

Abstract

In the increasingly digital era, social media has become the main platform for political parties to communicate with young voters, particularly Gen Z. Social media is a digital platform that allows its users to interact, share, and create content online. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) relies heavily on social media strategies and consistently built its image as a “*youth party*” to attract the attention and support of Indonesian Gen Z voters, who are known as the digital-native generation and are very active on social media. PSI utilizes Instagram as a political communication platform, considering that its interactive features such as reels, stories, and feeds suit Gen Z fast and visual content consumption preferences. Therefore, this research aims to understand how youth political engagement strategy messages through instagram @psi_id are interpreted by Gen Z. This research incorporates multiple theoretical frameworks to provide a comprehensive analysis such as, Stuart Hall’s Audience Reception Theory, Youth Political Engagement Strategy through Social Media, Political Party Branding, as well as Generation Z. In order to ensure deep and nuanced understanding, the study employs qualitative research methods, specifically in-depth interviews to integrate diverse viewpoints from members of Indonesian Generation Z voters. These findings indicate that most participants were in a negotiated position, while one participant placed an oppositional position.

Keywords: Social Media, Youth Political Engagement Strategy, Political Party Branding, Generation Z, Audience Reception, Qualitative Methods

Abstrak

Di era yang semakin digital, media sosial telah menjadi platform utama bagi partai politik untuk berkomunikasi dengan pemilih muda, khususnya Gen Z. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, berbagi, dan membuat konten secara daring. Partai Solidaritas Indonesia (PSI) sangat bergantung pada strategi media sosial dan secara konsisten membangun citranya sebagai “*partai anak muda*” untuk menarik perhatian dan dukungan pemilih Gen Z Indonesia, yang dikenal sebagai generasi digital-native dan sangat aktif



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Audience Reception Analysis of Youth Political Engagement Strategy in Instagram @psi_id amongst Indonesian Generation Z Voters

Cerina Gracia Martins, Acniah Damayanti, S.I.P., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

di media sosial. PSI memanfaatkan Instagram sebagai platform komunikasi politik, mengingat fitur-fitur interaktifnya seperti reels, stories, dan feeds sesuai dengan preferensi konsumsi konten visual dan cepat Gen Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pesan strategi keterlibatan politik anak muda melalui instagram @psi_id dimaknai oleh Gen Z. Penelitian ini menggabungkan beberapa kerangka teori untuk memberikan analisis yang komprehensif seperti Teori Penerimaan Audiens Stuart Hall, Strategi Keterlibatan Politik Anak Muda melalui Media Sosial, Branding Partai Politik, serta Generasi Z. Untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan bernuansa, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, khususnya wawancara mendalam untuk mengintegrasikan berbagai sudut pandang dari anggota pemilih Generasi Z Indonesia. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berada dalam posisi negosiasi, sementara satu peserta menempatkan posisi oposisi.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Keterlibatan Politik Pemuda, Branding Partai Politik, Generasi Z, Penerimaan Audiens, Metode Kualitatif