

ABSTRAK

Dwi Puji Purwanto, 2040510025, Strategi Komunikasi Politik Pasangan Capres Dan Cawapres Dalam Menarik Minat Suara Gen Z Pada Pilpres 20204, Studi Kasus Kabupaten Pati.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Strategi Komunikasi Politik Pasangan Capres dan Cawapres Dalam Menarik Minat Suara Gen Z Pada Pilpres. Terdapat 3 pasangan calon presiden dan wakil presiden yang akan dijelaskan bagaimana strategi komunikasi politik yang pasangan Capres dan Cawapres gunakan. Strategi komunikasi politik tersebut untuk menambah wawasan Gen Z dalam menghadapi dinamika politik pada era digital. Selain itu terdapat juga karakteristik yang berbeda-beda pada setiap pasangan calon yang dapat memengaruhi minat suara Gen Z dalam memilih calon pemimpin.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dimana penelitian memanfaatkan data kualitatif dan penulis menjabarkan secara deskriptif. Metode tersebut digunakan untuk menganalisis kejadian dan keadaan sosial Gen Z dalam menghadapi strategi komunikasi politik Capres dan Cawapres. Teknik pengumpulan data didapatkan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu subjek penelitian menggunakan pengumpulan data yang digunakan secara langsung berdasarkan hasil wawancara agar data yang digunakan valid. Informan pada penelitian ini yaitu Bapak Zainal sebagai anggota partai PDI-P, Bapak Zainurin sebagai anggota partai Nasdem, Mbak Vina sebagai siswi pendukung paslon 01, Mas Slamet Sebagai pendukung paslon 02, dan Mas Anam sebagai pendukung paslon 03.

Hasil penelitian ini akan membahas secara keseluruhan terkait strategi komunikasi politik yang digunakan pasangan Capres dan Cawapres untuk menarik minat suara Gen Z, dan membahas tentang karakteristik pemimpin Ideal menurut Gen Z. Selain itu terdapat beberapa temuan penting yang akan dijelaskan sebagai berikut: strategi komunikasi politik pasangan Capres dan Cawapres dalam menarik minat suara Gen Z terfokus pada sosial media, Kampanye akbar yang dilakukan di Kabupaten Pati hanya dilakukan oleh paslon 02 dan 03 sedangkan paslon 01 tidak memiliki cukup waktu dan dana, karakteristik pemimpin yang ideal pada tiap calon memiliki karakteristik yang berbeda namun terdapat beberapa yang terbilang mirip antara yang satu dengan pasangan lain.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Politik, Pemilihan Umum, Gen Z