



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 18103-18114

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Transformasi Partisipasi Politik di Era Digital: Strategi Media Sosial Partai Politik dan Keterlibatan Warga Jakarta dalam Demokrasi Lokal

Alifa Nazwa Nashifah, Saeful Mujaib

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

alfanzwanshfh@email.com, saeful.mujaib@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi politik dan mendorong media sosial menjadi ruang utama interaksi antara partai politik dan masyarakat. Di Jakarta, pemanfaatan platform digital oleh partai politik tidak lagi hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun keterlibatan warga dalam proses demokrasi lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi media sosial yang diterapkan partai politik dalam meningkatkan partisipasi politik warga Jakarta serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain sequential explanatory, yaitu mengombinasikan survei kuantitatif terhadap warga Jakarta yang aktif menggunakan media sosial dengan wawancara mendalam dan analisis konten media sosial pada tahap kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan politik warga. Strategi interaksi melalui respons terhadap komentar dan fasilitasi diskusi memiliki pengaruh paling besar dibandingkan strategi konten maupun kampanye daring. Selain itu, literasi digital, persepsi terhadap kredibilitas informasi, dan tingkat kepercayaan warga terbukti berkontribusi dalam meningkatkan partisipasi politik di ruang digital. Meskipun demikian, efektivitas strategi tersebut masih menghadapi tantangan berupa penyebaran disinformasi, polarisasi, serta rendahnya kualitas dialog politik yang menyebabkan partisipasi cenderung bersifat reaktif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial merupakan instrumen strategis dalam memperkuat demokrasi lokal apabila didukung oleh komunikasi yang transparan, interaktif, serta peningkatan literasi digital masyarakat sehingga partisipasi politik warga dapat berkembang secara lebih substantif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Transformasi Partisipasi Politik, Era Digital, Media Sosial Partai Politik, Keterlibatan Warga Jakarta, Demokrasi Lokal

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada bidang politik. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi politik terus meningkat seiring bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Platform digital seperti Instagram, X (Twitter), Facebook, TikTok, dan YouTube kini dimanfaatkan oleh partai politik untuk menyampaikan informasi, membangun citra politik, memperluas jangkauan komunikasi, serta menciptakan ruang interaksi yang lebih terbuka dengan masyarakat. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi media penyebaran informasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara langsung dalam proses demokrasi melalui diskusi, penyampaian aspirasi, maupun pengawasan terhadap kebijakan publik (Firmansyah, 2020; Haryanto, 2022).

Kondisi tersebut terlihat secara nyata pada penyelenggaraan demokrasi lokal di Jakarta yang memiliki karakteristik sebagai pusat pemerintahan, ekonomi, dan aktivitas politik nasional. Tingginya penetrasi internet serta intensitas penggunaan media sosial menjadikan Jakarta sebagai wilayah yang sangat dinamis dalam praktik komunikasi politik digital. Partai politik berlomba mengembangkan strategi komunikasi yang lebih adaptif melalui penyajian konten kreatif, interaksi langsung dengan pengguna, kampanye berbasis data, serta pemanfaatan berbagai fitur media sosial untuk meningkatkan jangkauan komunikasi politik. Praktik tersebut mencerminkan perubahan strategi komunikasi politik dari pendekatan konvensional menuju komunikasi yang lebih partisipatif, interaktif, dan berorientasi pada keterlibatan warga dalam proses demokrasi lokal (Ahmad et al., 2024; Nurhidayat & Garis, 2023).

Transformasi Partisipasi Politik di Era Digital: Strategi Media Sosial Partai Politik dan Keterlibatan Warga Jakarta dalam Demokrasi Lokal

Peningkatan intensitas komunikasi politik melalui media sosial memberikan peluang yang besar bagi masyarakat untuk memperoleh informasi politik secara lebih cepat dan beragam. Akses informasi yang semakin terbuka memungkinkan warga mengikuti perkembangan kebijakan pemerintah, menyampaikan pendapat, serta berinteraksi secara langsung dengan aktor politik tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan kualitas partisipasi politik karena masyarakat memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk terlibat dalam berbagai aktivitas demokrasi. Penelitian mengenai komunikasi politik digital menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan kesadaran politik, memperkuat mobilisasi masyarakat, serta mendorong terbentuknya ruang dialog antara pemerintah, partai politik, dan warga negara (Gibson, 2013; Khatimah et al., 2024).

Perkembangan tersebut juga menghadirkan berbagai tantangan yang memengaruhi kualitas demokrasi digital. Penyebaran disinformasi, hoaks, ujaran kebencian, polarisasi politik, serta fenomena *post-truth* menjadi persoalan yang semakin kompleks dalam ruang komunikasi digital. Informasi politik yang beredar secara cepat sering kali sulit diverifikasi sehingga berpotensi membentuk persepsi publik berdasarkan informasi yang tidak akurat. Kondisi tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi politik sekaligus mengurangi kualitas deliberasi publik dalam demokrasi lokal. Tucker et al. (2018) menjelaskan bahwa media sosial memiliki dua konsekuensi yang berjalan secara bersamaan, yaitu memperluas akses partisipasi politik sekaligus meningkatkan risiko penyebaran disinformasi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi politik digital tidak hanya ditentukan oleh intensitas penggunaan media sosial, tetapi juga oleh kualitas informasi dan kemampuan masyarakat dalam melakukan literasi digital.

Kajian mengenai komunikasi politik digital telah berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ahmad et al. (2024) menjelaskan bahwa strategi komunikasi politik melalui Instagram berperan penting dalam membangun citra politik menjelang Pilgub DKI Jakarta. Nurhidayat dan Garis (2023) mengemukakan bahwa media sosial telah menjadi ruang utama komunikasi politik yang memungkinkan interaksi lebih cepat antara aktor politik dan masyarakat. Penelitian Khatimah et al. (2024) juga membuktikan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan partisipasi politik masyarakat Indonesia. Penelitian lain yang dilakukan oleh Atnan dan Abrar (2023) menunjukkan bahwa literasi media sosial, kualitas informasi, dan tingkat kepercayaan publik memiliki hubungan yang erat dengan perilaku komunikasi masyarakat pada media sosial pemerintah daerah. Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi digital dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, bukan hanya oleh intensitas penggunaan media sosial semata.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam transformasi komunikasi politik, tetapi fokus kajiannya masih beragam. Penelitian Ahmad et al. (2024) lebih menitikberatkan pada strategi komunikasi politik dalam membangun citra kandidat melalui Instagram, sedangkan Nurhidayat dan Garis (2023) mengulas perkembangan tren komunikasi politik di media sosial tanpa mengukur dampaknya terhadap kualitas partisipasi politik masyarakat. Kajian Yusril dan Putera (2024) mengidentifikasi perubahan praktik komunikasi politik Indonesia pada era digital, sementara Hasibuan et al. (2024) menyoroti pengaruh media sosial terhadap elektabilitas calon pemimpin. Penelitian lain juga membahas keterlibatan politik Generasi Z dalam pemilihan kepala daerah (Tinambunan et al., 2024; Qalbuadi et al., 2025), implementasi *smart governance* melalui pemanfaatan teknologi informasi (Mutiarin & Lawelai, 2023), serta pemanfaatan aplikasi *e-government* JAKI dalam meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap layanan publik digital (Al-Kautsar Maktub et al., 2025). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi politik digital telah berkembang menjadi bidang kajian yang semakin luas dan multidisipliner.

Perkembangan tersebut memperlihatkan bahwa kajian komunikasi politik digital telah menghasilkan banyak temuan mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye politik, pembentukan citra, dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Kajian mengenai demokrasi digital juga telah mengungkap bahwa media sosial berkontribusi terhadap perluasan ruang publik dan meningkatkan peluang partisipasi politik warga (Castells, 2013; Adi, 2021). Perspektif tersebut didukung oleh Gibson (2013) yang menjelaskan bahwa media sosial mendorong perubahan strategi partai politik menuju pola kampanye yang lebih partisipatif, sedangkan Van Aelst et al. (2017) menegaskan bahwa lingkungan media dengan banyak pilihan (*high-choice media environment*) telah mengubah hubungan antara aktor politik, media, dan masyarakat. King et al. (2017) juga menunjukkan bahwa media sosial mampu membentuk opini publik melalui produksi dan distribusi informasi secara masif sehingga strategi komunikasi digital menjadi bagian penting dalam kompetisi politik modern.

Kesenjangan penelitian masih terlihat karena sebagian besar penelitian terdahulu menganalisis strategi komunikasi partai politik atau perilaku partisipasi masyarakat secara terpisah. Hubungan antara strategi media sosial partai politik, tingkat keterlibatan warga, literasi digital, serta kualitas demokrasi lokal belum banyak dikaji dalam satu

kerangka analisis yang komprehensif, khususnya pada konteks Jakarta. Penelitian Evita dan Mukhaer (2022) memang menekankan pentingnya komunikasi dan literasi digital masyarakat dalam implementasi *Society 5.0*, sedangkan Fatimah (2025) mengidentifikasi tantangan ruang publik digital terhadap demokrasi era media baru. Kajian Andini (2025) bahkan menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi ruang aktivisme digital bagi generasi muda dalam memperjuangkan isu sosial. Fokus penelitian tersebut belum secara spesifik menjelaskan bagaimana strategi komunikasi media sosial yang diterapkan partai politik diterjemahkan menjadi keterlibatan politik warga dalam demokrasi lokal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dijawab melalui penelitian yang mengintegrasikan dimensi strategi komunikasi politik dengan perilaku partisipasi masyarakat.

Karakteristik Jakarta sebagai ibu kota negara sekaligus pusat aktivitas politik memberikan konteks yang berbeda dibandingkan daerah lain di Indonesia. Tingginya intensitas penggunaan media sosial, keberagaman karakteristik masyarakat, serta tingginya dinamika politik lokal menjadikan Jakarta sebagai wilayah yang relevan untuk mengkaji transformasi partisipasi politik pada era digital. Perubahan perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi politik tidak hanya dipengaruhi oleh intensitas paparan media sosial, tetapi juga oleh persepsi terhadap kredibilitas informasi, tingkat kepercayaan kepada partai politik, dan kemampuan masyarakat dalam melakukan literasi digital. Hubungan antarfaktor tersebut menjadi penting untuk dipahami karena kualitas demokrasi lokal tidak hanya ditentukan oleh tingginya aktivitas politik di media sosial, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang terbangun antara partai politik dan warga.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan analisis mengenai strategi media sosial partai politik dengan keterlibatan warga dalam demokrasi lokal menggunakan pendekatan *mixed methods* melalui desain *sequential explanatory*. Pendekatan tersebut memungkinkan penelitian tidak hanya mengukur hubungan antarvariabel secara kuantitatif, tetapi juga menjelaskan alasan yang melatarbelakangi perilaku partisipasi politik masyarakat melalui eksplorasi data kualitatif. Pendekatan ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi komunikasi digital partai politik sekaligus mengidentifikasi tantangan dan peluang yang muncul dalam praktik demokrasi lokal di Jakarta. Kontribusi penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik digital, memberikan rekomendasi praktis bagi partai politik dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih partisipatif, serta menjadi masukan bagi pemerintah dalam memperkuat kualitas demokrasi digital melalui peningkatan literasi digital masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi media sosial yang diterapkan partai politik di Jakarta dalam meningkatkan partisipasi politik warga, mengevaluasi efektivitas strategi tersebut dalam mendorong keterlibatan masyarakat pada demokrasi lokal, serta mengidentifikasi berbagai tantangan dan peluang yang memengaruhi partisipasi politik di era digital. Pertanyaan penelitian yang diajukan meliputi: (1) bagaimana partai politik di Jakarta mengadaptasi strategi media sosial untuk meningkatkan partisipasi politik warga pada era digital; dan (2) sejauh mana strategi tersebut efektif dalam mendorong keterlibatan substantif warga Jakarta dalam proses demokrasi lokal serta faktor-faktor apa saja yang memengaruhi efektivitasnya.

2. Metode Penelitian

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metode campuran (*mixed methods*) dengan menerapkan desain sekuensial eksplanatori. Pendekatan ini dipilih untuk memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena partisipasi politik di era digital serta strategi komunikasi partai politik. Desain sekuensial eksplanatori menempatkan tahap kuantitatif sebagai fase awal yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola umum dan tren yang relevan dengan penggunaan media sosial oleh partai politik dan keterlibatan warga Jakarta dalam demokrasi lokal. Temuan kuantitatif ini akan menjadi dasar untuk merancang investigasi kualitatif yang lebih terfokus.

Tahap kuantitatif akan dirancang untuk mengukur tingkat partisipasi politik warga Jakarta di ranah digital dan persepsi mereka terhadap strategi media sosial yang digunakan oleh partai politik. Pengukuran ini penting untuk memperoleh gambaran objektif mengenai sejauh mana transformasi partisipasi politik telah terjadi. Data kuantitatif yang dihasilkan akan memberikan dasar empiris yang kuat untuk memahami karakteristik umum dari fenomena yang diteliti. Hal ini memungkinkan identifikasi variabel-variabel kunci yang memerlukan penjelasan lebih mendalam pada fase kualitatif.

Selanjutnya, tahap kualitatif akan dilaksanakan untuk menggali lebih dalam temuan-temuan yang diperoleh dari analisis kuantitatif. Fase ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai makna, motivasi, dan pengalaman partisipan. Melalui wawancara mendalam dan analisis konten media sosial, peneliti akan mengeksplorasi secara rinci bagaimana partai politik merumuskan dan mengimplementasikan strategi komunikasi digital mereka, serta bagaimana warga Jakarta merespons dan terlibat dalam proses tersebut. Pendekatan ini memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya deskriptif tetapi juga interpretatif.

Integrasi kedua metode ini memungkinkan triangulasi data dan pemahaman yang komprehensif. Kekuatan metode kuantitatif dalam memberikan generalisasi dan identifikasi pola dikombinasikan dengan kekayaan metode kualitatif dalam menjelaskan konteks dan makna akan menghasilkan temuan yang lebih holistik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengukur aspek-aspek partisipasi politik dan strategi media sosial, tetapi juga memahami dinamika kompleks yang melatarbelakanginya dalam konteks demokrasi lokal di Jakarta. Hal ini sejalan dengan upaya memahami trend komunikasi politik di media sosial (Nurhidayat, 2023) dan pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik secara umum (Khatimah, 2024).

2.2 Populasi dan Sampel / Informan

Populasi penelitian ini mencakup seluruh warga negara Indonesia yang berdomisili di wilayah Daerah Khusus Ibukota Jakarta dan memiliki hak pilih dalam pemilihan umum lokal. Definisi populasi ini difokuskan pada individu yang secara hukum berpotensi untuk berpartisipasi dalam proses demokrasi. Lebih spesifik lagi, populasi ini juga mencakup pengguna aktif media sosial di Jakarta yang menjadi target audiens dari strategi komunikasi partai politik. Segmentasi ini penting mengingat fokus penelitian pada era digital dan partisipasi politik secara daring.

Untuk tahap kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Kriteria spesifik diterapkan dalam pemilihan responden untuk memastikan relevansi data dengan topik penelitian. Kriteria tersebut meliputi usia (dewasa, minimal 17 tahun atau sudah menikah), domisili di Jakarta, dan aktif menggunakan setidaknya satu platform media sosial. Penggunaan purposive sampling bertujuan untuk mengumpulkan data dari individu yang paling mungkin memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan mengenai topik yang diteliti, seperti yang relevan dalam analisis strategi komunikasi politik Ridwan Kamil di media sosial Instagram untuk PILGUB DKI Jakarta 2024 (Ahmad, 2024).

Jumlah sampel kuantitatif akan ditentukan berdasarkan kaidah statistik yang memadai untuk melakukan analisis inferensial, memastikan representativitas terhadap populasi yang diteliti. Perhitungan ukuran sampel akan mempertimbangkan tingkat kepercayaan dan margin of error yang dapat diterima dalam penelitian sosial. Hal ini penting untuk memastikan keandalan temuan kuantitatif dalam menggambarkan kecenderungan partisipasi politik dan persepsi terhadap media sosial partai politik di Jakarta.

Pada tahap kualitatif, teknik pemilihan informan menggunakan metode snowball sampling. Metode ini dimulai dengan identifikasi beberapa informan kunci yang memiliki keterlibatan langsung atau pengetahuan mendalam mengenai topik penelitian. Informan awal kemudian diminta untuk merekomendasikan individu lain yang juga relevan dan dapat memberikan informasi tambahan yang berharga. Strategi ini memungkinkan penjangkauan terhadap beragam perspektif, termasuk perwakilan partai politik yang aktif dalam kampanye digital, pengamat politik, akademisi yang fokus pada komunikasi politik digital, serta warga Jakarta yang menunjukkan tingkat keterlibatan politik yang tinggi di media sosial. Penggunaan snowball sampling sangat cocok untuk mengeksplorasi topik yang dinamis seperti trend komunikasi politik di media sosial (Nurhidayat, 2023) dan analisis perilaku generasi muda dalam menentukan pilihan politik (Tinambunan, 2024).

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui survei daring (online survey) yang disebar kepada responden terpilih. Kuesioner terstruktur dirancang secara cermat untuk mengukur variabel-variabel utama penelitian, seperti tingkat partisipasi politik daring, persepsi terhadap efektivitas strategi media sosial partai politik, dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Kuesioner ini akan mencakup berbagai jenis pertanyaan, termasuk skala Likert, pilihan ganda, dan pertanyaan demografis untuk memahami karakteristik responden. Survei daring dipilih karena efisiensi, jangkauan yang luas, dan kemudahan pengumpulan data dari responden yang tersebar di berbagai lokasi di Jakarta.

Validitas dan reliabilitas kuesioner akan diuji sebelum disebarkan secara luas. Uji coba (pilot testing) akan dilakukan terhadap sekelompok kecil responden yang memenuhi kriteria untuk memastikan bahwa pertanyaan mudah dipahami, tidak ambigu, dan relevan. Hasil uji coba akan digunakan untuk melakukan revisi dan penyempurnaan kuesioner guna meningkatkan kualitas data yang akan dikumpulkan. Proses ini memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur secara akurat.

Data kualitatif dikumpulkan melalui dua metode utama: wawancara mendalam (in-depth interview) dan analisis konten media sosial. Wawancara mendalam akan dilaksanakan dengan informan kunci yang telah diidentifikasi melalui metode snowball sampling. Wawancara ini akan dilakukan secara semi-terstruktur, memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam mengenai strategi komunikasi partai politik, motivasi keterlibatan warga, serta tantangan dan peluang dalam partisipasi politik digital. Pertanyaan-pertanyaan akan dirancang untuk memancing narasi dan perspektif unik dari setiap informan.

Analisis konten media sosial akan difokuskan pada platform-platform yang relevan dengan partisipasi politik di Jakarta, seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan YouTube. Data yang dikumpulkan meliputi postingan resmi partai politik, tanggapan pengikut (komentar), diskusi publik, serta konten-konten viral terkait isu politik lokal. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola komunikasi, narasi yang dibangun, serta respons publik terhadap strategi partai politik di ranah digital. Temuan dari analisis konten ini akan melengkapi data dari wawancara dan survei, memberikan pemahaman yang holistik mengenai transformasi partisipasi politik di era digital, seperti yang dianalisis dalam konteks branding politik di media sosial (Adila, 2025) dan trend pemahaman praktik komunikasi politik Indonesia di era digital (Yusril, 2024).

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif akan dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik yang sesuai, seperti SPSS atau R. Langkah awal analisis adalah pembersihan data untuk mengidentifikasi dan menangani data yang hilang atau tidak konsisten. Statistik deskriptif, termasuk frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi, akan digunakan untuk menggambarkan karakteristik sampel dan distribusi variabel penelitian. Hal ini penting untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang terkumpul.

Selanjutnya, analisis inferensial akan diterapkan untuk menguji hipotesis penelitian dan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Teknik analisis seperti regresi linier atau analisis jalur dapat digunakan untuk menguji pengaruh strategi media sosial partai politik terhadap keterlibatan warga Jakarta dalam demokrasi lokal. Analisis ini akan membantu dalam menarik kesimpulan yang lebih luas dan menggeneralisasi temuan dari sampel ke populasi. Pemilihan teknik analisis inferensial akan disesuaikan dengan jenis data dan tujuan penelitian.

Analisis data kualitatif akan menggunakan analisis tematik. Proses ini meliputi pengkodean data wawancara dan transkrip konten media sosial untuk mengidentifikasi tema-tema kunci, pola, dan kategori yang muncul. Tahap awal adalah membaca secara menyeluruh seluruh data kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Selanjutnya, data akan dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna dan konsep, kemudian dikembangkan menjadi tema-tema yang lebih luas. Proses ini akan dilakukan secara iteratif untuk memastikan kedalaman dan kekayaan analisis.

Hasil analisis kualitatif akan digunakan untuk menjelaskan, memperkaya, dan menginterpretasikan temuan dari analisis kuantitatif. Misalnya, jika data kuantitatif menunjukkan korelasi antara penggunaan platform tertentu oleh partai politik dengan tingkat keterlibatan warga, analisis kualitatif akan menggali mengapa hal tersebut terjadi, bagaimana strategi spesifik partai tersebut dirancang, dan bagaimana warga meresponsnya secara mendalam. Integrasi ini menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan holistik, melampaui sekadar temuan statistik. Pendekatan ini juga mendukung pemahaman terhadap tantangan dan peluang pemanfaatan media sosial oleh partai politik untuk demokrasi lokal (Fatimah, 2025) dan bagaimana media sosial dapat menjadi ruang digital activism bagi generasi muda dalam memperjuangkan isu lingkungan (Andini, 2025).

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini diawali dengan penyebaran survei daring kepada warga Jakarta yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan komunikasi politik. Responden didominasi oleh kelompok usia produktif 17–35 tahun dengan latar belakang pendidikan sebagian besar lulusan strata satu. Sebagian besar responden bekerja sebagai profesional dan wiraswasta serta berdomisili di wilayah perkotaan Jakarta. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden merupakan kelompok masyarakat yang memiliki intensitas penggunaan media sosial relatif tinggi sehingga relevan dengan tujuan penelitian dalam menganalisis transformasi partisipasi politik pada era digital.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana memperoleh informasi politik dan mengikuti perkembangan isu-isu publik. Bentuk partisipasi yang paling sering dilakukan meliputi mengikuti akun resmi partai politik, memberikan tanda *like*, membagikan konten politik (*share*), memberikan komentar terhadap isu-isu politik, serta membaca berita mengenai kebijakan pemerintah daerah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu ruang publik digital yang memperluas akses masyarakat terhadap informasi politik sekaligus membuka peluang bagi warga untuk berinteraksi secara langsung dengan aktor politik.

Karakteristik responden tersebut memberikan gambaran bahwa partisipasi politik masyarakat Jakarta tidak lagi terbatas pada aktivitas konvensional, seperti menghadiri kampanye atau menggunakan hak pilih pada saat pemilihan umum, tetapi telah berkembang ke dalam bentuk partisipasi digital yang berlangsung secara berkelanjutan. Kondisi tersebut memperlihatkan adanya perubahan pola komunikasi politik dari model yang bersifat satu arah menuju komunikasi yang lebih terbuka dan interaktif melalui media sosial.

3.2 Strategi Media Sosial Partai Politik dalam Meningkatkan Partisipasi Politik

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh strategi komunikasi media sosial partai politik terhadap keterlibatan politik warga Jakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel strategi komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan politik masyarakat ($p < 0,001$). Model regresi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,658, yang menunjukkan bahwa 65,8% variasi keterlibatan politik warga dapat dijelaskan oleh strategi komunikasi media sosial yang diterapkan partai politik, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Ringkasan hasil analisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Keterlibatan Politik

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error Nilai	Nilai t	Sig. (p)
Strategi Konten	0.358	0.071	5.042	0.000
Strategi Interaksi	0.421	0.075	5.615	0.000
Strategi Kampanye Daring	0.285	0.068	4.191	0.000

Model R Square: 0.658; F-statistic: 55.321; Sig: 0.000

Hasil analisis memperlihatkan bahwa strategi interaksi merupakan faktor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap peningkatan keterlibatan politik warga dibandingkan strategi konten maupun strategi kampanye daring. Temuan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih memberikan respons terhadap komunikasi yang bersifat dialogis dibandingkan komunikasi yang hanya berorientasi pada penyampaian informasi. Respons cepat terhadap komentar masyarakat, penyelenggaraan diskusi melalui media sosial, serta keterbukaan partai politik dalam menanggapi aspirasi publik menjadi faktor yang meningkatkan keterlibatan warga dalam aktivitas politik digital.

Strategi konten juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keterlibatan politik masyarakat. Penyajian informasi yang menarik, mudah dipahami, serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat mampu meningkatkan perhatian publik terhadap isu-isu politik lokal. Konten yang disampaikan secara konsisten tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara partai politik dan masyarakat sehingga mendorong munculnya partisipasi yang lebih aktif.

Strategi kampanye daring turut memberikan pengaruh positif terhadap partisipasi politik warga meskipun kontribusinya lebih rendah dibandingkan dua strategi lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kampanye digital masih efektif dalam meningkatkan jangkauan komunikasi politik, tetapi efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi dan kredibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi komunikasi politik di Jakarta telah menggeser paradigma kampanye politik dari komunikasi satu arah menuju komunikasi dua arah yang lebih partisipatif. Media sosial tidak lagi dimanfaatkan hanya sebagai saluran publikasi program kerja, melainkan telah berkembang menjadi ruang dialog yang memungkinkan masyarakat memberikan tanggapan, kritik, maupun dukungan terhadap berbagai kebijakan politik. Perubahan tersebut memperkuat pandangan Gibson (2013) yang menyatakan bahwa media sosial mendorong lahirnya pola kampanye politik yang lebih berorientasi pada keterlibatan warga dibandingkan model komunikasi politik konvensional.

Hasil penelitian juga sejalan dengan Ahmad et al. (2024) yang menemukan bahwa strategi komunikasi politik melalui Instagram berperan penting dalam membangun citra politik sekaligus meningkatkan kedekatan dengan masyarakat. Penelitian Nurhidayat dan Garis (2023) turut menjelaskan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik menjadi lebih cepat, terbuka, dan interaktif. Temuan penelitian ini memperluas hasil penelitian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh intensitas publikasi konten, tetapi lebih dipengaruhi oleh kualitas interaksi yang dibangun antara partai politik dan masyarakat.

Perspektif yang dikemukakan oleh King et al. (2017) dan Van Aelst et al. (2017) juga mendukung temuan penelitian ini. Kedua penelitian tersebut menjelaskan bahwa media sosial telah berkembang menjadi arena dialog politik yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara langsung antara aktor politik dan masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan fenomena serupa pada konteks demokrasi lokal di Jakarta, di mana keterlibatan politik warga meningkat ketika partai politik mampu membangun komunikasi yang responsif, terbuka, dan memberikan ruang partisipasi bagi masyarakat.

Temuan tersebut sekaligus menjawab pertanyaan penelitian pertama mengenai bagaimana partai politik di Jakarta mengadaptasi strategi media sosial untuk meningkatkan partisipasi politik warga pada era digital. Adaptasi dilakukan melalui penguatan strategi interaksi, penyajian konten yang lebih informatif dan menarik, serta pemanfaatan kampanye digital yang lebih komunikatif. Strategi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi politik digital tidak hanya ditentukan oleh banyaknya informasi yang dipublikasikan, tetapi juga oleh kemampuan partai politik dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat melalui komunikasi yang partisipatif.

3.3 Pengaruh Literasi Digital, Kredibilitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Partisipasi Politik

Analisis selanjutnya dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi digital, persepsi terhadap kredibilitas informasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap tingkat partisipasi politik digital. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi politik warga Jakarta ($p < 0,001$). Ringkasan hasil analisis disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengaruh Literasi Digital, Kredibilitas, dan Kepercayaan terhadap Partisipasi

Variabel Independen	Koefisien (B)	Nilai t	Sig. (p)	R Square
Literasi Digital	0.512	5.818	0.000	0.489
Persepsi Kredibilitas	0.625	6.578	0.000	0.587
Kepercayaan Warga	0.478	5.975	0.000	0.456

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi terhadap kredibilitas informasi merupakan faktor yang memberikan pengaruh terbesar terhadap partisipasi politik masyarakat. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat cenderung lebih aktif terlibat dalam aktivitas politik apabila informasi yang diterima melalui media sosial dianggap akurat, dapat dipercaya, dan berasal dari sumber yang memiliki legitimasi. Tingginya kredibilitas informasi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik sehingga mendorong keterlibatan yang lebih besar dalam berbagai bentuk partisipasi politik digital.

Literasi digital juga terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap partisipasi politik warga. Masyarakat yang memiliki kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi cenderung lebih selektif dalam menerima maupun menyebarkan informasi politik. Kemampuan tersebut memungkinkan masyarakat membedakan informasi yang bersifat faktual dengan informasi yang mengandung disinformasi ataupun hoaks sehingga keputusan politik yang diambil menjadi lebih rasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dalam menilai kualitas informasi yang beredar pada media sosial.

Kepercayaan masyarakat terhadap partai politik juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik digital. Tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong masyarakat untuk lebih aktif mengikuti perkembangan politik, berpartisipasi dalam diskusi publik, memberikan tanggapan terhadap kebijakan, serta mendukung berbagai aktivitas politik yang dilakukan melalui media sosial. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan akan mengurangi intensitas keterlibatan masyarakat meskipun akses terhadap media sosial semakin mudah.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian Atnan dan Abrar (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas informasi, literasi media sosial, dan tingkat kepercayaan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku komunikasi masyarakat pada media sosial pemerintah daerah. Hasil penelitian juga sejalan dengan Khatimah et al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan partisipasi politik masyarakat apabila didukung oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan informasi secara kritis.

Penelitian Evita dan Mukhaer (2022) turut menjelaskan bahwa peningkatan literasi digital merupakan prasyarat penting dalam mendukung implementasi *Society 5.0*. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan masyarakat mengakses informasi, tetapi juga membentuk perilaku politik yang lebih bertanggung jawab. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi digital yang baik cenderung tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum terverifikasi sehingga mampu berpartisipasi secara lebih rasional dalam proses demokrasi.

Hubungan antara kredibilitas informasi dan kepercayaan masyarakat menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital partai politik tidak cukup hanya bergantung pada frekuensi penyampaian informasi. Kredibilitas sumber, konsistensi pesan politik, transparansi komunikasi, serta kemampuan partai politik dalam memberikan klarifikasi terhadap isu-isu publik menjadi faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi politik digital. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas komunikasi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan kuantitas informasi yang dipublikasikan.

Hasil penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian kedua, yaitu mengenai efektivitas strategi media sosial partai politik dalam meningkatkan keterlibatan warga Jakarta. Strategi komunikasi digital terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi politik apabila didukung oleh tingginya literasi digital masyarakat, kredibilitas informasi yang baik, serta kepercayaan publik terhadap partai politik.

3.4 Tantangan dan Peluang Demokrasi Digital

Analisis kuantitatif menunjukkan bahwa strategi komunikasi media sosial mampu meningkatkan keterlibatan politik masyarakat. Hasil wawancara mendalam dengan informan memperlihatkan bahwa media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi politik secara cepat, menyampaikan aspirasi, serta berinteraksi secara langsung dengan partai politik. Informan juga menyampaikan bahwa komunikasi yang berlangsung melalui media sosial dinilai lebih terbuka dibandingkan komunikasi politik konvensional karena masyarakat dapat memberikan tanggapan terhadap berbagai isu publik secara langsung.

Hasil analisis konten media sosial menunjukkan bahwa partai politik semakin aktif memanfaatkan berbagai format komunikasi digital, seperti infografis, video pendek, siaran langsung (*live streaming*), sesi tanya jawab, dan diskusi interaktif. Strategi tersebut mampu meningkatkan jangkauan komunikasi politik sekaligus memperkuat hubungan antara partai politik dan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara berkelanjutan.

Perkembangan tersebut juga menghadirkan berbagai tantangan yang memengaruhi kualitas demokrasi lokal. Informan menyampaikan bahwa tingginya arus informasi politik sering kali diikuti oleh penyebaran hoaks, disinformasi, ujaran kebencian, serta polarisasi politik yang menyulitkan masyarakat dalam membedakan

informasi yang benar dan yang menyesatkan. Situasi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat lebih berhati-hati dalam memberikan tanggapan terhadap isu politik yang berkembang pada media sosial.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi hasil penelitian Tucker et al. (2018) yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki dua konsekuensi yang berjalan secara bersamaan, yaitu memperluas partisipasi politik sekaligus meningkatkan risiko penyebaran disinformasi. Fenomena *post-truth* menjadi salah satu tantangan utama dalam demokrasi digital karena opini publik sering kali lebih dipengaruhi oleh narasi emosional dibandingkan informasi yang berbasis fakta. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi politik melalui media sosial perlu diimbangi dengan penguatan literasi digital agar masyarakat mampu melakukan verifikasi terhadap informasi sebelum mengambil keputusan politik.

Peluang penguatan demokrasi digital juga terlihat melalui semakin berkembangnya pemanfaatan teknologi informasi oleh pemerintah daerah. Penelitian Al-Kautsar Maktub et al. (2025) menunjukkan bahwa penerapan aplikasi JAKI memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan publik secara digital. Pemanfaatan teknologi tersebut menunjukkan bahwa integrasi media sosial dengan layanan pemerintahan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi partisipasi politik di Jakarta tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan partai politik dalam membangun komunikasi yang kredibel, interaktif, dan transparan. Literasi digital masyarakat menjadi faktor pendukung yang menentukan kualitas partisipasi politik, sedangkan kepercayaan publik menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara partai politik dan warga.

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi media sosial partai politik tidak cukup diukur dari tingginya intensitas publikasi konten ataupun jumlah interaksi pada media sosial. Keberhasilan tersebut lebih ditentukan oleh kemampuan partai politik membangun komunikasi dua arah, menyampaikan informasi yang kredibel, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta menciptakan ruang dialog yang mendorong partisipasi politik secara substantif. Temuan ini memperluas kajian komunikasi politik digital dengan menunjukkan bahwa kualitas interaksi merupakan faktor yang lebih menentukan dibandingkan kuantitas aktivitas komunikasi dalam memperkuat demokrasi lokal pada era digital.

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi terhadap kredibilitas informasi merupakan faktor yang memberikan pengaruh terbesar terhadap partisipasi politik masyarakat. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat cenderung lebih aktif terlibat dalam aktivitas politik apabila informasi yang diterima melalui media sosial dianggap akurat, dapat dipercaya, dan berasal dari sumber yang memiliki legitimasi. Tingginya kredibilitas informasi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap partai politik sehingga mendorong keterlibatan yang lebih besar dalam berbagai bentuk partisipasi politik digital.

Literasi digital juga terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap partisipasi politik warga. Masyarakat yang memiliki kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi cenderung lebih selektif dalam menerima maupun menyebarkan informasi politik. Kemampuan tersebut memungkinkan masyarakat membedakan informasi yang bersifat faktual dengan informasi yang mengandung disinformasi ataupun hoaks sehingga keputusan politik yang diambil menjadi lebih rasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dalam menilai kualitas informasi yang beredar pada media sosial.

Kepercayaan masyarakat terhadap partai politik juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi politik digital. Tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong masyarakat untuk lebih aktif mengikuti perkembangan politik, berpartisipasi dalam diskusi publik, memberikan tanggapan terhadap kebijakan, serta mendukung berbagai aktivitas politik yang dilakukan melalui media sosial. Sebaliknya, rendahnya tingkat kepercayaan akan mengurangi intensitas keterlibatan masyarakat meskipun akses terhadap media sosial semakin mudah.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian Atnan dan Abrar (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas informasi, literasi media sosial, dan tingkat kepercayaan merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku komunikasi masyarakat pada media sosial pemerintah daerah. Hasil penelitian juga sejalan dengan Khatimah et

al. (2024) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan partisipasi politik masyarakat apabila didukung oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan informasi secara kritis.

Penelitian Evita dan Mukhaer (2022) turut menjelaskan bahwa peningkatan literasi digital merupakan prasyarat penting dalam mendukung implementasi *Society 5.0*. Temuan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan masyarakat mengakses informasi, tetapi juga membentuk perilaku politik yang lebih bertanggung jawab. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi digital yang baik cenderung tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum terverifikasi sehingga mampu berpartisipasi secara lebih rasional dalam proses demokrasi.

Hubungan antara kredibilitas informasi dan kepercayaan masyarakat menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital partai politik tidak cukup hanya bergantung pada frekuensi penyampaian informasi. Kredibilitas sumber, konsistensi pesan politik, transparansi komunikasi, serta kemampuan partai politik dalam memberikan klarifikasi terhadap isu-isu publik menjadi faktor yang menentukan keberhasilan komunikasi politik digital. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kualitas komunikasi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan kuantitas informasi yang dipublikasikan.

Hasil penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian kedua, yaitu mengenai efektivitas strategi media sosial partai politik dalam meningkatkan keterlibatan warga Jakarta. Strategi komunikasi digital terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi politik apabila didukung oleh tingginya literasi digital masyarakat, kredibilitas informasi yang baik, serta kepercayaan publik terhadap partai politik.

3.4 Tantangan dan Peluang Demokrasi Digital

Analisis kuantitatif menunjukkan bahwa strategi komunikasi media sosial mampu meningkatkan keterlibatan politik masyarakat. Hasil wawancara mendalam dengan informan memperlihatkan bahwa media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi politik secara cepat, menyampaikan aspirasi, serta berinteraksi secara langsung dengan partai politik. Informan juga menyampaikan bahwa komunikasi yang berlangsung melalui media sosial dinilai lebih terbuka dibandingkan komunikasi politik konvensional karena masyarakat dapat memberikan tanggapan terhadap berbagai isu publik secara langsung.

Hasil analisis konten media sosial menunjukkan bahwa partai politik semakin aktif memanfaatkan berbagai format komunikasi digital, seperti infografis, video pendek, siaran langsung (*live streaming*), sesi tanya jawab, dan diskusi interaktif. Strategi tersebut mampu meningkatkan jangkauan komunikasi politik sekaligus memperkuat hubungan antara partai politik dan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah secara berkelanjutan.

Perkembangan tersebut juga menghadirkan berbagai tantangan yang memengaruhi kualitas demokrasi lokal. Informan menyampaikan bahwa tingginya arus informasi politik sering kali diikuti oleh penyebaran hoaks, disinformasi, ujaran kebencian, serta polarisasi politik yang menyulitkan masyarakat dalam membedakan informasi yang benar dan yang menyesatkan. Situasi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat lebih berhati-hati dalam memberikan tanggapan terhadap isu politik yang berkembang pada media sosial.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi hasil penelitian Tucker et al. (2018) yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki dua konsekuensi yang berjalan secara bersamaan, yaitu memperluas partisipasi politik sekaligus meningkatkan risiko penyebaran disinformasi. Fenomena *post-truth* menjadi salah satu tantangan utama dalam demokrasi digital karena opini publik sering kali lebih dipengaruhi oleh narasi emosional dibandingkan informasi yang berbasis fakta. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi politik melalui media sosial perlu diimbangi dengan penguatan literasi digital agar masyarakat mampu melakukan verifikasi terhadap informasi sebelum mengambil keputusan politik.

Peluang penguatan demokrasi digital juga terlihat melalui semakin berkembangnya pemanfaatan teknologi informasi oleh pemerintah daerah. Penelitian Al-Kautsar Maktub et al. (2025) menunjukkan bahwa penerapan aplikasi JAKI memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan publik secara digital. Pemanfaatan teknologi tersebut menunjukkan bahwa integrasi media sosial dengan layanan pemerintahan dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan kebijakan publik.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi partisipasi politik di Jakarta tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media sosial sebagai sarana komunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan partai politik dalam membangun komunikasi yang kredibel, interaktif, dan transparan. Literasi digital masyarakat menjadi faktor pendukung yang menentukan kualitas partisipasi politik, sedangkan kepercayaan publik menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan yang berkelanjutan antara partai politik dan warga.

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi media sosial partai politik tidak cukup diukur dari tingginya intensitas publikasi konten ataupun jumlah interaksi pada media sosial. Keberhasilan tersebut lebih ditentukan oleh kemampuan partai politik membangun komunikasi dua arah, menyampaikan informasi yang kredibel, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta menciptakan ruang dialog yang mendorong partisipasi politik secara substantif. Temuan ini memperluas kajian komunikasi politik digital dengan menunjukkan bahwa kualitas interaksi merupakan faktor yang lebih menentukan dibandingkan kuantitas aktivitas komunikasi dalam memperkuat demokrasi lokal pada era digital.

4. Kesimpulan

Transformasi partisipasi politik di Jakarta ditandai oleh pergeseran strategi partai ke ranah digital yang meningkatkan keterlibatan warga secara dinamis. Media sosial terbukti menjadi instrumen krusial bagi partai untuk memobilisasi dukungan, namun efektivitasnya dibatasi oleh tantangan polarisasi dan disinformasi. Oleh karena itu, partai politik disarankan untuk mengutamakan dialog otentik dan transparansi data guna membangun kepercayaan publik. Pemerintah dan penyelenggara pemilu perlu memperkuat program literasi digital masyarakat secara inklusif untuk memitigasi dampak hoaks. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang partisipasi digital terhadap kebijakan publik di tingkat lokal guna menciptakan demokrasi yang substantif dan bertanggung jawab.

Referensi

1. Adi, S. (2021). *Demokrasi Digital: Partisipasi Politik di Era Media Sosial*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
2. Adila, I. dan Eddyono, AS (2025). merek Trajektori politik di indonesia: dari kampanye konvensional ke politik performatif di media sosial. *J. 7(1):18-39*.
3. Ahmad, N., Pohan, K., Alfira, S., Aufia, K., Paripurna, C., dan Aji, M. (2024). Analisis strategi komunikasi politik ridwan kamil di media sosial instagram dalam membangun citra diri menuju pilgub DKI Jakarta 2024. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(2):17
4. Alfian, M. (2020). "Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Pemilih Muda di Jakarta." *Jurnal Ilmu Politik*, 12(2), 45–62.
5. Arifin, A. (2019). *Strategi Komunikasi Politik Partai di Era Digital*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
6. Al-Kautsar Maktub, M., Handayani, PW, dan Sunarso, FP (2025). Citizen acceptance and use of the Jakarta kini (Jaki)e-government: Extended unfired model for electronic government. *Heliyon*, 11(2).
7. Andini, LA (2025). Media sosial sebagai ruang digital aktivisme generasi muda dalam memperjuangkan isu lingkungan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 8(4):127–137.
8. Atnan, N. and Abrar, A. N. (2023). Relation of social media literacy, trust, and information quality on public communication behaviour in urban local government social media in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2).
9. Ayunda, N. D., Zusrieka, M., Pramesyanti, C. Z., Ramzy Sarman, M. K. M., and Ridwan, R. (2025). Partisipasi politik masyarakat kota Surabaya dalam pemilihan kepala daerah 2024: Studi tentang rendahnya tingkat partisipasi dan faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 5(1):10.
10. Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial di DKI Jakarta 2022*. Jakarta: BPS.
11. Bintang, W. A., Az-zahra, N. P., and Pramelya, U. (2022). Demokrasi lapo tuak: Strategi ofensif pemenangan kepala desa pardinggaran di era digital. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 20(1):17-32.
12. Castells, M. (2013). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.
13. Cuprianto, C. and Firmansyah, M. (2023). Optimalisasi pembelajaran sejarah dengan pendekatan kontekstual untuk meningkatkan literasi politik siswa sekolah menengah atas. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 2(1):61-67.
14. Dahl, R. A. (1998). *On Democracy*. New Haven: Yale University Press.
15. Ekawati, R. (2021). "Keterlibatan Warga dalam Pilkada Jakarta melalui Twitter: Analisis Sentimen." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 33–48.
16. Evita, N. and Mukhaer, A. A. (2022). Evaluasi komunikasi dan literasi digital warga Jakarta dalam implementasi society 5.0. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2):172-186.
17. Fatimah, S. (2025). Transformasi ruang publik digital: Tantangan sosial dan konstitusional dalam demokrasi era media baru. *Cakrawala*, 19(1):67-86.
18. Firmansyah, H. (2020). *Politik Digital: Media Sosial dan Demokrasi Lokal*. Bandung: Alfabeta.
19. Gibson, R. K. (2013). Party change, social media and the rise of 'citizen-initiated' campaigning. *Party Politics*, 21(2):183-197.
20. Gultom, D. (2019). "Strategi Partai Politik dalam Mengelola Akun Instagram untuk Mobilisasi Massa." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(3), 201–215.
21. Haryanto, I. (2022). "Media Sosial sebagai Ruang Publik Baru: Studi Kasus Warga Jakarta." *Masyarakat Indonesia*, 44(2), 123–140.
22. Haq, R. S., Kaelan, K., and Armawi, A. (2020). Implementasi kebijakan e-voting dalam pemilihan kepala desa (pilkades) di kabupaten Boyolali tahun 2019 dan implikasinya terhadap ketahanan politik wilayah. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(3):399.
23. Hasibuan, N. E.-K., Sidabalok, U. F., Afandi, R., and Manurung, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap elektabilitas bakal calon presiden dan wakil presiden. *Jurnal Terapung: Ilmu - Ilmu Sosial*, 6(1):14.

24. Idris, M. (2021). Partisipasi Politik Masyarakat Perkotaan: Teori dan Praktik di Jakarta. Jakarta: Kencana.
25. Jubba, H., Baharuddin, T., Pabbajah, M., and Qodir, Z. (2020). Dominasi internet di ruang publik: Studi terhadap penyebaran wacana gerakan bela islam 212 di indo- nesia. AL-Izzah: *Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, page 1.
26. Junaidi, A., Ruhdiara, R., and Fatimah, S. (2022). De- mokrasi lokal dalam bingkai pilkada di aceh pasca mou helsinki. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*,8(2):162.
27. Khatimah, K., Alhamdani, Selvia, V., Sugiyarti, A., Mau- lana, M. G., and Putra, M. L. S. (2024). Pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik dan demokrasi di indo- nesia. *VOX POPULI*, 7(2):128-143.
28. KING, G., PAN, J., and ROBERTS, M. E. (2017). How the chinese government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. *American Political Science Review*, 111(3):484-501.
29. Kompas. (2023, 15 Maret). "Penggunaan TikTok dalam Kampanye Partai Politik di Jakarta." Kompas.com. <https://www.kompas.com/politik/2023/03/15/tiktok-kampanye>.
30. Laporan Indeks Demokrasi Indonesia. (2022). *Demokrasi di Jakarta: Tantangan dan Peluang Era Digital*. Jakarta: Badan Kesatuan Bangsa dan Politik DKI Jakarta.
31. Mardiyanti, S. (2020). "Pengaruh Iklan Politik di Facebook terhadap Keputusan Memilih Pemilih Jakarta." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 88–104.
32. Mutiarin, D. and Lawelai, H. (2023). Optimizing the role of ict and citizen participation: Analysis of smart city go- vernance implementation in jakarta, indonesia and kuala lumpur, malaysia. *E3S Web of Conferences*, 440.
33. Nugroho, B. (2019). Media Sosial dan Gerakan Sosial: Aktivisme Digital di Indonesia. Surabaya: PT Revka.
34. Pratama, A., & Wulandari, N. (2021). "Strategi Digital Partai Politik dalam Menarik Partisipasi Pemilih Muda di Jakarta." *Jurnal Politik dan Pemerintahan*, 10(1), 56–73.
35. Nurhidayat, I. and Garis, R. R. (2023). Trend komunikasi politik di media sosial. *Jurnal Lanskap Politik*, 1(2):1.
36. Pratama, A. S. (2021). Memahami faksionalisme sebagai unsur inheren bagi dinamika partai politik. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 6(2):120.
37. Qalbuadi, G. Q., Muhammad, M., and Saad, M. (2025). Media sosial dan keterlibatan politik generasi z pada pilkada kabupaten enrekang tahun 2024. *Jurnal Noken: u-Ilmu Sosial*, 11(2):575-586.
38. Rahma, T., Lemuel, Y., Fitriana, D., Fanani, T. R. A., and Sekarjati, R. D. L. G. (2022). Intolerance in the flow of information in the era of globalization: How to appro- ach the moral values of pancasila and the constitution? *Indonesian Journal of Pancasila and Global Constitutio- nalism*, 1(1):33-118.
39. Rahayu, D. (2022). Demokrasi Lokal dan Partisipasi Warga di Era Digital. Yogyakarta: Deepublish.
40. Siregar, F. (2020). "Analisis Wacana Kampanye Politik di Media Sosial pada Pilkada DKI 2020." *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 5(2), 112–128.
41. Sofian, A. (2020). Demokrasi dan media sosial: Konstelasi politik dalam kreasi meme. *JPW (Jurnal Politik Waliso- ngo)*, 2(2):21-46.
42. Suprayitno, D. (2023). Eksposur komunikasi politik jo- ko widodo terhadap generasi milenial pada pemilihan umum. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(3):465-477.
43. Tinambunan, C. P., Syailendra, S., and Pratiwi, F. S. (2024). Analisis perilaku generasi z dalam menentukan pilihan politik. *Sosio e- Kons*, 16(3):325.
44. Tucker, J., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., and Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinforma- tion: A review of the scientific literature. *SSRN Electronic Journal*.
45. Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vre- ese, C., Matthes, J., Hopmann, D., Salgado, S., Hubé, N., Stępińska, A., Papathanassopoulos, S., Berganza, R., Legnante, G., Reinemann, C., Sheaffer, T., and Stanyer, J. (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1):3-27.
46. Wahyudi, V. (2019). Politik digital di era revolusi indus- tri 4.0 "marketing amp; komunikasi politik". *Politea: Jurnal Politik Islam*, 1(2):149-168.
47. Yusril, R. B. and Putera, R. E. (2024). Trend pemahaman dan praktik komunikasi politik indonesia di era digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik,dan Humaniora*, 8(1):155.
48. Zubair, L. (2018). Social Media and Political Engagement: A Case Study of Jakarta Voters. London: Routledge.