

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN TRANSFORMASI PARTISIPASI POLITIK DIGITAL DI INDONESIA: ANALISIS PERSPEKTIF BEHAVIORALISME

Febrianto Syam^{1*}, Ahmad Anshari²

Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

Email: febrianto.syam@uin-alauddin.ac.id

INFO ARTIKEL

Research Article

Kata Kunci: Social Media, Digital Political Participation, Political Behavioralism, Digital Public Sphere, Digital Democracy, Indonesia

Article History

Dikirim : 12 Februari 2026

Diterima: 30 Mei 2026

Dipublikasi: 30 Agustus 2026

ABSTRAK

Abstrak Penelitian ini menjelaskan keterkaitan antara pola penggunaan media sosial dan transformasi partisipasi politik digital di Indonesia, sebuah persoalan yang belum dikaji secara sistematis dalam penelitian terdahulu karena umumnya terbatas pada satu platform, kelompok generasi, atau periode tertentu. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif-deskriptif melalui analisis data sekunder agregat yang bersumber dari lima institusi, yaitu We Are Social dan Hootsuite/Meltwater, GlobalWebIndex, Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama APJII, Katadata Insight Center, serta Badan Pusat Statistik. Data mencakup periode 2019–2024 yang merepresentasikan dua siklus pemilu nasional sekaligus periode disrupsi akibat pandemi COVID-19. Partisipasi politik digital dioperasionalkan melalui pendekatan behavioralis sebagai perilaku yang dapat diukur, meliputi pilihan platform, intensitas penggunaan, motivasi, serta berbagai tindakan partisipatif, seperti pencarian informasi elektoral, keanggotaan dalam kelompok politik daring, dan publikasi dukungan terhadap kandidat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetrasi media sosial secara agregat meningkat dari 56,0 persen menjadi 74,1 persen, sekaligus membentuk ruang publik digital yang semakin terfragmentasi. WhatsApp, YouTube, dan Facebook tetap menjadi platform dominan, sementara TikTok menunjukkan pertumbuhan paling pesat. Preferensi platform juga memperlihatkan perbedaan yang tajam antargenerasi, sedangkan akses digital masih terstratifikasi berdasarkan wilayah perkotaan-perdesaan dan tingkat pendidikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa partisipasi politik digital di Indonesia bersifat terstratifikasi karena perluasan ruang digital tidak serta-merta menghapus ketimpangan yang telah ada, melainkan cenderung mereproduksinya dalam bentuk baru. Implikasi penelitian menekankan pentingnya desain literasi digital yang terdiferensiasi, tata kelola lintas platform, serta strategi komunikasi politik yang peka terhadap karakteristik dan arsitektur masing-masing platform.

ABSTRACT

This study explains how patterns of social media use relate to the transformation of digital political participation in Indonesia, a question prior research has not addressed systematically because it tends to be confined to a single platform, generation, or period. The design applies quantitative-descriptive secondary data analysis to aggregated statistics from five institutions, namely We Are Social and Hootsuite/Meltwater, GlobalWebIndex, the Ministry of Communication and Information with APJII, Katadata Insight Center, and Statistics Indonesia, for the 2019–2024 period spanning two electoral cycles and the COVID-19 disruption. Digital political participation is operationalized in behaviorist terms as measurable behavior, comprising platform choice, intensity of use, motivation, and

participatory acts such as searching for electoral information, membership in online political groups, and posting candidate endorsements. The main findings show aggregate social media penetration rising from 56.0 to 74.1 percent, producing a fragmented digital public sphere in which WhatsApp, YouTube, and Facebook dominate while TikTok grows fastest. Platform preference diverges sharply across generations, and access is stratified along urban-rural and educational lines. The study concludes that digital political participation in Indonesia is stratified, since the expansion of digital arenas reproduces rather than dissolves existing inequality. The implications concern differential digital literacy design, cross-platform governance, and architecture-sensitive political communication.

Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah secara mendasar cara warga Indonesia mengakses, memproduksi, dan menyebarkan informasi politik. Indonesia secara konsisten tercatat sebagai salah satu negara dengan durasi penggunaan media sosial tertinggi di Asia Tenggara, dengan rata-rata 3,25 jam per hari pada awal periode pengamatan (We Are Social & Hootsuite, 2019). Fenomena ini tidak berlangsung dalam ruang hampa, melainkan bersinggungan dengan dua momentum struktural yang saling bertumpang tindih, yakni dua siklus pemilihan umum nasional pada 2019 dan 2024, serta disrupsi pandemi COVID-19 yang menggeser sebagian besar aktivitas sosial dan politik ke ranah daring. Persinggungan ketiga kondisi tersebut menjadikan periode 2019–2024 sebagai lokus yang relevan untuk menelaah keterkaitan antara pola penggunaan media sosial dan perubahan bentuk partisipasi politik warga.

Data penetrasi platform memperkuat urgensi telaah ini. Pada pertengahan periode pengamatan, WhatsApp menjangkau 89,2 persen pengguna internet, YouTube 72,3 persen, Facebook 70,2 persen, dan Instagram 60,1 persen (Kementerian Komunikasi dan Informatika & APJII, 2021). Pola penetrasi tersebut tidak semata menggambarkan preferensi teknologis, melainkan menandai perpindahan ruang publik politik ke arena digital yang strukturnya terfragmentasi menurut arsitektur masing-masing platform (van Dijck et al., 2018). Lapisan kompleksitas bertambah ketika preferensi platform dibaca menurut generasi, sebab kalangan Generasi X cenderung kuat pada YouTube dan Facebook sementara generasi yang lebih muda bermigrasi ke Instagram dan TikTok (Lindner & Aichholzer, 2020). Kajian partisipasi politik digital di Indonesia berkembang pesat, namun menyisakan celah yang belum terjawab. Studi tentang aktivisme digital global, termasuk peristiwa Arab Spring, menekankan kapasitas

media sosial untuk memobilisasi protes kolektif (Tufekci & Wilson, 2012; Castells, 2013), sedangkan studi konteks Indonesia lebih banyak menyoroti polarisasi, ujaran kebencian, dan logika algoritmik yang membelah pemilih (Lim, 2017; Tapsell, 2017).

Studi-studi tersebut cenderung berfokus pada satu platform, satu kelompok demografis, atau satu periode tertentu, dan jarang menyatukan dimensi dominasi platform, segmentasi demografis, durasi penggunaan, serta motivasi dalam satu kerangka analitis yang koheren. Belum tersedia kajian yang secara sistematis memetakan keterkaitan keempat dimensi tersebut secara simultan dengan cakupan yang melintasi dua siklus pemilu sekaligus masa pandemi. Celah inilah yang menjadi titik masuk penelitian ini.

Kontribusi penelitian ini bersifat ganda. Secara empiris, penelitian menyajikan pemetaan longitudinal lintas platform, lintas generasi, dan lintas wilayah berbasis konsolidasi data sekunder yang selama ini tersebar di berbagai laporan lembaga. Secara teoretis, penelitian mengusulkan kerangka behaviorisme yang diperluas untuk membaca partisipasi politik digital, yakni kerangka yang tidak berhenti pada label perspektif melainkan menerjemahkan asumsi behavioralis menjadi indikator perilaku yang dapat diobservasi dan diukur. Argumen sentral yang diajukan menyatakan bahwa perluasan arena digital di Indonesia tidak serta-merta mendemokratisasikan partisipasi politik secara merata, melainkan menghasilkan partisipasi politik digital yang terstratifikasi, yakni kondisi ketika peluang keterlibatan meluas secara nominal namun kapasitas berpartisipasi tetap terdistribusi mengikuti garis stratifikasi sosial yang telah mapan.

Untuk menguji argumen tersebut, penelitian ini diorganisasikan di sekitar empat pertanyaan penelitian. Pertanyaan pertama, bagaimana tren penetrasi dan dominasi platform media sosial di Indonesia berubah sepanjang 2019–2024? Pertanyaan kedua, bagaimana segmentasi demografis menurut generasi, wilayah, dan pendidikan membentuk preferensi platform dan kapasitas keterlibatan politik digital? Pertanyaan ketiga, bagaimana durasi dan intensitas penggunaan media sosial berkaitan dengan indikator partisipasi politik digital? Pertanyaan keempat, bagaimana motivasi penggunaan media sosial berkaitan dengan bentuk partisipasi politik digital yang terukur? Keempat pertanyaan

tersebut membatasi dimensi partisipasi yang dianalisis pada perilaku yang dapat diobservasi melalui data sekunder, sehingga arah analisis terjaga dan tidak melebar.

Kerangka Teori

Behavioralisme politik berangkat dari komitmen epistemologis bahwa objek kajian ilmu politik adalah perilaku aktual individu dan kelompok yang dapat diobservasi dan diukur, bukan norma atau institusi formal semata (Dahl, 1961; Easton, 1965). Tradisi ini menempatkan preferensi yang terungkap melalui tindakan, intensitas keterlibatan, motivasi, dan pola pilihan sebagai unit analisis utama. Dalam konteks digital, asumsi behavioralis tersebut menuntut penerjemahan yang lebih spesifik, sebab perilaku politik tidak lagi semata berlangsung di bilik suara atau ruang rapat, melainkan terdistribusi ke dalam jejak digital yang terukur seperti pilihan platform, durasi akses, dan tindakan partisipatif daring.

Penelitian ini mendefinisikan perilaku politik digital sebagai setiap tindakan terukur yang dilakukan individu melalui medium digital dalam kaitannya dengan proses politik. Tindakan tersebut mencakup ekspresi opini politik daring, berbagi konten politik, partisipasi dalam diskusi daring, keterlibatan dalam mobilisasi digital, serta aksi politik luring yang dipicu paparan konten daring. Tiga konsep pendukung digunakan secara terbatas dan hanya sejauh memperkuat operasionalisasi behavioralis, bukan menggantikannya. Konsep *platform society* menjelaskan bahwa arsitektur teknis platform membentuk jenis perilaku yang mungkin muncul di atasnya (van Dijck et al., 2018). Teori sumber daya partisipasi menjelaskan bahwa kapasitas berperilaku politik bergantung pada distribusi sumber daya seperti waktu, keterampilan, dan akses (Verba et al., 1995). Konsep *connective action* dan *incidental political exposure* menjelaskan bahwa sebagian besar keterlibatan politik digital muncul melalui jalur insidental dalam aktivitas sehari-hari, bukan melalui intensi politik yang terencana (Bennett & Segerberg, 2013; Chadwick, 2017; Thorson, 2020).

Agar asumsi behavioralis dapat diuji dengan data sekunder, setiap konsep diterjemahkan menjadi manifestasi perilaku dan indikator terukur beserta sumber datanya. Matriks operasionalisasi disajikan pada Tabel 1, yang berfungsi sebagai jembatan analitis antara kerangka teori dan data empiris yang dianalisis pada bagian hasil.

Tabel 1. Matriks Operasionalisasi Behavioralisme Politik ke dalam Indikator Data Sekunder

Konsep Behavioralisme	Manifestasi Perilaku Politik Digital	Indikator Terukur	Sumber Data
Preferensi terungkap	Pemilihan platform sebagai arena keterlibatan	Persentase pengguna aktif per platform	We Are Social; GWI; Kominfo
Intensitas perilaku	Frekuensi dan kedalaman keterlibatan harian	Rata-rata jam/hari; distribusi durasi per platform	GWI; We Are Social; Kominfo
Stratifikasi sumber daya	Kapasitas berperilaku politik yang tidak merata	Penetrasi per generasi, wilayah, dan pendidikan	GWI; Kominfo; BPS
Motivasi dan orientasi	Dorongan yang melatari penggunaan	Persentase pengguna per kategori motivasi	GWI; KIC
Tindakan partisipatif terobservasi	Keterlibatan politik daring yang terukur	Pencarian info pemilu; grup politik daring; postingan dukungan	KIC

Catatan: Matriks ini menjadi dasar pembacaan data pada bagian hasil. Indikator dipilih berdasarkan ketersediaan dan komparabilitasnya lintas sumber. Kolom indikator tidak mengandung klaim kausal, melainkan menempatkan setiap perilaku terukur pada konsep behavioralis yang relevan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif dengan metode analisis data sekunder, yakni pengolahan dan analisis sistematis terhadap data statistik yang telah dikumpulkan lembaga kredibel untuk tujuan primer masing-masing (Johnston, 2014). Pemilihan metode didasarkan pada ketersediaan data komprehensif dari lembaga dengan kapasitas pengukuran yang melampaui survei primer individual, serta keunggulan metode ini dalam memberikan gambaran makro secara longitudinal.

Analisis bersifat deskriptif-komparatif dan tidak menerapkan uji statistik inferensial, sebab data yang tersedia merupakan agregat populasi dan bukan data individual responden, sehingga uji inferensial tidak dapat diterapkan secara valid. Operasi analitis yang dilakukan terbatas pada penghitungan tren antarwaktu dan tabulasi silang antarkelompok, yang hasilnya disajikan dalam bentuk tabel dan grafik pada bagian hasil. Temuan penelitian dengan demikian merepresentasikan pola asosiasi dan korelasi deskriptif, bukan hubungan sebab-akibat.

Sumber Data dan Kriteria Seleksi

Data bersumber dari lima lembaga dengan reputasi dan metodologi yang terverifikasi secara publik. Kriteria inklusi data mencakup tiga syarat, yakni data berasal dari lembaga dengan metodologi

yang terdokumentasi, data memuat indikator yang relevan dengan salah satu dimensi pada matriks operasionalisasi, dan data mencakup sebagian atau seluruh periode 2019–2024. Kriteria eksklusi diterapkan pada data tanpa keterangan tahun dan metodologi, data yang tidak dapat diverifikasi sumbernya, serta klaim angka tanpa lembaga penanggung jawab. Rincian setiap dataset disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Daftar Dataset, Indikator yang Diambil, dan Karakteristik Metodologis

Lembaga	Judul/Dataset	Tahun	Indikator yang Diambil	Cakupan & Metode Asli	Akses
We Are Social & Hootsuite/Meltwater	Digital Global Overview Report – Indonesia	2019–2024	Penetrasi platform; durasi penggunaan	Usia 16–64 th; panel daring + data platform	datareportal.com
GlobalWebIndex	GWI Core Survey – Indonesia	2019–2020	Penetrasi per generasi; motivasi penggunaan	$n \approx 4.000$ /kuartal; panel survei daring	gwi.com
Kominfo / APJII	Survei Penggunaan Internet dan Media Sosial	2021–2022	Penetrasi urban-rural; distribusi durasi	$n \approx 7.000$; survei nasional multistrata	kominfo.go.id; apjii.or.id
Katadata Insight Center	Indeks Literasi Digital Nasional	2021–2023	Indikator keterlibatan politik; literasi	$n \approx 10.000$; survei daring berstrata; 34 provinsi	katadata.co.id
Badan Pusat Statistik	Statistik Telekomunikasi Indonesia	2019–2023	Penetrasi per tingkat pendidikan	Sensus & survei rumah tangga nasional	bps.go.id

Catatan: Seluruh dataset bersifat publik atau memiliki ringkasan publik, kecuali GWI Core Survey yang berbayar namun ringkasan agregat nasionalnya tersedia terbuka. Tidak terdapat data identifikasi personal, sehingga penelitian ini tidak menimbulkan persoalan privasi. Keterbatasan hak cipta diatasi dengan merujuk ringkasan dan agregat resmi, bukan mereproduksi data mentah.

Harmonisasi Data Lintas Sumber

Perbedaan definisi operasional antarsumber merupakan tantangan utama dalam analisis data sekunder lintas lembaga, sehingga tiga prosedur harmonisasi diterapkan. Prosedur pertama menyangkut definisi pengguna aktif. We Are Social mendefinisikan pengguna aktif sebagai individu yang mengakses platform setidaknya satu kali dalam 30 hari terakhir, sementara Kominfo memakai definisi yang lebih longgar berdasarkan kepemilikan akun, sehingga penelitian ini mengadopsi definisi We Are Social sebagai standar acuan dan mencatat perbedaannya saat membandingkan data lintas sumber. Prosedur

kedua menyangkut satuan waktu, di mana data kuartalan GWI dikonversi menjadi rata-rata tahunan melalui rata-rata aritmetika empat kuartal agar setara dengan data tahunan Kominfo dan We Are Social. Prosedur ketiga menyangkut kelompok usia, di mana data dikelompokkan ulang ke dalam kategori generasional yang lazim digunakan literatur, yakni Generasi Z, Milenial, dan Generasi X, mengikuti kategorisasi Pew Research Center (2019) sebagai standar referensi internasional.

Teknik Analisis dan Keterbatasan

Analisis dilakukan dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah pembersihan dan validasi data, mencakup identifikasi data hilang, deteksi inkonsistensi antar sumber, dan penerapan prosedur harmonisasi. Tahap kedua adalah analisis deskriptif-komparatif, mencakup penyusunan deret tren penetrasi dan durasi penggunaan periode 2019–2024 serta tabulasi silang preferensi platform menurut generasi, wilayah, dan pendidikan. Tahap ketiga adalah interpretasi berbasis matriks operasionalisasi pada Tabel 1, yakni pembacaan pola statistik melalui lensa behaviorisme politik. Seluruh penghitungan tabulasi dan visualisasi tren dilakukan dengan perangkat pengolahan data statistik standar, dan keluaran analisis tersebut disajikan secara transparan dalam bentuk tabel dan grafik pada bagian hasil agar dapat ditelusuri pembaca.

Penelitian ini memiliki empat keterbatasan yang dicatat secara transparan. Keterbatasan pertama, ketergantungan pada data sekunder agregat menyebabkan tidak tersedianya akses ke data mentah pada tingkat individu, sehingga inferensi kausal tidak dapat ditarik. Keterbatasan kedua, terdapat potensi jeda waktu pelaporan karena sebagian data baru dipublikasikan beberapa bulan setelah periode pengumpulan. Keterbatasan ketiga, metodologi pengumpulan yang berbeda antar lembaga berpotensi menghasilkan estimasi yang tidak sepenuhnya komparabel meskipun harmonisasi telah dilakukan. Keterbatasan keempat, indikator partisipasi politik digital sepenuhnya bergantung pada laporan survei yang rentan terhadap *self-reporting* bias karena platform tidak menyediakan data perilaku pengguna secara terbuka. Keterbatasan tersebut diatasi melalui triangulasi sumber dan pencantuman sumber pada setiap klaim empiris.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan temuan empiris dari konsolidasi data sekunder tanpa interpretasi teoretis, yang ditempatkan pada bagian pembahasan. Ringkasan indikator kunci beserta tahun, sumber, dan catatan metodologisnya disajikan terlebih dahulu pada Tabel 3 untuk mencegah pembacaan keliru akibat penggabungan angka lintas tahun dan lintas lembaga.

Tabel 3. Ringkasan Indikator Data Sekunder Utama

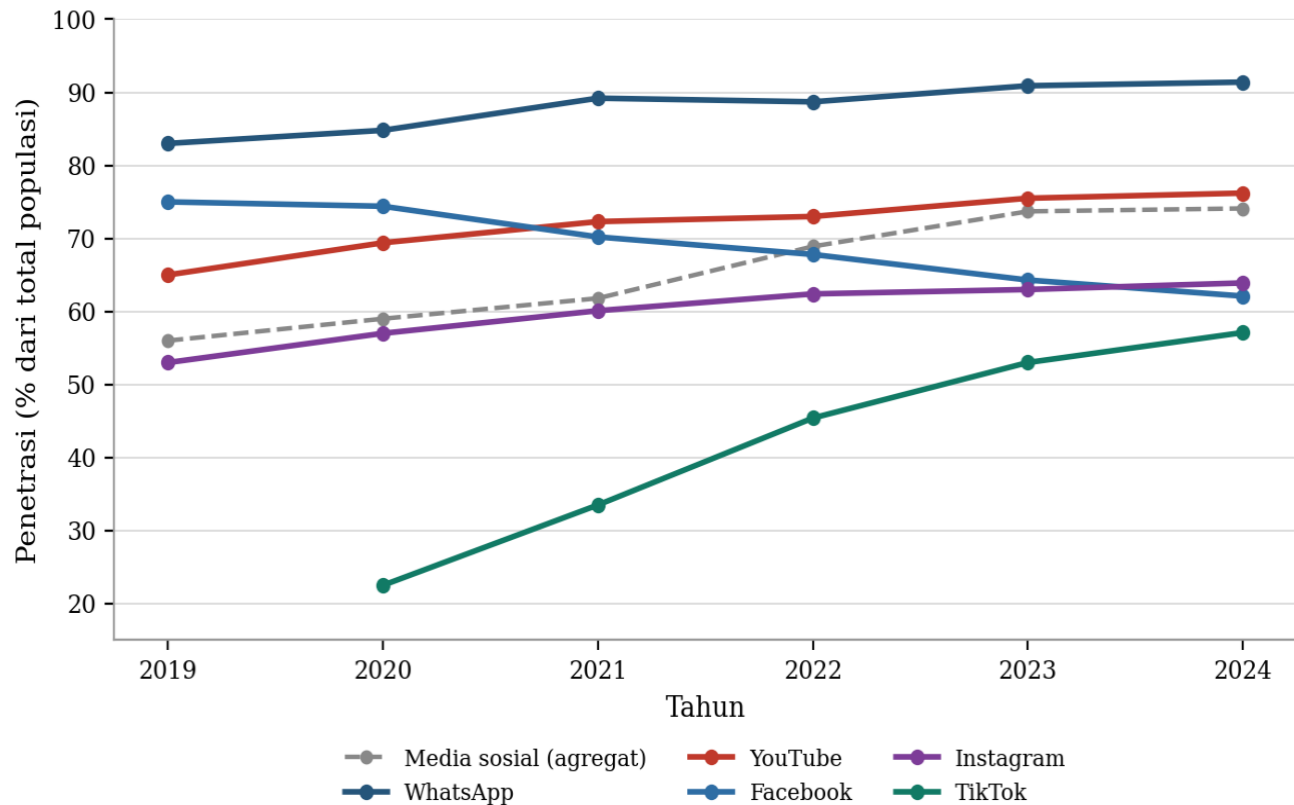
Indikator	Nilai	Tahun	Sumber	Catatan
Penetrasi media sosial agregat	56,0 → 74,1%	2019–2024	We Are Social	Akses min. 1x/30 hari
WhatsApp (titik tertinggi)	91,4%	2024	We Are Social	Triangulasi Kominfo 2021
Facebook (tren menurun)	75,0 → 62,1%	2019–2024	We Are Social	Penurunan bertahap
TikTok (tren menanjak)	22,5 → 57,1%	2020–2024	We Are Social	Data 2019 tidak tersedia
Durasi harian (titik tertinggi)	3,49 jam	2020	We Are Social	Agregat lintas platform
Selisih penetrasi urban-rural	34,5 poin	2021	Kominfo	76,8% vs 42,3%
Selisih pendidikan tinggi-dasar	48,2 poin	2022	BPS	83,1% vs 34,9%
Pencarian info pemilu daring	41,2%	2021	KIC	Laporan diri
Grup diskusi politik daring	31,4%	2021	KIC	Laporan diri
Postingan dukungan kandidat	23,7%	2021	KIC	Laporan diri
Motivasi komunikasi sosial	78,6%	2020	GWI	Multi-respons

Catatan: Tabel ini mengonsolidasikan seluruh angka kunci yang dianalisis. Setiap indikator disertai tahun dan sumber spesifik agar angka lintas tahun tidak terbaca sebagai satu titik waktu.

Tren Penetrasi Platform, 2019–2024

Penetrasi media sosial agregat meningkat dari 56,0 persen pada 2019 menjadi 74,1 persen pada 2024, sebuah kenaikan 18,1 poin persentase dalam lima tahun. Tren ini tidak seragam antarplatform. WhatsApp dan YouTube tumbuh stabil, Facebook menurun bertahap dari 75,0 persen menjadi 62,1 persen, sementara TikTok tumbuh paling cepat dari 22,5 persen pada 2020 menjadi 57,1 persen pada 2024. Pola perlintasan Facebook dan TikTok tervisualisasi pada Gambar 1, sedangkan data lengkap

seluruh platform disajikan pada Tabel 4.



Gambar 1. Tren Penetrasi Platform Media Sosial Utama di Indonesia, 2019–2024

Sumber: diolah dari We Are Social & Hootsuite/Meltwater (2019–2024).

Tabel 4. Penetrasi Platform Media Sosial di Indonesia, 2019–2024 (% dari Total Populasi)

Platform	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber
Media sosial (agregat)	56,0	59,0	61,8	68,9	73,7	74,1	We Are Social
WhatsApp	83,0	84,8	89,2	88,7	90,9	91,4	We Are Social; Kominfo
YouTube	65,0	69,4	72,3	73,0	75,5	76,2	We Are Social; Kominfo
Facebook	75,0	74,4	70,2	67,8	64,3	62,1	We Are Social
Instagram	53,0	57,0	60,1	62,4	63,0	63,9	We Are Social
TikTok	n/a	22,5	33,5	45,4	53,0	57,1	We Are Social
Twitter/X	24,0	25,3	26,4	24,0	22,9	20,3	We Are Social

Platform	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Sumber
Telegram	n/a	n/a	32,9	35,1	38,7	40,2	We Are Social

Catatan: n/a berarti data tidak tersedia dari sumber yang digunakan. Definisi pengguna aktif mengikuti standar We Are Social. Data Kominfo digunakan sebagai triangulasi untuk 2021–2022.

Durasi Penggunaan, 2019–2024

Rata-rata durasi penggunaan media sosial harian memuncak pada 2020 sebesar 3,49 jam per hari, bertepatan dengan periode pembatasan sosial akibat pandemi, kemudian menurun bertahap hingga 3,14 jam per hari pada 2024. Tren tahunan disajikan pada Tabel 5, sedangkan tabulasi silang distribusi durasi per platform pada titik data 2021 disajikan pada Tabel 6. WhatsApp memperlihatkan proporsi pengguna durasi tinggi di atas lima jam yang paling besar, yakni 19,6 persen, sementara Instagram menunjukkan proporsi durasi tinggi terkecil.

Tabel 5. Tren Rata-rata Durasi Penggunaan Media Sosial Harian, 2019–2024

Tahun	Rata-rata Durasi (jam/hari)	Sumber
2019	3,25	We Are Social & Hootsuite, 2019
2020	3,49	We Are Social & Hootsuite, 2020
2021	3,37	We Are Social & Hootsuite, 2021
2022	3,20	We Are Social & Hootsuite, 2022
2023	3,18	We Are Social & Hootsuite, 2023
2024	3,14	We Are Social & Meltwater, 2024

Catatan: Durasi dihitung sebagai rata-rata harian agregat lintas seluruh platform, bukan per platform.

Tabel 6. Tabulasi Silang Distribusi Durasi Penggunaan Harian per Platform (2021)

Platform	< 1 jam (%)	1–3 jam (%)	3–5 jam (%)	> 5 jam (%)	Sumber
WhatsApp	12,3	38,7	29,4	19,6	Kominfo, 2021
YouTube	18,2	42,1	25,6	14,1	Kominfo, 2021
Facebook	21,4	44,3	23,8	10,5	Kominfo, 2021
Instagram	28,3	48,7	17,2	5,8	Kominfo, 2021
TikTok	24,1	41,5	22,8	11,6	Kominfo, 2021

Catatan: Data durasi per platform untuk 2022–2024 tidak tersedia dalam format setara dari sumber yang dapat diverifikasi publik.

Segmentasi Demografis Pengguna

Tabulasi silang preferensi platform menurut generasi pada Tabel 7 memperlihatkan pola yang berbeda secara mencolok. WhatsApp merupakan satu-satunya platform dengan penggunaan relatif merata lintas generasi, sedangkan Facebook dan TikTok menunjukkan gradien generasional paling tajam dengan arah berlawanan. Facebook menguat seiring bertambahnya usia, sementara TikTok dan

Instagram menguat pada generasi muda. Tabulasi silang menurut wilayah dan pendidikan pada Tabel 8 memperlihatkan kesenjangan akses yang konsisten, dengan selisih 34,5 poin persentase antara wilayah urban dan rural serta 48,2 poin persentase antara kelompok pendidikan tinggi dan pendidikan dasar.

Tabel 7. Tabulasi Silang Preferensi Platform menurut Generasi (% pengguna aktif per generasi)

Platform	Gen Z (16–24 th)	Milenial (25–40 th)	Gen X (41–56 th)	Sumber
WhatsApp	86,0	91,0	88,0	GWI, 2020
YouTube	78,0	79,0	85,0	GWI, 2020
Facebook	48,0	67,0	77,0	GWI, 2020
Instagram	79,0	68,0	42,0	GWI, 2020
TikTok	63,0	41,0	22,0	KIC, 2022
Twitter/X	32,0	29,0	18,0	GWI, 2020

Catatan: Data TikTok bersumber dari KIC (2022) karena GWI 2020 belum mencakup TikTok secara representatif. Angka adalah persentase responden dalam kelompok generasi bersangkutan yang melaporkan penggunaan aktif dalam 30 hari terakhir.

Tabel 8. Tabulasi Silang Penetrasi menurut Wilayah dan Pendidikan

Kategori	Sub-kategori	Penetrasi Internet (%)	Penetrasi Media Sosial (%)	Sumber
Wilayah	Urban	78,2	76,8	Kominfo, 2021
	Rural	45,7	42,3	Kominfo, 2021
Pendidikan	Perguruan Tinggi	85,4	83,1	BPS, 2022
	SMA/Sederajat	68,2	65,7	BPS, 2022
	SMP ke bawah	38,6	34,9	BPS, 2022

Catatan: Triangulasi dilakukan antara data Kominfo (wilayah) dan BPS (pendidikan).

Motivasi Penggunaan dan Indikator Keterlibatan Politik

Motivasi penggunaan media sosial didominasi tujuan non-politik, yakni komunikasi dan interaksi sosial sebesar 78,6 persen, pencarian informasi 64,3 persen, mengisi waktu luang 61,0 persen, berbagi konten 53,0 persen, dan ekspresi identitas 48,0 persen. Indikator keterlibatan politik yang terukur langsung hanya tersedia untuk sebagian kategori, yakni 41,2 persen pengguna pernah mencari informasi pemilu daring, 31,4 persen tergabung dalam grup diskusi politik daring, dan 23,7 persen pernah memposting dukungan terhadap kandidat atau partai. Pemetaan antara kategori motivasi dan indikator keterlibatan politik disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Motivasi Penggunaan dan Indikator Keterlibatan Politik Digital

Kategori Motivasi	% Pengguna (GWI, 2020)	Indikator Keterlibatan Politik	% (KIC, 2021)
Komunikasi dan interaksi sosial	78,6	Diskusi politik daring	31,4*
Pencarian informasi	64,3	Pencarian informasi pemilu daring	41,2
Mengisi waktu luang / hiburan	61,0	Paparan konten politik insidental	Tidak tersedia
Berbagi konten	53,0	Berbagi konten politik	Tidak tersedia
Ekspresi identitas	48,0	Postingan dukungan kandidat/partai	23,7
Membangun jaringan	35,0	Keanggotaan grup politik daring	31,4*

Catatan: Tanda (*) menunjukkan indikator yang sama digunakan untuk dua kategori motivasi karena keterbatasan ketersediaan data. Kolom indikator menunjukkan asosiasi potensial, bukan hubungan kausal.

Pembahasan

Fragmentasi Arena dan Pergeseran Perilaku Politik

Tren pada Gambar 1 dan Tabel 4 menunjukkan bahwa lanskap media sosial Indonesia tidak bergerak menuju konsolidasi, melainkan menuju diversifikasi yang semakin dalam. Penurunan Facebook dan pertumbuhan TikTok yang saling berpotongan bukan sekadar pergeseran preferensi estetis, melainkan mencerminkan perpindahan arena diskursus publik yang berimplikasi struktural bagi perilaku politik. Dalam tradisi behaviorisme, arena tempat perilaku berlangsung turut menentukan jenis perilaku yang mungkin muncul (Easton, 1965). Facebook dengan arsitektur berbasis teks panjang dan jaringan pertemanan tertutup membentuk pola perilaku yang berbeda dari TikTok yang berbasis video pendek dengan distribusi algoritmik terbuka, sehingga perpindahan pengguna antarplatform

berpotensi mengubah karakteristik perilaku politik yang berkembang.

Kondisi ini sejalan dengan konsep *platform society*, yang menyatakan bahwa arsitektur teknis platform secara aktif membentuk pola interaksi sosial di atasnya (van Dijck et al., 2018). Diversifikasi platform berpotensi mempersulit terbentuknya ruang publik digital yang kohesif dan lebih mengarah pada *digital balkanization*, yakni fragmentasi percakapan publik ke dalam kantong-kantong yang semakin terisolasi (Sunstein, 2018). Implikasi behavioralnya signifikan, sebab satu peristiwa politik yang sama dapat memicu pola perilaku yang berbeda pada populasi yang terpisah menurut platform, sehingga ruang publik nasional terbelah menjadi sejumlah subpublik dengan dinamika perilakunya sendiri.

Stratifikasi Digital dan Ketimpangan Kapasitas Partisipasi

Tabulasi silang pada Tabel 7 dan Tabel 8 memperlihatkan bahwa akses terhadap ruang publik digital bersifat terstratifikasi secara berlapis, mengikuti garis generasi, wilayah, dan pendidikan secara simultan. Selisih 34,5 poin persentase antara wilayah urban dan rural, yang dipadukan dengan selisih 48,2 poin persentase antara kelompok pendidikan tinggi dan pendidikan dasar, menunjukkan bahwa ketimpangan akses bukan sekadar persoalan infrastruktur teknis, melainkan cerminan reproduksi kesenjangan sosial yang lebih dalam. Teori sumber daya partisipasi menyatakan bahwa kemampuan berpartisipasi ditentukan oleh ketersediaan waktu, uang, dan keterampilan (Verba et al., 1995), dan data ini menunjukkan bahwa akses serta literasi digital menjadi sumber daya tambahan yang mendistribusikan kapasitas partisipasi secara tidak merata.

Pola tersebut mencerminkan kondisi *spatial digital divide*, yang dalam konteks pemilu berpotensi menghasilkan representasi suara yang tidak proporsional dalam ruang publik digital (Graham & Dutton, 2019). Kelompok yang sudah memiliki akses lebih besar terhadap sumber daya konvensional juga memiliki akses lebih besar terhadap arena digital baru, sehingga keberadaan teknologi memperkuat ketimpangan yang sudah ada alih-alih mereduksinya. Temuan ini menjadi fondasi empiris bagi argumen sentral penelitian, yakni bahwa perluasan arena digital bekerja sebagai pengganda kapasitas yang telah timpang, bukan sebagai pemerata akses politik.

Intensitas Penggunaan dan Jalur Paparan Insidental

Pola durasi pada Tabel 5 dan Tabel 6 memberikan dasar untuk menelaah mekanisme *incidental political exposure* sebagai jalur perantara antara penggunaan dan keterlibatan politik. Peningkatan durasi pada 2020 berpotensi mencerminkan perluasan arena digital sebagai pengganti ruang publik fisik yang terbatas selama pandemi, meski hubungan kausal tidak dapat diuji dari data agregat. Penurunan bertahap setelah 2020 yang tetap berada di atas titik awal 2019 menandakan pergeseran struktural, bukan sekadar lonjakan temporer. Dominasi WhatsApp dalam proporsi pengguna durasi tinggi berkorelasi dengan karakteristiknya sebagai medium komunikasi sepanjang hari, sehingga platform ini berpotensi menjadi saluran utama distribusi informasi politik informal (Valeriani & Vaccari, 2018). Sifat WhatsApp yang tertutup dan terenkripsi menjadikan paparan politik di dalamnya berlangsung di area yang relatif tidak terlihat oleh mekanisme moderasi konten konvensional.

Konvergensi Motivasi dan Logika Connective Action

Tabel 9 mengungkapkan kesenjangan antara luasnya motivasi non-politik dan terbatasnya indikator keterlibatan politik yang terukur, di mana hanya tiga dari enam kategori motivasi memiliki padanan indikator. Kondisi ini mencerminkan persoalan konseptual mendasar, yakni sebagian besar keterlibatan politik di media sosial berlangsung melalui jalur yang tidak diidentifikasi sebagai politik oleh pelakunya. Literatur membedakan *collective action* yang digerakkan identitas kelompok terorganisir dari *connective action* yang digerakkan ekspresi personal yang terhubung secara organik (Bennett & Segerberg, 2013). Data motivasi menunjukkan bahwa keterlibatan politik di Indonesia cenderung beroperasi dalam logika *connective action*, di mana pengguna yang awalnya termotivasi komunikasi sosial atau hiburan berpotensi terpapar dan terlibat dengan konten politik tanpa intensi politik eksplisit, melalui mekanisme *incidental exposure* (Chadwick, 2017; Thorson, 2020).

Konvergensi antara motivasi non-politik dan konteks politik ini menantang asumsi behavioralisme klasik tentang partisipasi sebagai tindakan yang didasari intensi sadar. Perilaku politik digital tampak lebih bersifat responsif terhadap lingkungan informasi yang dihadapi pengguna ketimbang digerakkan orientasi politik yang ditetapkan sebelumnya. Implikasi analitisnya, pengukuran

partisipasi yang hanya menangkap tindakan berlabel politik secara eksplisit kemungkinan besar meremehkan skala sesungguhnya dari keterlibatan politik di ruang digital Indonesia.

Konteks Indonesia dan Batas Transferabilitas Teori

Pembacaan temuan ini menuntut kehati-hatian dalam memindahkan teori yang lahir dari konteks lain ke realitas Indonesia. Optimisme awal tentang media sosial sebagai pendorong mobilisasi demokratis, sebagaimana ditarik dari pengalaman Arab Spring, menekankan kapasitas teknologi untuk menurunkan biaya aksi kolektif (Tufekci & Wilson, 2012; Castells, 2013). Pengalaman Indonesia pada dua siklus pemilu menunjukkan gambaran yang lebih ambivalen. Logika algoritmik justru memfasilitasi pembentukan kantong-kantong identitas yang mempertajam polarisasi dan memperluas peredaran ujaran kebencian, terutama pada Pemilu 2019 (Lim, 2017). Ekosistem digital Indonesia juga ditandai oleh dominasi aktor bermodal besar dan industri pendengung yang mengoordinasikan opini secara terorganisir, sehingga ruang digital tidak sepenuhnya horizontal sebagaimana diasumsikan teori *connective action* (Tapsell, 2017).

Konteks tersebut memperkuat argumen stratifikasi yang diajukan penelitian ini. Ketika arena digital diwarnai polarisasi, mobilisasi terorganisir, dan kesenjangan akses yang lebar, perluasan partisipasi nominal tidak otomatis menghasilkan demokratisasi diskursus. Studi terdahulu tentang peran internet bagi organisasi masyarakat sipil Indonesia menunjukkan bahwa kapasitas memanfaatkan teknologi politik bergantung pada sumber daya dan posisi yang tidak merata (Lim & Nugroho, 2012). Temuan penelitian ini, yang memperlihatkan kesenjangan akses berlapis menurut wilayah dan pendidikan, konsisten dengan pola tersebut dan menegaskan bahwa teori demokrasi digital yang optimistik perlu dikualifikasi ketika diterapkan pada konteks Indonesia.

Sintesis: Model Partisipasi Politik Digital yang Terstratifikasi

Keempat temuan empiris tidak berdiri sebagai observasi terpisah, melainkan membentuk pola kumulatif yang menggambarkan karakter partisipasi politik digital Indonesia sebagai fenomena dengan logika tersendiri. Fragmentasi arena, stratifikasi akses, intensitas paparan melalui jalur insidental, dan

konvergensi motivasi non-politik dengan konteks politik secara bersama-sama menunjukkan bahwa partisipasi politik digital di Indonesia bukan perpanjangan sederhana dari partisipasi konvensional ke medium baru. Behaviorisme klasik memahami partisipasi sebagai tindakan yang digerakkan orientasi politik yang stabil dan diukur melalui indikator jelas seperti kehadiran pemilih atau keanggotaan partai (Dahl, 1961; Verba et al., 1995), namun data dalam penelitian ini menunjukkan asumsi tersebut menghadapi tantangan serius dalam konteks digital.

Berpijak pada temuan tersebut, penelitian ini mengusulkan kerangka behavioral yang diperluas dalam tiga dimensi. Dimensi arena mengakui bahwa perilaku politik berlangsung dalam ekosistem multi-platform yang terfragmentasi, di mana arsitektur setiap platform membentuk jenis perilaku yang mungkin di dalamnya. Dimensi kapasitas mengakui bahwa kemampuan berpartisipasi secara digital ditentukan kombinasi akses infrastruktur, literasi, dan posisi sosial-ekonomi yang bervariasi lintas kelompok. Dimensi mekanisme mengakui bahwa sebagian besar keterlibatan tidak digerakkan intensi politik eksplisit, melainkan konvergensi antara motivasi sehari-hari dan paparan konten politik. Model tiga dimensi ini sejalan dengan gagasan *hybrid media logic*, yakni kondisi ketika logika media lama dan baru saling berinteraksi membentuk pola perilaku yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya oleh kerangka yang dirancang untuk salah satunya (Chadwick, 2017). Dalam konteks kesenjangan digital Indonesia yang masih substansial, kerangka ini menghasilkan apa yang penelitian ini sebut sebagai partisipasi politik digital yang terstratifikasi.

Kesimpulan

Penelitian ini menjawab empat pertanyaan penelitian melalui analisis data sekunder berbasis kerangka behaviorisme politik. Menjawab pertanyaan pertama, penetrasi media sosial tumbuh konsisten dari 56,0 persen pada 2019 menjadi 74,1 persen pada 2024 dengan pola tidak seragam, di mana WhatsApp dan YouTube stabil, Facebook menurun, dan TikTok tumbuh paling cepat, sehingga ruang publik digital cenderung terfragmentasi. Menjawab pertanyaan kedua, segmentasi demografis memperlihatkan gradien generasional tajam pada Facebook dan TikTok dengan arah berlawanan, serta kesenjangan akses sebesar 34,5 poin antara urban dan rural dan 48,2 poin antara pendidikan tinggi dan

dasar, yang berkorelasi dengan ketimpangan kapasitas partisipasi.

Menjawab pertanyaan ketiga, durasi penggunaan memuncak pada 3,49 jam per hari di 2020 lalu menurun bertahap, dengan WhatsApp sebagai platform berdurasi tinggi yang berpotensi menjadi saluran utama informasi politik informal melalui jalur paparan insidental. Menjawab pertanyaan keempat, motivasi penggunaan didominasi tujuan non-politik, sementara indikator keterlibatan politik terukur menunjukkan 41,2 persen pengguna mencari informasi pemilu, 31,4 persen tergabung dalam grup politik, dan 23,7 persen memposting dukungan kandidat, sebuah pola yang mencerminkan logika *connective action*. Secara sintesis, keempat temuan mendukung kesimpulan bahwa partisipasi politik digital di Indonesia bersifat terstratifikasi, yakni perluasan arena digital membuka peluang nominal yang lebih luas namun mereproduksi ketimpangan kapasitas yang telah mapan. Kontribusi teoretis penelitian terletak pada kerangka behavioral yang diperluas dalam dimensi arena, kapasitas, dan mekanisme.

Temuan ini berimplikasi pada empat pemangku kepentingan. Bagi penyelenggara pemilu seperti Komisi Pemilihan Umum dan Badan Pengawas Pemilu, sosialisasi dan pemantauan konten perlu dirancang lintas platform agar tidak melewatkan segmen yang bermigrasi ke kanal berbeda. Bagi partai politik dan kandidat, strategi komunikasi perlu disesuaikan dengan arsitektur dan profil demografis tiap platform, mengingat format yang efektif di Facebook tidak serta-merta efektif di TikTok atau WhatsApp. Bagi perancang program literasi digital, intervensi perlu bersifat diferensial menurut generasi dan wilayah, dengan penyediaan infrastruktur yang mendahului literasi konten di wilayah rural. Bagi peneliti komunikasi politik, temuan ini membuka agenda pengujian model stratifikasi melalui pendekatan yang lebih granular.

Penelitian ini dibatasi oleh ketergantungan pada data sekunder agregat dengan definisi operasional yang tidak sepenuhnya seragam, ketidaktersediaan data mentah platform, dan keterbatasan indikator partisipasi yang sebagian hanya tersedia pada satu titik waktu, sehingga inferensi kausal tidak dapat ditarik. Penelitian lanjutan diarahkan pada tiga agenda, yakni survei primer longitudinal yang mengukur langsung hubungan penggunaan platform dengan partisipasi yang teroperasionalisasi spesifik, studi komparatif lintas negara Asia Tenggara untuk menguji generalisabilitas model stratifikasi, serta

penelitian berbasis data platform untuk mengakses perilaku pengguna pada level yang lebih rinci.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik telekomunikasi Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Castells, M. (2013). Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age. Polity Press.
- Chadwick, A. (2017). The hybrid media system: Politics and power (2nd ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Dahl, R. A. (1961). The behavioral approach in political science: Epitaph for a monument to a successful protest. *American Political Science Review*, 55(4), 763–772. <https://doi.org/10.2307/1952525>
- Easton, D. (1965). A systems analysis of political life. John Wiley & Sons.
- GlobalWebIndex. (2020). GWI core survey: Indonesia 2020. GlobalWebIndex.
- Graham, M., & Dutton, W. H. (Eds.). (2019). Society and the internet: How networks of information and communication are changing our lives (2nd ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198843498.001.0001>
- Johnston, M. P. (2014). Secondary data analysis: A method of which the time has come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, 3, 619–626.
- Katadata Insight Center. (2021). Indeks literasi digital nasional 2021. Katadata Insight Center.
- Katadata Insight Center. (2022). Indeks literasi digital nasional 2022. Katadata Insight Center.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, & APJII. (2021). Survei penggunaan internet dan media sosial Indonesia 2021. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Lim, M., & Nugroho, Y. (2012). Localising the global, globalising the local: The role of the internet in shaping globalisation discourse in Indonesian NGOs. *Journal of International Development*, 24(3), 341–368. <https://doi.org/10.1002/jid.1733>
- Lindner, R., & Aichholzer, G. (2020). E-democracy: Conceptual foundations and recent trends. In L. Hennen et al. (Eds.), *European e-democracy in practice* (pp. 11–45). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-27184-8_2
- Pew Research Center. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center.

- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
<https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>
- Tapsell, R. (2017). *Media power in Indonesia: Oligarchs, citizens and the digital revolution*. Rowman & Littlefield.
- Thorson, K. (2020). Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure. *Journalism*, 21(8), 1067–1082. <https://doi.org/10.1177/1464884920915352>
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363–379. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- Vaccari, C., & Valeriani, A. (2023). Political filter bubbles and fragmented publics. In A. Ceron (Ed.), *Handbook of digital politics* (2nd ed., pp. 92–154). Edward Elgar Publishing.
- Valeriani, A., & Vaccari, C. (2018). Political talk on mobile instant messaging services: A comparative analysis of Germany, Italy, and the UK. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1715–1731.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1350730>
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Verba, S., Scholzman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1pnc1k7>
- We Are Social, & Hootsuite. (2019–2024). *Digital global overview report: Indonesia*. DataReportal.