

Analisis Komunikasi Keamanan: Perubahan Budaya Dalam Politik Generasi Z

Prasojo Prasojo^{1,*}

¹ Fakultas Ilmu Komunikasi; Universitas Bhayangkara Jakarta Raya; e-mail: prasojo@dsn.ubharajaya.ac.id

* Korespondensi: e-mail: prasojo@dsn.ubharajaya.ac.id

Submitted: **30/12/2025**; Revised: **02/01/2026**; Accepted: **05/01/2026**; Published: **30/01/2026**

Abstract

The intersection between security communications and the evolving political landscape of Generation Z creates a complex field of study, requiring a deep understanding of cultural shifts, technological advances, and the unique socio-political awareness of this demographic group. Generation Z, often described as the digital generation, exhibits different patterns of information consumption, communication, and political engagement compared to previous generations. The pervasive influence of social media, increasing reliance on digital platforms for political information, and scepticism towards conventional institutions shape how Gen Z views and responds to security-related messages. Understanding these dynamics is crucial for rethinking security communication in a way that aligns with Gen Z's values, addresses their specific concerns, and encourages informed decision-making in an era of unprecedented digital connectivity and evolving security threats.

Keywords: Culture, Politics, Generation Z, Security Communication

Abstrak

Persimpangan antara komunikasi keamanan dan lanskap politik yang terus berkembang dari Generasi Z menciptakan bidang studi yang kompleks, yang memerlukan pemahaman yang mendalam tentang pergeseran budaya, kemajuan teknologi, dan kesadaran sosial-politik yang unik dari kelompok demografis ini. Generasi Z, yang sering digambarkan sebagai generasi digital, menunjukkan pola konsumsi informasi, komunikasi, dan keterlibatan politik yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Pengaruh luas media sosial, ketergantungan yang semakin meningkat pada platform digital untuk informasi politik, dan skeptisme terhadap institusi konvensional membentuk cara Gen Z memandang dan merespons pesan-pesan terkait keamanan. Memahami dinamika ini sangat penting untuk menata ulang cara komunikasi untuk kepentingan keamanan yang selaras dengan nilai-nilai Gen Z. Menanggapi kekhawatiran spesifik mereka, dan mendorong pengambilan keputusan yang terinformasi di era konektivitas digital yang belum pernah terjadi sebelumnya dan ancaman keamanan yang terus berkembang.

Kata kunci: Budaya, Politik, Generasi Z, Komunikasi keamanan

1. Pendahuluan

Persepsi politik Generasi Z tidak semata terbentuk melalui preferensi individual atau konsumsi informasi, melainkan melalui praktik *digital governmentality* yang beroperasi dalam ekosistem media daring dan platform sosial. Dalam konteks ini, media digital berfungsi sebagai teknologi pemerintahan (*technologies of governance*) yang mengarahkan cara Generasi Z memaknai politik, keamanan, dan keterlibatan sipil melalui mekanisme kurasi algoritmik, metrik

visibilitas, dan normalisasi perilaku daring (Alfaruqy et al., 2022). Tumbuh dalam lingkungan yang sangat terdigitalisasi, Generasi Z mengalami proses subjektivasi politik yang dimediasi oleh platform, di mana pengetahuan politik diproduksi, disirkulasikan, dan dilegitimasi dalam kerangka logika pasar, atensi, dan afiliasi jaringan.

Domain digital, khususnya media sosial, berfungsi sebagai ruang utama artikulasi dan regulasi diskursus politik Generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi medium distribusi informasi, tetapi juga infrastruktur normatif yang membentuk apa yang dapat dilihat, diperdebatkan, dan dianggap relevan secara politik (Elkatmis, 2024). Preferensi Generasi Z terhadap konten visual, interaktif, dan terpersonalisasi mencerminkan internalisasi logika platform yang mengutamakan keterlibatan (*engagement*) dan afek, sehingga menggeser komunikasi politik dan keamanan dari argumen rasional menuju praktik naratif yang bersifat emosional dan performatif (Cadayday et al., 2025).

Dalam kerangka *digital governmentality*, komunikasi keamanan beroperasi tidak hanya melalui institusi negara, tetapi juga melalui aktor non-negara dan mekanisme tidak langsung seperti influencer, algoritma, dan ekonomi perhatian. Influencer media sosial, yang dipersepsikan autentik dan kredibel oleh Generasi Z, memainkan peran sebagai intermediary governors yang memediasi norma, nilai, dan batasan wacana politik serta keamanan (Baghel, 2023). Ketergantungan Generasi Z pada influencer menunjukkan bagaimana otoritas diskursif dalam ranah keamanan semakin terdesentralisasi dan dinegosiasikan melalui relasi afektif dan komersial, alih-alih melalui legitimasi institusional formal.

Namun, logika pemerintahan digital ini juga menghasilkan kerentanan struktural. Proliferasi disinformasi, pembentukan ruang gema, dan bias algoritmik bukan sekadar kegagalan teknis, melainkan konsekuensi inheren dari mekanisme pengelolaan populasi digital yang berbasis atensi dan optimasi keterlibatan (Samalis et al., 2023). Generasi Z, sebagai kelompok dengan intensitas konsumsi media sosial tertinggi, menjadi subjek yang sekaligus diproduksi dan diatur oleh arsitektur digital tersebut (Dewi et al., 2023). Dalam konteks ini, promosi literasi media dan berpikir kritis tidak dapat dipahami hanya sebagai intervensi edukatif, tetapi sebagai upaya resistensi terhadap rasionalitas pemerintahan algoritmik yang membatasi kapasitas reflektif warga digital.

Pada saat yang sama, kompetensi digital Generasi Z—termasuk literasi siber, kemampuan navigasi data, dan pemahaman terhadap dinamika platform—menempatkan mereka tidak hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai potensi subjek dalam praktik keamanan kontemporer, khususnya dalam menghadapi ancaman siber dan disrupsi informasi. Integrasi Generasi Z ke dalam peran keamanan dan pertahanan nasional, oleh karena itu, merepresentasikan bentuk lain dari governmentality, di mana subjek yang digovern juga direkrut sebagai agen pengelolaan keamanan itu sendiri. Proses ini menuntut strategi komunikasi dan rekrutmen yang selaras dengan orientasi nilai Generasi Z, termasuk sensitivitas terhadap keadilan sosial, lingkungan, dan ketimpangan struktural, serta preferensi terhadap keterlibatan yang bermakna dan berorientasi tujuan (Dudija & Apriliansyah, 2023).

Dengan demikian, komunikasi keamanan dalam konteks Generasi Z perlu dipahami sebagai praktik digital governmentality yang beroperasi melalui jaringan aktor, teknologi, dan diskursus yang saling terkait. Alih-alih diperlakukan sebagai sekadar strategi persuasi, komunikasi keamanan menjadi mekanisme produksi subjektivitas politik dan keamanan, di mana kekuasaan dijalankan secara halus melalui platform digital, afek, dan normalisasi praktik keseharian. Pendekatan ini menuntut pergeseran analitis dari efektivitas pesan menuju pertanyaan yang lebih mendasar mengenai bagaimana keamanan digovern, dinegosiasikan, dan dipraktikkan dalam kehidupan digital generasi pasca-milenial.

Meluasnya penggunaan platform digital di kalangan Generasi Z menegaskan urgensi penelitian berkelanjutan mengenai potensi adiktif media seluler dan media sosial, tidak hanya sebagai isu perilaku, tetapi sebagai prasyarat dalam merancang intervensi komunikasi keamanan yang efektif. Agenda penelitian ini mencakup analisis strategi komunikasi merek dan iklan yang menargetkan Generasi Z, termasuk bagaimana persepsi mereka terhadap kredibilitas, afiliasi nilai, dan format pesan memediasi keterlibatan mereka dengan narasi keamanan (Kusá et al., 2024). Kebutuhan akan adaptasi berkelanjutan semakin mengemuka mengingat menurunnya efektivitas pemasaran media sosial dalam memengaruhi tahapan sikap hierarkis Generasi Z, yang menuntut pendekatan komunikasi yang lebih kontekstual, subtil, dan berbasis relasi sosial (Duffett, 2017).

Penelitian masa depan perlu secara kritis mengeksplorasi bagaimana kecakapan digital Generasi Z—yang dibentuk oleh tumbuh bersama internet dan paparan teknologi yang intensif—mempengaruhi preferensi mereka terhadap penyampaian informasi keamanan. Penekanan mereka pada konten visual, pengalaman imersif, serta konsumsi impulsif yang dipicu tren media sosial memiliki implikasi langsung terhadap cara pesan keamanan diproduksi, disirkulasikan, dan dimaknai (Postolov et al., 2017). Dalam konteks ini, literasi digital dan kesadaran kesehatan mental, yang sering berkembang melalui keterlibatan intensif di media sosial, berperan ganda: meningkatkan kapasitas kritis sekaligus membentuk kerentanan terhadap disinformasi dan ancaman keamanan digital.

Lebih jauh, pemahaman terhadap praktik pencarian informasi Generasi Z—yang cenderung bersifat insidental dan tertanam dalam jaringan sosial daring—menjadi krusial bagi perancangan komunikasi keamanan yang sensitif terhadap dinamika digital mereka (Hassoun et al., 2023). Ketergantungan pada media sosial sebagai sumber berita, cara mereka menilai kredibilitas informasi, serta kesediaan untuk berbagi data pribadi dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara sikap terhadap iklan, tekanan kelompok referensi, dan kebutuhan akan afiliasi sosial. Kondisi ini menantang model komunikasi keamanan top-down tradisional dan mendorong pergeseran menuju pendekatan yang lebih desentralistik, partisipatif, dan berbasis komunitas, termasuk melalui komunikasi antar-sebaya dan peran mediator informal seperti influencer digital.

Dalam kerangka ini, fenomena “paradoks privasi” pada Generasi Z—di mana kekhawatiran normatif terhadap privasi tidak selalu sejalan dengan praktik berbagi data sehari-

hari—menjadi isu sentral dalam pengembangan strategi komunikasi keamanan (Alić & Sopić, 2025). Penelitian selanjutnya perlu mengevaluasi secara kritis sejauh mana kerangka privasi dan literasi digital yang ada mampu menjawab ketidaksesuaian antara pengetahuan, sikap, dan perilaku privasi yang diamati pada generasi ini (Theocharis et al., 2025). Hal ini mencakup penyelidikan mengenai mekanisme pembelajaran berbasis pengalaman, di mana perilaku berisiko daring justru membentuk kepedulian privasi melalui refleksi pasca-kejadian, bukan semata melalui kewaspadaan preventif (Jia et al., 2015).

Dengan demikian, pengembangan komunikasi keamanan yang efektif bagi Generasi Z menuntut kerangka komprehensif yang mengintegrasikan pemahaman tentang perilaku digital, motivasi sosial, dan persepsi privasi mereka. Pendekatan ini mensyaratkan pergeseran dari pesan keamanan yang bersifat didaktis menuju praktik komunikasi yang interaktif, visual, dan berorientasi komunitas, serta mampu beresonansi dengan subjektivitas digital Generasi Z dan praktik sosial online mereka (Hassoun et al., 2023).

2. Metode Penelitian

Bagian ini menguraikan desain penelitian dan pendekatan empiris yang digunakan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi keamanan yang ditujukan kepada Generasi Z, dengan mempertimbangkan karakteristik perilaku digital dan pola keterlibatan politik mereka yang dibentuk oleh ekosistem media yang terfragmentasi dan berorientasi platform. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) untuk menangkap dinamika tersebut secara komprehensif melalui integrasi survei, diskusi kelompok terarah (FGD), dan wawancara kualitatif.

Analisis difokuskan pada kebiasaan konsumsi media Generasi Z, khususnya dalam mengakses berita dan konten politik, preferensi platform sebagai ruang diskursus sipil, serta respons terhadap berbagai strategi komunikasi keamanan. Survei terhadap 400 responden Generasi Z yang dikategorikan sebagai kelompok berisiko digunakan untuk mengidentifikasi persepsi mereka mengenai tantangan keamanan kontemporer, kredibilitas sumber informasi, serta ekspektasi terhadap peran negara dan aktor keamanan. FGD dan wawancara kualitatif melengkapi temuan kuantitatif dengan mengeksplorasi dinamika interaksi digital, pola afiliasi, dan mekanisme pemaknaan keamanan yang dimediasi oleh teknologi dan platform digital emergen (Abdullah et al., 2018).

Penelitian ini secara khusus menelaah bagaimana kampanye berbasis media sosial—terutama yang mengartikulasikan narasi emosional yang autentik dan nilai-nilai institusional yang eksplisit—membentuk persepsi dan keterlibatan Generasi Z, mengingat sentralitas media sosial sebagai infrastruktur komunikasi utama dalam kehidupan sehari-hari mereka (Yunusaliev, 2024). Analisis terhadap intensitas penggunaan, frekuensi akses, preferensi platform, serta pola interaksi konten digunakan untuk mengidentifikasi saluran dan format komunikasi keamanan yang paling resonan.

Pendekatan ini memungkinkan pemahaman kritis mengenai perbedaan modus komunikasi lintas generasi, dengan menyoroti kesenjangan dan preferensi komunikatif yang khas pada Generasi Z dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Pierce & Payne, 2018). Secara keseluruhan, kerangka analitis ini menyediakan dasar empiris untuk merumuskan strategi komunikasi keamanan yang kontekstual, responsif, dan selaras dengan kecakapan digital serta ekspektasi Generasi Z terhadap pertukaran informasi yang interaktif dan autentik, sekaligus berkontribusi pada upaya menjembatani fragmentasi generasional dalam diskursus keamanan kontemporer (Meret et al., 2018).

3. Hasil dan Pembahasan

Komunikasi keamanan yang ditujukan kepada Generasi Z tidak dapat dipahami semata sebagai persoalan efektivitas pesan, melainkan sebagai praktik politik yang beroperasi dalam relasi kuasa yang membentuk legitimasi, otoritas, dan subjek keamanan itu sendiri. Kecakapan digital Generasi Z, orientasi mereka terhadap keaslian, serta skeptisme yang mengakar terhadap institusi negara dan korporasi menantang pendekatan komunikasi keamanan yang bersifat teknokratis dan *top-down*. Dalam konteks ini, preferensi terhadap format visual dan interaktif tidak hanya merefleksikan selera media, tetapi juga menunjukkan pergeseran epistemik mengenai bagaimana pengetahuan keamanan diproduksi, dinegosiasikan, dan dipertentangkan di ruang digital. Temuan empiris menunjukkan bahwa praktik promosi konvensional memiliki daya pengaruh terbatas terhadap orientasi tindakan Generasi Z, sehingga menegaskan batas-batas logika persuasi tradisional dalam ranah keamanan kontemporer. Sebaliknya, praktik bercerita (*storytelling*) berfungsi sebagai perangkat diskursif yang memungkinkan artikulasi keamanan secara lebih terinkorporasi dalam pengalaman sehari-hari, sekaligus membuka ruang resistensi terhadap narasi keamanan yang hegemonik.

Lebih jauh, tuntutan akan personalisasi dan relevansi dalam komunikasi keamanan mencerminkan klaim Generasi Z atas otonomi epistemik dan politik, yang menolak posisi sebagai penerima pasif pesan keamanan. Pendekatan partisipatif—yang melibatkan Generasi Z dalam produksi dan sirkulasi pesan—tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga menggeser locus otoritas keamanan dari institusi menuju konfigurasi aktor yang lebih terdistribusi. Namun demikian, strategi partisipasi ini juga perlu dibaca secara kritis, mengingat potensi kooptasi dan depolitisasi partisipasi melalui mekanisme komunikasi yang dikendalikan secara institusional.

Akhirnya, orientasi proaktif dan preventif dalam komunikasi keamanan—melalui penguatan literasi digital, kesadaran risiko, dan etika daring—perlu dibaca sebagai proses pembentukan subjek keamanan (*security subjectification*) yang sarat dengan implikasi normatif dan politis. Upaya memberdayakan Generasi Z untuk “mengelola” keamanan digital mereka sendiri berpotensi memperluas logika responsibilisasi, di mana beban pengelolaan risiko dipindahkan dari negara ke individu. Namun, komitmen Generasi Z terhadap tanggung jawab sosial dan nilai-nilai etis juga membuka peluang untuk mereartikulasikan komunikasi keamanan

sebagai praktik kolektif yang menantang individualisasi risiko dan menekankan solidaritas, perlindungan sosial, serta keadilan dalam menghadapi ancaman digital yang secara tidak proporsional berdampak pada kelompok rentan.

Dalam lanskap komunikasi yang ditandai oleh ketidakpercayaan struktural dan fragmentasi informasi, transparansi dan keaslian sering diposisikan sebagai solusi normatif. Akan tetapi, dalam perspektif kritis, keaslian tidak dapat diperlakukan sebagai kualitas netral, melainkan sebagai praktik performatif yang diproduksi dan dinegosiasikan dalam medan kekuasaan tertentu. Keterbukaan terhadap sumber pengetahuan dan pengakuan atas ketidakpastian memang berkontribusi pada kredibilitas, tetapi sekaligus menyingkap batas-batas otoritas epistemik aktor keamanan itu sendiri (Kusá et al., 2024). Paparan intensif Generasi Z terhadap teknologi digital telah membentuk literasi media yang relatif tinggi, memungkinkan mereka tidak hanya beradaptasi dengan platform komunikasi, tetapi juga menginterogasi, meremehkan, atau menolak klaim keamanan yang dianggap tidak legitimate (Sarhour, 2025).

Temuan dari penyelidikan multifaset ini mengungkap pola-pola dominan dalam penerimaan dan pemaknaan komunikasi keamanan oleh Generasi Z, dengan menegaskan peran sentral platform digital sebagai infrastruktur diskursif sekaligus ruang produksi makna keamanan. Data empiris menunjukkan preferensi yang kuat terhadap informasi yang disirkulasikan melalui media sosial, dengan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube berfungsi sebagai kanal utama bagi akses berita dan konten politik di kalangan demografis ini (Cadayday et al., 2025). Preferensi tersebut menandai perlunya strategi komunikasi keamanan yang terintegrasi secara organik ke dalam ekosistem digital yang berorientasi visual dan berformat singkat, sejalan dengan pola konsumsi media yang telah terinternalisasi dalam praktik keseharian Generasi Z (Sarjito, 2024).

Lebih lanjut, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z menempatkan keaslian dan transparansi sebagai prasyarat utama dalam menilai kredibilitas pesan keamanan, dengan kecenderungan mempercayai influencer digital dan jaringan sebaya dibandingkan sumber otoritatif konvensional. Pola ini mengindikasikan terjadinya pergeseran relasi otoritas dalam komunikasi keamanan, yang menuntut rekonfigurasi cara negara dan aktor keamanan membangun legitimasi, kepercayaan, dan keterlibatan publik di ruang digital (Imran & Ferdous, 2025). Sebagai generasi digital native yang disosialisasikan melalui internet dan teknologi seluler, Generasi Z mengandalkan media digital interaktif sebagai modus komunikasi utama, sebuah karakteristik yang membedakan mereka secara signifikan dari generasi yang lebih tua, seperti Baby Boomers, yang cenderung memprioritaskan interaksi tatap muka (Venter, 2017).

Implikasinya, strategi komunikasi keamanan perlu disesuaikan dengan logika dan afektivitas komunikasi digital Generasi Z dengan menekankan kesederhanaan pesan, daya tarik visual, serta elemen interaktif untuk memediasi informasi keamanan secara efektif. Ketergantungan pada modus digital ini menegaskan pentingnya perancangan pesan keamanan yang tidak hanya dapat diakses secara teknologi, tetapi juga relevan secara kultural dengan

paradigma komunikasi digital Generasi Z. Dalam konteks ini, platform media sosial berfungsi sebagai arena krusial bagi pembentukan identitas, artikulasi nilai, dan orientasi politik Generasi Z, yang secara langsung membentuk preferensi komunikatif dan cara mereka merespons diskursus keamanan kontemporer (Siagian & Yuliana, 2024).

Upaya pendidikan politik perlu direkonseptualisasikan dengan mempertimbangkan secara serius peran platform digital sebagai ruang utama produksi, sirkulasi, dan negosiasi makna politik dan keamanan di kalangan Generasi Z. Evaluasi ulang tersebut menuntut pemanfaatan strategis platform digital melalui pengembangan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga dirancang secara khusus untuk mendorong partisipasi politik dan meningkatkan kesadaran terhadap isu-isu keamanan kontemporer. Sejalan dengan preferensi Generasi Z terhadap konten audio-visual berdurasi pendek serta praktik pencarian berbasis kata kunci, strategi komunikasi keamanan dituntut untuk menghasilkan pesan yang ringkas, berdampak, dan mudah disirkulasikan, khususnya pada platform seperti TikTok dan YouTube.

Lebih jauh, tingginya kecakapan digital Generasi Z sekaligus ketergantungan mereka pada komunikasi visual mengharuskan integrasi elemen multimedia—seperti infografis, klip video singkat, dan fitur interaktif—sebagai bagian dari arsitektur pesan keamanan. Pergeseran ini menandai transisi strategis dari model komunikasi berbasis teks yang linear menuju format naratif visual yang padat dan afektif, yang lebih selaras dengan pola attensi dan praktik konsumsi informasi Generasi Z. Dalam konteks ini, platform digital tidak semata dipahami sebagai saluran distribusi, melainkan sebagai infrastruktur epistemik yang membentuk kepercayaan, afiliasi, dan orientasi politik, sehingga menempatkan influencer media sosial sebagai aktor mediasi yang signifikan dalam diskursus keamanan, meskipun sarat dengan risiko politisasi dan implikasi terhadap keamanan nasional.

Ketergantungan yang mendalam pada ekosistem digital tersebut juga membuka kerentanan struktural, khususnya melalui sirkulasi informasi yang tidak terverifikasi dan kampanye disinformasi yang semakin canggih, yang berpotensi memengaruhi opini publik dan melemahkan kohesi sosial. Kondisi ini menegaskan urgensi pengembangan inisiatif literasi digital yang kuat dan tersegmentasi bagi Generasi Z, dengan tujuan memberdayakan mereka untuk melakukan evaluasi kritis terhadap informasi daring serta membedakan sumber yang kredibel dari narasi yang menyesatkan (Hassoun et al., 2023).

Dengan demikian, integrasi keterampilan berpikir kritis dalam pendidikan literasi digital menjadi prasyarat penting untuk membekali Generasi Z dalam menavigasi lanskap informasi yang semakin kompleks, terfragmentasi, dan sarat afeksi, sekaligus memperkuat kapasitas mereka untuk membedakan antara pengetahuan yang kredibel dan disinformasi (Tirocchi, 2024). Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan ketahanan kognitif terhadap manipulasi informasi, tetapi juga membentuk subjek keamanan yang lebih reflektif dan partisipatif, yang mampu terlibat secara bermakna dalam dialog keamanan nasional.

Dalam konteks tersebut, pemahaman terhadap cara Generasi Z memproses dan merespons konten emosional di media sosial menjadi krusial bagi pengembangan komunikasi

keamanan yang efektif sekaligus bertanggung jawab secara etis. Platform video berdurasi pendek, misalnya, tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional dan relevansi pesan, tetapi juga menyediakan ruang interaksi multidimensional yang memfasilitasi pembentukan komunitas dan sirkulasi makna, yang dapat diadaptasi secara strategis dalam praktik komunikasi keamanan. Namun demikian, adaptasi semacam ini menuntut kalibrasi yang cermat agar tidak mereduksi atau men-trivialisasi isu keamanan yang bersifat struktural dan kompleks, seraya tetap menumbuhkan rasa urgensi dan keterkaitan personal di kalangan Generasi Z.

Lebih jauh, kecenderungan Generasi Z untuk mempertanyakan otoritas tradisional serta preferensi mereka terhadap konten yang dipersepsikan autentik dan transparan menantang model komunikasi keamanan yang bersifat hierarkis dan satu arah. Penelitian menunjukkan bahwa demografi ini lebih mempercayai figur influencer yang menunjukkan keselarasan nyata dengan nilai, pengalaman, dan kehidupan sehari-hari mereka (Baghel, 2023). Kondisi ini menuntut pergeseran menuju model komunikasi kolaboratif, di mana lembaga keamanan berperan sebagai fasilitator yang bekerja sama dengan aktor komunitas dan pembuat konten digital yang dipercaya untuk secara bersama-sama memproduksi dan mendistribusikan pesan keamanan, sehingga meningkatkan legitimasi dan resonansi sosial (Sarhour, 2025).

Pendekatan kolaboratif ini menjadi semakin relevan mengingat pola konsumsi informasi Generasi Z yang cenderung pasif, di mana informasi lebih sering ditemui secara insidental daripada dicari secara deliberatif, dengan motivasi sosial kerap mendominasi proses pemaknaan dibandingkan pencarian kebenaran faktual semata (Hassoun et al., 2023). Oleh karena itu, strategi komunikasi keamanan perlu mengakui kondisi struktural ini dengan menyematkan pesan keamanan secara kontekstual dalam ekosistem digital yang rutin diakses, guna memaksimalkan visibilitas, keterlibatan, dan potensi internalisasi pesan tanpa mengorbankan integritas normatif komunikasi keamanan itu sendiri.

Oleh karena itu, pelibatan Generasi Z dalam dialog keamanan nasional menuntut pergeseran strategis dalam praktik komunikasi keamanan yang tidak lagi bersifat linear dan institisionalistik, melainkan berorientasi pada penguasaan kompetensi digital, pemanfaatan ekosistem media sosial, serta sensitivitas terhadap isu disinformasi, privasi, dan etika komunikasi digital (Sarjito, 2024). Pendekatan ini mensyaratkan pengembangan kerangka keterlibatan digital yang komprehensif, yang mengintegrasikan narasi keamanan ke dalam bahasa sehari-hari dan pola interaksi yang telah terinstitusionalisasi pada platform dominan yang digunakan oleh Generasi Z, seperti Instagram dan TikTok.

Lebih lanjut, strategi tersebut perlu berangkat dari pemahaman terhadap motivasi sosial Generasi Z serta preferensi mereka terhadap konten video berdurasi pendek, yang secara signifikan membentuk pola atensi, afiliasi, dan pemaknaan terhadap informasi keamanan. Generasi ini, yang menghabiskan rata-rata lebih dari empat jam per hari di berbagai platform media sosial—termasuk WhatsApp, Instagram, YouTube, dan TikTok—cenderung terlibat dalam komunikasi politik melalui format yang bersifat informal dan partisipatoris, seperti riset populer, podcast, meme, dan humor politik. Namun demikian, mereka masih menghadapi

keterbatasan dalam mengakses materi edukasi pemilih dan komunikasi keamanan yang dirancang secara substantif namun selaras dengan preferensi media dan logika konsumsi digital mereka.

Adopsi teknologi digital yang meluas membuka peluang strategis bagi komunikasi keamanan untuk merekonfigurasi metode jangkauan dan artikulasinya, khususnya melalui pengembangan konten yang dinamis, interaktif, dan terintegrasi dengan logika platform digital guna menyampaikan narasi keamanan yang kompleks kepada audiens yang secara inheren melek teknologi. Pergeseran ini mensyaratkan pemahaman yang mendalam terhadap pola konsumsi media Generasi Z, termasuk preferensi mereka terhadap konten yang dihasilkan pengguna serta tingkat skeptisme yang tinggi terhadap iklan dan pesan institusional konvensional. Dalam konteks tersebut, komunikasi keamanan dituntut untuk mengadopsi gaya penyajian yang lebih organik dan autentik agar mampu membangun resonansi dan kepercayaan (Sarhour, 2025).

Lebih lanjut, karakter sosial dalam proses pemaknaan informasi di kalangan Generasi Z menempatkan mekanisme penyebaran pesan berbasis jejaring sebaya (peer-to-peer) dan validasi komunitas sebagai elemen kunci dalam meningkatkan kredibilitas dan jangkauan komunikasi keamanan. Kondisi ini menandai pergeseran paradigma dari model komunikasi keamanan yang bersifat hierarkis dan top-down menuju pendekatan yang lebih terdesentralisasi dan partisipatif, di mana Generasi Z tidak lagi diposisikan semata sebagai penerima pesan, melainkan sebagai aktor aktif dalam produksi, sirkulasi, dan legitimasi narasi keamanan (Dewi et al., 2023). Pendekatan semacam ini selaras dengan ketergantungan Generasi Z pada media sosial sebagai sumber utama akses informasi yang beragam dan transnasional, yang secara signifikan membentuk persepsi, sikap, dan orientasi mereka terhadap isu-isu keamanan kontemporer (Chen & Ha, 2023).

Tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh Generasi Z sebagai sumber utama berita dan konten politik—khususnya pada platform berbasis video seperti TikTok—telah secara mendasar merekonfigurasi lanskap keterlibatan politik dan, secara tidak langsung, praktik komunikasi keamanan kontemporer (Medina et al., 2023). Pergeseran ini tercermin, misalnya, dalam konteks Yunani, di mana generasi muda semakin mengandalkan Instagram dan TikTok untuk memperoleh pembaruan berita, sehingga menegaskan urgensi adaptasi pesan-pesan keamanan ke dalam logika, estetika, dan affordances platform visual tersebut guna menjangkau demografi ini secara efektif.

Pengaruh luas media sosial terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z—terutama dalam ranah politik—menuntut strategi komunikasi keamanan yang tidak lagi bertumpu pada media konvensional, melainkan terintegrasi secara substantif ke dalam ekosistem digital yang membentuk kehidupan sehari-hari mereka. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap cara Generasi Z mengonsumsi dan memaknai informasi politik, yang cenderung memprioritaskan platform interaktif dan alat daring, menjadi prasyarat penting bagi pengembangan strategi komunikasi keamanan yang selaras dengan orientasi digital-first mereka.

Digital nativism yang melekat pada Generasi Z membentuk ekspektasi spesifik terhadap penyampaian informasi, yang menuntut konten tidak hanya mudah diakses, tetapi juga menarik secara visual, interaktif, dan kompatibel dengan praktik komunikasi daring yang telah mereka internalisasi. Konsekuensinya, komunikasi keamanan mengalami pergeseran dari model pesan yang statis dan satu arah menuju format yang dinamis dan partisipatoris, yang memfasilitasi komunikasi dua arah serta pembentukan komunitas di sekitar isu-isu keamanan. Pergeseran ini mencakup pemanfaatan platform seperti Instagram dan TikTok—yang telah menjadi pusat lanskap informasi Generasi Z—untuk menyampaikan pesan keamanan dalam bentuk yang resonan dengan sensitivitas dan kebiasaan digital mereka. Dalam konteks tersebut, prevalensi konten video berdurasi pendek di TikTok, yang kerap dikonsumsi sebagai incidental news, muncul sebagai saluran strategis dalam diseminasi informasi keamanan di ruang digital kontemporer.

Pendekatan ini menekankan produksi konten audiovisual berdurasi singkat yang dirancang secara visual dan naratif untuk mengartikulasikan isu-isu keamanan yang krusial dalam format yang sesuai dengan logika konsumsi media Generasi Z. Kolaborasi dengan kreator konten digital yang memiliki legitimasi kultural dipertimbangkan sebagai strategi untuk memperkuat persepsi keautentikan sekaligus memperluas jangkauan pesan, mengingat peran sentral figur-figur ini dalam membentuk kepercayaan dan afiliasi audiens muda. Mengingat preferensi Generasi Z terhadap platform digital dan koneksi berkelanjutan melalui perangkat seluler, komunikasi keamanan perlu diintegrasikan secara strategis ke dalam ekosistem digital yang secara rutin mereka akses, sehingga pesan tidak hadir sebagai intervensi eksternal, melainkan sebagai bagian dari praktik komunikasi sehari-hari (Matthes, 2022).

Strategi ini menuntut adaptasi komunikasi politik dan keamanan terhadap arsitektur serta affordance spesifik platform, termasuk pengakuan atas variasi tingkat literasi digital di antara aktor institusional dan pemanfaatan mekanisme personalisasi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan demikian, efektivitas komunikasi keamanan tidak semata ditentukan oleh pemilihan saluran, tetapi oleh keselarasan pesan dengan nilai, afeksi, dan gaya pemrosesan informasi Generasi Z. Hal ini mengimplikasikan pergeseran dari model komunikasi satu arah menuju pendekatan yang lebih interaktif dan partisipatif, yang memanfaatkan dinamika viralitas, logika algoritmik, dan pembentukan komunitas sebagai elemen konstitutif dari diskursus keamanan digital.

Namun demikian, pergeseran strategis ini juga mensyaratkan analisis kritis terhadap bias algoritmik dan rezim moderasi konten yang bersifat spesifik platform, mengingat faktor-faktor tersebut secara signifikan memengaruhi visibilitas, sirkulasi, dan integritas pesan keamanan. Pendekatan ini berangkat dari pemahaman bahwa Generasi Z tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi sebagai aktor digital yang memiliki kompetensi khas, termasuk literasi media sosial, kesadaran keamanan siber, dan kapasitas analitis berbasis data, yang semakin relevan dalam konteks operasi keamanan kontemporer. Oleh karena itu, integrasi

teknik persuasi digital dan strategi komunikasi yang dipersonalisasi menjadi krusial untuk mendorong keterlibatan dan partisipasi Generasi Z secara bermakna dalam inisiatif keamanan, khususnya melalui produksi konten yang bersifat autentik, informatif, dan sekaligus menghibur—format yang secara empiris terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan promosi konvensional.

4. Kesimpulan

Oleh karena itu, strategi komunikasi keamanan di masa depan perlu melampaui pendekatan konvensional dan beralih menuju orientasi digital-first yang tidak hanya adaptif secara teknologis, tetapi juga peka terhadap konteks kultural serta pola konsumsi media dan keterlibatan politik khas Generasi Z. Peralihan ini menuntut integrasi strategis platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang oleh Generasi Z diposisikan sebagai sumber utama konsumsi berita dan wacana publik, sering kali menggantikan media cetak tradisional. Ketergantungan generasi ini pada media sosial sebagai infrastruktur informasi utama secara signifikan membentuk identitas politik mereka sekaligus memfasilitasi praktik diskusi politik dalam ruang daring yang bersifat informal, berbasis relasi sebaya, dan sangat dipengaruhi oleh resonansi emosional serta persepsi keautentikan pesan. Efektivitas komunikasi keamanan dalam konteks ini bergantung pada kemampuan aktor negara dan institusi keamanan untuk memahami logika konsumsi informasi Generasi Z yang cenderung bersifat tidak disengaja (incidental news exposure) dan beroperasi dalam kerangka “berita menemukan saya” (news-finds-me perception), sehingga menuntut kehadiran digital yang proaktif, terdistribusi, dan kontekstual (Blum, 2024). Sejumlah studi menunjukkan bahwa pemanfaatan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube—terutama dalam situasi krisis seperti darurat kesehatan publik—dapat secara signifikan memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas pesan keamanan yang ditargetkan. Lebih jauh, pengembangan komunikasi keamanan yang relevan bagi Generasi Z mensyaratkan pemahaman terhadap sensitivitas informasi mereka yang dibentuk melalui kesadaran sosial, interpretasi kolektif, dan praktik berbagi data dalam ruang digital. Hal ini membuka ruang bagi pemanfaatan kompetensi digital yang melekat pada Generasi Z—seperti literasi media sosial dan kemampuan analisis data—sebagai bagian integral dari narasi keamanan nasional, bukan sekadar sebagai objek sosialisasi kebijakan. Integrasi tersebut berpotensi mentransformasikan Generasi Z dari penerima pasif pesan keamanan menjadi subjek aktif dalam produksi, negosiasi, dan artikulasi diskursus keamanan, sekaligus menegaskan kembali peran platform digital sebagai arena sentral pendidikan kewarganegaraan, mobilisasi politik, dan praktik keamanan sehari-hari dalam lanskap demokrasi kontemporer.

Daftar Pustaka

Abdullah, A., Mahadee, M., & Albani, A. (2018). At-Risk Generation Z: Values, Talents and Challenges. *International Journal of Asian Social Science*, 8(7), 373–378.

<https://doi.org/10.18488/journal.1.2018.87.373.378>

Alfaruqy, M. Z., Padmonurcahyo, A., & Salsabila, A. Z. (2022). Explaining the forms of generation Z 's political engagement : A study on generation Z in Semarang , Indonesia. *Simulacra*, 5(2), 99–112. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/sml.v5i2.17047>

Alić, M., & Sopić, L. (2025). Privacy Paradox and Generation Z. *34th IEEE International Conference on Robot and Human Interactive Communication (RO-MAN)*, 215–222. <https://ieeexplore.ieee.org/document/10159918>

Baghel, D. (2023). The Role of Influencer Authenticity and Brand Trust in Shaping Consumer Behavior: Strategies To Engage Generation Z. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(1), 1259–1271. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i1.2023.332>

Cadayday, B. A. R., Jimenez, D. M., & Boiser, S. M. (2025). Role of Social Media in the Political Landscape and Voting Decisions of Gen Zs in the Philippines. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 8(12), 720–730. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.8120059>

Chen, P., & Ha, L. (2023). Gen Z's social media use and global communication. *Online Media and Global Communication*, 2(3), 301–303. <https://doi.org/10.1515/omgc-2023-2006>

Dewi, E. A. S., Arifin, H. S., & Fuady, I. (2023). Nurturing Political Engagement: Political Communication Strategies for Generation Z in the Lead-up to the 2024 Election in West Java. *The Journal of Society and Media*, 7(2), 370–388. <https://doi.org/10.26740/jsm.v7n2.p370-388>

Dudija, N., & Apriliansyah, M. D. (2023). Psychological Well-Being among Generation Z employees : A Literature Review. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(8), 79–87. <https://doi.org/10.18535/ijsrn/v12i08.gp01>

Duffett, R. G. (2017). Influence of social media marketing communications on young consumers ' attitudes. *Emerald Publishing Limited*, 18(1), 19–39. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2016-00622>

Elkamis, M. (2024). Examination of social media usage habits of generation Z. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1370823>

Hassoun, A., Beacock, I., Consolvo, S., Goldberg, B., Kelley, P. G., & Russell, D. M. (2023). Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (April)*. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581328>

Imran, M. N. U., & Ferdous, J. (2025). *Cultivating Connections: Leveraging Digital Innovation to Engage Gen Z in Agricultural Marketing*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5171775

Jia, H., Wisniewski, P., Rosson, M. B., & Carroll, J. M. (2015). Risk-taking as a Learning Process for Shaping Teen 's Online Information Privacy Behaviors. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. <https://doi.org/10.1145/2675133.2675287>

Kusá, A., Matúšová, J. G., & Pátik, L. (2024). Entity's Communication Strategy in the Selected Segment Targeted at Gen Z. *Studies in Media and Communication*, 12(2), 215–226. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i2.6807>

Matthes, J. (2022). Social Media and the Political Engagement of Young Adults : Between Mobilization and Distraction. *Online Media and Global Communication*, 1(1), 6–22. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/omgc-2022-0006/html>

Medina, R. Z., Suminas, A., & Fahmy, S. S. (2023). Securing the Youth Vote : A Comparative Analysis of Digital Persuasion on TikTok Among Political Actors. *Media and Communication*, 11(2), 218–231. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/6348/3105>

Meret, C., Fioravanti, S., Iannotta, M., & Gatti, M. (2018). The Digital Employee Experience: Discovering Generation Z. *Digital Technology and Organizational Change*, 23. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-62051-0_20

Pierce, A., & Payne, C. (2018). *How Do Communication Modalities Influence Intergenerational Communication ?* 6(3). <https://digitalcommons.csp.edu/comjournal/vol6/iss1/3/>

Postolov, K., Sopova, M. M., & Iliev, A. J. (2017). E-Learning in the Hands of Generation Y and Z. *POSLOVNA IZVRSNOST ZAGREB*, 107–120. <https://hrcak.srce.hr/192702>

Samalis, A., Spyropoulos, A. Z., Makris, G. C., Bratsas, C., Veglis, A., Tsiantos, V., Baliou, A., Garoufallou, E., & Ventouris, A. (2023). Data Journalism and Network Theory: A Study of Political Communication through X (Formerly Twitter) Interactions. *Journalism and Media*, 1141–1168. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/journalmedia4040073>

Sarhour, K. (2025). The Influence of Persuasion Knowledge Activation on Gen Z Purchase Decisions : A Comparative Analysis of User-Generated Content and Macro-Influencer Marketing. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 9(1), 4965–4976. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>

Sarjito, A. (2024). From Social Media To The Defense Field: An Exploration of Gen Z's Role in National Security. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, 1(3), 511–524. <https://journal.ppmi.web.id/index.php/jogapa/article/view/994/720>

Siagian, N. R., & Yuliana, N. (2024). The Role of Social Media in Generation Z Communication. *Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation*, 2(1), 1–10. <https://www.ijari.publicascientificsolution.com/index.php/rv/article/view/27/80>

Theocharis, D., Tsekouopoulos, G., Chatzigeorgiou, C., & Kokkinis, G. (2025). Empirical Categorization of Factors Affecting Online Consumer Behavior of Gen Z Regarding Newly Launched Technological Products and Moderating Impact of Perceived Risk. *Behavioral Sciences*, 15, 1–28. <https://www.mdpi.com/2076-328X/15/3/371>

Tirocchi, S. (2024). Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, January. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>

Venter, E. (2017). Bridging the communication gap between Generation Y and the Baby

Boomer generation. *International Journal of Adolescence and Youth*, 38(43), 1–11.
<https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1267022>

Yunusaliev, N. (2024). *Influence of modern HR software , authentic emotional storytelling as well as clear values and vision/mission statement of an employer on successful Social Media Recruitment Campaigns with a focus on Gen Z in Germany* . Hochschule Fresenius University of Applied Sciences.