan sumber daya waktu salah satu prasyarat dalam Civic Voluntarism Model tetap menjadi kendala riil bagi generasi Z yang umumnya memiliki beban aktivitas akademik atau pekerjaan yang padat (Ostrander dkk., 2021) (Alscher dkk., 2026).

4. Pelibatan dalam Agenda Partai

Strategi keempat yang ditemukan adalah pelibatan kader muda secara langsung dalam agenda dan proses pengambilan keputusan partai, bukan sekadar sebagai objek program. Beberapa bentuk pelibatan yang terdokumentasi meliputi penyertaan perwakilan kader muda dalam rapat kerja penyusunan program partai, pemberian mandat kepada kader muda untuk mengelola sebagian anggaran kegiatan kepemudaan secara mandiri, serta pelibatan dalam tim penyusun materi kampanye untuk segmen pemilih muda pada kontestasi terakhir. I4 menggambarkan pengalamannya dilibatkan dalam rapat kerja sebagai pengalaman yang mengubah persepsinya terhadap partai.

“Awalnya saya cuma bikin konten. Tapi waktu diundang ikut rapat kerja dan diminta kasih masukan soal program anak muda, saya baru sadar bahwa suara saya benar-benar dipertimbangkan, bukan cuma formalitas.” (I4, Kader Muda/Content Creator)

Pengalaman semacam ini menggambarkan secara konkret bagaimana kondisi fasilitatif dan pengaruh sosial dari institusi dapat memperkuat intensi keperilakuan untuk berpartisipasi, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka UTAUT yang dipadukan dengan *connective action theory* (Amin dkk., 2025). Pelibatan yang otentik bukan simbolik tampak menjadi pembeda penting antara kader yang bertahan dan berkembang dalam struktur partai dengan simpatisan yang berhenti pada tahap paparan informasi semata. Namun, I7 selaku simpatisan yang belum bergabung formal menyatakan bahwa ia belum pernah merasakan bentuk pelibatan substantif semacam itu, dan persepsinya terhadap partai masih terbatas pada peran sebagai “penonton” konten digital, bukan sebagai pihak yang turut dilibatkan.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat

1. Faktor Internal

Pada level internal partai, faktor pendukung utama yang teridentifikasi adalah keterbukaan struktur organisasi terhadap inovasi dan ketersediaan sumber daya digital, termasuk tim konten yang dikelola langsung oleh generasi Z sehingga gaya komunikasi yang dihasilkan terasa lebih

otentik dibandingkan apabila dikelola oleh pengurus senior. Dukungan pimpinan partai terhadap inisiatif kaderisasi partisipatif, sebagaimana digambarkan oleh I3, juga menjadi prasyarat penting yang memungkinkan eksperimentasi pola kaderisasi baru dapat berjalan tanpa resistensi struktural yang berarti.

Sebaliknya, faktor penghambat internal yang muncul mencakup keterbatasan kapasitas kelembagaan untuk mengelola program secara konsisten dalam jangka panjang, termasuk minimnya anggaran khusus untuk pengembangan konten digital berkelanjutan dan keterbatasan jumlah pengurus yang benar-benar memahami budaya digital generasi Z secara mendalam. I1 juga mengakui adanya kesenjangan generasi di internal partai, di mana sebagian pengurus senior masih memandang pendekatan komunikasi yang kasual dan partisipatif sebagai sesuatu yang “kurang serius” untuk konteks politik, sehingga memunculkan friksi internal dalam menentukan nada dan batas konten yang dapat dipublikasikan.

2. Faktor Eksternal

Pada level eksternal, faktor pendukung yang teridentifikasi meliputi ekosistem media sosial yang memungkinkan distribusi pesan politik secara luas dengan biaya relatif rendah, serta meningkatnya kesadaran kolektif generasi Z terhadap isu-isu sosial-politik yang dapat menjadi pintu masuk keterlibatan, sebagaimana tercermin pada mobilisasi cepat generasi Z dalam berbagai aksi kolektif belakangan ini (Bahriansyah dkk., 2025). Keterlibatan figur publik dan jejaring pertemanan sebaya juga berfungsi sebagai jalur rekrutmen informal yang memperkuat efektivitas program partai, konsisten dengan komponen rekrutmen sosial dalam *Civic Voluntarism Model* (Ostrander dkk., 2021).

Adapun faktor penghambat eksternal yang paling menonjol adalah residu apatisisme politik di kalangan generasi Z, yang sebagian terbentuk akibat persepsi negatif terhadap institusi politik secara umum maupun akibat kelelahan informasi (*information fatigue*) dari derasnya arus konten politik di media sosial (Sharma dkk., 2023). I7 dan I8 secara konsisten menyatakan keraguan terhadap ketulusan motif partai dalam pendekatan terhadap anak muda, yang menjadi penghambat psikologis tersendiri sebelum mereka bersedia terlibat lebih jauh. Selain itu, paparan disinformasi dan polarisasi politik di ruang digital turut menyulitkan partai dalam membangun narasi yang dipercaya secara luas oleh audiens muda yang skeptis.

D. Analisis dan Interpretasi Temuan

Temuan-temuan di atas, jika dibaca melalui lensa *Civic Voluntarism Model*, memperlihatkan bahwa keempat ranah strategi partai komunikasi digital, pendidikan politik, kaderisasi, dan pelibatan agenda pada dasarnya bekerja untuk memenuhi tiga prasyarat partisipasi politik sekaligus, meski dengan bobot yang berbeda. Strategi komunikasi digital dan pendidikan politik terutama berfungsi memenuhi prasyarat “mau” (*want to*), yakni menumbuhkan minat dan kesadaran politik. Strategi kaderisasi terutama berfungsi memenuhi prasyarat “dapat” (*can*), dengan membekali generasi Z keterampilan sipil dan organisasi yang dibutuhkan untuk berpartisipasi secara efektif. Sementara strategi pelibatan dalam agenda partai paling jelas memenuhi prasyarat “diminta” (*asked to*), sebab kader muda secara aktif diundang dan diberi peran nyata dalam struktur pengambilan keputusan.

Pembacaan ini memperkuat sekaligus memperluas temuan (Ostrander dkk., 2021) dan (Alscher dkk., 2026) yang menegaskan pentingnya rekrutmen institusional sebagai prediktor partisipasi politik, dengan menambahkan nuansa bahwa pada generasi Z, rekrutmen tersebut perlu dimediasi terlebih dahulu melalui jalur digital yang menumbuhkan minat awal, sebelum dapat dikonversi menjadi keterlibatan struktural yang lebih dalam. Dengan kata lain, urutan konversi partisipasi pada generasi Z tampak berjalan dari paparan digital, menuju minat dan kesadaran melalui pendidikan politik kontekstual, kemudian terkonsolidasi melalui kaderisasi dan pelibatan agenda yang otentik sebuah rangkaian yang sejalan dengan temuan bahwa ekspektasi performa dan kondisi fasilitatif secara signifikan memediasi konversi minat digital menjadi partisipasi aktual (Amin dkk., 2025).

Jika dibandingkan dengan penelitian (Bahriansyah dkk., 2025) mengenai mobilisasi generasi Z dalam Aksi Indonesia Gelap 2025, temuan penelitian ini menunjukkan kontras yang

instruktif. Pada kasus mobilisasi protes, partisipasi generasi Z berlangsung cepat dan masif namun bersifat sementara karena dipicu oleh kemarahan kolektif terhadap isu tertentu tanpa struktur kelembagaan yang menampung keberlanjutannya. Sebaliknya, pada kasus kaderisasi partai yang diteliti di sini, partisipasi tumbuh lebih lambat namun memiliki struktur penopang forum diskusi, jenjang kaderisasi, dan pelibatan agenda yang memungkinkan keberlanjutan keterlibatan, meski dengan jumlah individu yang jauh lebih terbatas dibandingkan skala mobilisasi protes. Hal ini menegaskan adanya trade-off antara skala partisipasi yang masif namun episodik, dengan partisipasi yang lebih kecil namun terinstitusionalisasi dan berpotensi berkelanjutan.

Temuan mengenai pentingnya keaslian motif dan ruang dialog yang tidak terlalu kentara bermuatan rekrutmen, sebagaimana disuarakan I7 dan I8, juga memperkaya literatur dengan menegaskan bahwa generasi Z tidak semata menilai strategi partai dari aspek kemasan atau platform yang digunakan, melainkan juga dari sejauh mana mereka merasa motif partai tersebut transparan dan menghormati otonomi mereka untuk memutuskan keterlibatannya sendiri sebuah dimensi yang relatif kurang ditekankan dalam kajian-kajian sebelumnya yang lebih berfokus pada efektivitas pesan dan platform digital (Venus dkk., 2025) (Cobis & Rusadi, 2023).

Pada saat yang sama, faktor penghambat berupa apatisme dan skeptisisme terhadap motif partai menunjukkan bahwa investasi pada komunikasi digital semata, tanpa disertai konsistensi institusional dalam memberikan ruang bermakna, berisiko menghasilkan apa yang dapat disebut sebagai partisipasi simbolik (*symbolic participation*) di mana generasi Z terpapar dan bahkan berinteraksi dengan konten partai, tetapi keterlibatan tersebut tidak berlanjut menjadi komitmen politik yang lebih substantif. Risiko ini sejalan dengan kekhawatiran yang diungkap dalam literatur mengenai potensi adverse effect dari konsumsi media sosial yang intensif tanpa disertai penguatan literasi dan kepercayaan terhadap institusi (Sharma dkk., 2023).

E. Model Konseptual

Berdasarkan keseluruhan temuan dan interpretasi di atas, penelitian ini mengajukan model konseptual yang menggambarkan alur konversi partisipasi politik generasi Z dalam konteks strategi kepartaian, sebagai berikut: (1) Paparan Digital partai membangun visibilitas dan minat awal melalui komunikasi digital yang otentik dan kontekstual; (2) Penyadaran Politik paparan tersebut diperdalam melalui pendidikan politik partisipatif yang relevan dengan keseharian generasi Z; (3) Konsolidasi Kapasitas generasi Z yang telah memiliki minat dibekali keterampilan sipil dan organisasi melalui kaderisasi berjenjang; dan (4) Pelibatan Bermakna kader muda diberi peran nyata dalam agenda dan pengambilan keputusan partai, yang pada gilirannya memperkuat rasa kepemilikan dan keberlanjutan partisipasi.

Keempat tahap ini tidak bersifat linear-mutlak, melainkan saling memengaruhi secara siklikal: pengalaman pelibatan bermakna pada tahap keempat dapat kembali memperkuat minat pada tahap pertama dan kedua, baik bagi individu yang bersangkutan maupun bagi jejaringnya, melalui mekanisme rekrutmen sebaya. Sebaliknya, kegagalan pada salah satu tahap misalnya ruang dialog pendidikan politik yang dipersepsikan tidak otentik, atau ketiadaan pelibatan nyata pasca-kaderisasi dapat menghentikan alur konversi pada tahap tersebut, sehingga individu berhenti sebagai simpatisan pasif atau bahkan berbalik menjadi skeptis. Model ini menegaskan bahwa keberhasilan strategi partai bergantung pada konsistensi dan keterhubungan antarstrategi, bukan pada kekuatan salah satu strategi secara terpisah, sekaligus menjawab kebutuhan untuk memahami partisipasi generasi Z sebagai proses bertahap yang dimediasi oleh kepercayaan dan pengalaman, bukan sekadar hasil dari satu intervensi tunggal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa partai politik menempuh empat ranah strategi yang saling berkelindan dalam upaya meningkatkan partisipasi politik generasi Z, yaitu komunikasi digital yang otentik dan kontekstual, pendidikan politik partisipatif yang mengangkat isu dekat dengan keseharian anak muda, penguatan kaderisasi berjenjang yang memberi ruang kontribusi sejak tahap awal, serta pelibatan langsung dalam agenda dan pengambilan keputusan partai. Keempat strategi tersebut, jika dibaca melalui kerangka *Civic Voluntarism Model*, secara bersama-

sama berfungsi memenuhi prasyarat kemampuan, kemauan, dan rekrutmen yang dibutuhkan untuk mengonversi minat politik generasi Z menjadi partisipasi aktual.

Efektivitas strategi tersebut sangat dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal keterbukaan struktur organisasi, ketersediaan sumber daya digital, dan dukungan kepemimpinan partai dengan faktor eksternal, seperti ekosistem media sosial, dinamika isu sosial-politik yang memobilisasi generasi Z, serta residu apatisme dan skeptisisme terhadap motif institusi politik. Temuan penelitian menegaskan bahwa komunikasi digital yang masif tanpa disertai konsistensi institusional dalam menyediakan ruang pelibatan yang bermakna berisiko menghasilkan partisipasi yang bersifat simbolik dan tidak berkelanjutan. Sebaliknya, keberhasilan konversi partisipasi yang berkelanjutan sangat bergantung pada keterhubungan keempat ranah strategi secara utuh, sebagaimana digambarkan dalam model konseptual alur konversi partisipasi yang diajukan penelitian ini.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya elaborasi *Civic Voluntarism Model* dengan menegaskan peran jalur digital sebagai pintu masuk kontemporer dalam proses rekrutmen politik generasi muda, sekaligus menambahkan dimensi keaslian motif sebagai variabel yang turut menentukan keberhasilan konversi partisipasi pada generasi yang sangat menghargai otonomi dan transparansi. Secara praktis, temuan ini menyarankan agar partai politik tidak memperlakukan komunikasi digital sebagai strategi yang berdiri sendiri, melainkan sebagai pintu masuk yang harus ditindaklanjuti secara konsisten melalui pendidikan politik yang otentik, kaderisasi yang partisipatif, dan pelibatan agenda yang nyata, agar antusiasme digital generasi Z dapat benar-benar terkonversi menjadi keterlibatan politik yang substantif dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain cakupan studi kasus yang terbatas pada satu struktur kepartaian sehingga temuan belum dapat digeneralisasi secara luas pada konteks partai dengan karakteristik organisasi yang berbeda. Penelitian lanjutan disarankan untuk melakukan studi multikasus pada beberapa partai dengan ideologi dan basis massa yang berbeda, serta mengeksplorasi secara lebih spesifik bagaimana dimensi keaslian motif partai dapat diukur dan dikelola secara strategis dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alscher, P., Graf, E., & McElvany, N. (2026). Political participation and the Civic Voluntarism Model: How do resources, psychological engagement, and recruitment shape willingness to participate during adolescence? *Journal of Experimental Psychology: General*, 155(1), 73–93. <https://doi.org/10.1037/xge0001766>
- Amin, M., Ritonga, A. D., Situmorang, T. P., & Santoso, A. D. (2025). Revolutionizing political participation: A modified UTAUT model for generation Z in the digital era. *Frontiers in Political Science*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpos.2025.1681050>
- Ariadne Shinta Dewi, E., Sanofi, Z., Wibowo, K. A., & Arifin, H. S. (2025). Political communication preferences of Generation Z in West Java: Insights from an explanatory sequential study. *International Journal of Adolescence and Youth*, 30(1). <https://doi.org/10.1080/02673843.2025.2512841>
- Bahriansyah, I. M., Anriani, S., Mulyadi, Subono, N. I., & Nurisnaeny, P. S. (2025). Mobilisasi partisipasi politik generasi Z dalam aksi Indonesia Gelap 2025. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 6(5), 4347–4356.
- Cobis, M. Y., & Rusadi, U. (2023). Sosial media sebagai media kampanye partai politik. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1196–1208. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3314>
- Dokoupilová, L., Cogiel, A., & Fero, M. (2024). Values as motivating factors for representatives of generation Z in the Czech Republic and Slovakia within the European context. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1404354>
- Kelly, D. C. (2023). Inspiring Gen Z voters to participate in voting and volunteering. *Advances in Applied Sociology*, 13(1), 43–46. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2023.131004>

- Ostrander, J., Kindler, T., & Bryan, J. (2021). Using the civic voluntarism model to compare the political participation of US and Swiss social workers. *Journal of Policy Practice and Research*, 2, 4–19. <https://doi.org/10.1007/s42972-020-00020-z>
- Sharma, M., Kaushal, D., & Joshi, S. (2023). Adverse effect of social media on generation Z user's behavior: Government information support as a moderating variable. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103256>
- Suci Pratiwi, C., & Arfa'i, A. (2021). Pendidikan politik bagi pemilih pemula sebagai motor generasi muda dalam peningkatan partisipasi dan kesadaran politik. *Rambideun: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 145–152. <https://doi.org/10.51179/pkm.v4i3.815>
- Venus, A., Intyaswati, D., Ayuningtyas, F., & Lestari, P. (2025). Political participation in the digital age: Impact of influencers and advertising on Generation Z. *Cogent Arts & Humanities*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2025.2520063>
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press.