

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Penelitian ini akan membahas dan menjelaskan terkait potensi yang dimiliki dan dihasilkan oleh kelompok Gen Z dalam pemilihan umum calon presiden dan calon wakil presiden. Penjelasan terkait Gen Z menimbulkan berbagai macam prasangka berupa harapan dan juga kekhawatiran dalam pemilihan umum. Melalui relasi komunikasi politik dari elit politik capres dan cawapres di pemilu 2024 untuk menarik suara dari kelompok Gen Z di Indonesia. Dengan adanya sosialisasi dan edukasi politik untuk kelompok Gen Z, berguna menghasilkan kelompok pemilih yang cerdas dalam menentukan pilihannya di pemilu.<sup>1</sup>

Gen Z adalah suatu generasi yang tumbuh dan berkembang di masa dunia yang serba digital dan modern, mayoritas dari kelompok tersebut telah bermain dan memiliki gadget secara mandiri ataupun menggunakan punya orang tua. Secara umum kelompok Gen Z telah memiliki handphone pertama mereka pada saat memasuki usia 10 tahun.<sup>2</sup> Maka tidak heran apabila mereka begitu dekat dan lengket dalam menggunakan handphone, bahkan tidak heran apabila sebagian besar waktu mereka dalam sehari digunakan untuk bermain handphone. Walaupun begitu, Gen Z adalah kelompok yang unggul dalam pengelolaan keuangan pribadi dibandingkan dengan kelompok generasi sebelumnya. Selain itu Gen Z merupakan kelompok yang open-minded dan dapat menerima perbedaan yang ada di ruang lingkup masyarakat.

Arti penting Gen Z dalam pemilu adalah suatu kelompok yang memiliki peran penting dalam menentukan kemenangan dalam pemilu. Maka tidak heran apabila capres-cawapres diharuskan memiliki komunikasi politik yang baik dan unik untuk menarik suara Gen Z. Ketika akan diadakannya Pemilihan Umum tahun 2024 untuk pemilihan capres dan cawapres, Gen Z merupakan kelompok yang memiliki keunggulan lebih dalam teknologi dan akses informasi tentang dunia politik, akan tetapi Gen Z memiliki pengalaman yang sangat minim dalam ikut serta berpolitik di pemilihan umum.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Nurhasim, M. Pemilu Kita Masa Depan Kita, Memaknai Pemilu Lintas Generasi 2024.

<sup>2</sup> Annur, C. M. (2022b). Survei: Pecandu Internet Terbanyak dari Kalangan Gen Z. Databoks.Katadata.Co.Id.

<sup>3</sup> Wolfsfeld, G., Yarchi, M., & Samuel-Azran, T. (2015). Political Information Repertoires and Political Participation. *New Media & Society*, 18(9), 1–20.

Apabila dilihat berdasarkan undang-undang No. 10 Tahun 2008 yang membahas terkait Pemilih pemula di pemilihan umum pada bab IV pasal 19 ayat 1 dan 2 menyatakan bahwa: pemilih pemula merupakan warga negara Indonesia yang telah berumur 17 tahun atau lebih, sudah atau belum pernah menikah yang memiliki hak pilih, dan pertama kalinya ikut serta dalam pemilihan umum sesuai ketentuan UU Pemilu.<sup>4</sup> Pemilih pemula itu sendiri merupakan suatu kelompok yang masih tergolong dalam anggota Gen Z sesuai kriteria umur yang ditetapkan.

Selain itu berdasarkan pendapat dari rumah pintar pemilihan umum yakni KPU RI, menyatakan bawah Gen Z adalah kelompok masyarakat yang telah memasuki usia 17 tahun atau lebih, dan memiliki hak untuk menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum. Gen Z yang memiliki hak suara biasanya memiliki umur sekitar 17 hingga 27 tahun yang dimana mereka merupakan mayoritas yang sedang menempuh pendidikan tinggi, pekerja berusia muda, ataupun masyarakat lulusan sekolah SMA dan SMK.<sup>5</sup>

Menurut Jendral Basuki Rahmat dalam penelitiannya yang membahas tentang Gen Z dalam pemilihan umum di Indonesia, Gen Z memiliki beberapa kriteria yang dibagi menjadi 3 kategori sebagai berikut:

Pertama, kriteria pemilih rasional maksudnya adalah Gen Z yang menentukan suara untuk pilihan politiknya berupa capres atau cawapres secara rasional menggunakan analisis dan pikiran yang kritis terhadap calon yang dipilih. Dengan mudahnya kelompok Gen Z dalam mengakses informasi di internet, tidak heran apabila informasi yang mereka miliki terkait capres dan cawapres sangat luas. Sehingga mayoritas kelompok tersebut lebih mudah menggunakan suara pilih dengan rasional dan tidak termakan hoax yang beredar.

Kedua, kriteria pemilih kritis emosional dari Gen Z adalah suatu kelompok yang memiliki karakteristik pemilih bersifat idealis dan tidak suka adanya kompromi terhadap hak suaranya. Mereka lebih mengutamakan emosi pribadi yang digunakan dengan berpikir kritis, sehingga hasil suara yang diberikan merupakan murni dari hati nurani pribadi masing-masing.

---

<sup>4</sup> Undang-Undang (UU) Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.

<sup>5</sup> KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial. <https://databoks.katadata.co>

Ketiga, kriteria pemilih pemula baru dari Gen Z adalah suatu anggota dari kelompok tersebut yang benar-benar baru atau pertama kali memiliki hak suara dalam pemilihan umum karena baru memasuki usia minimal dalam pemilihan umum sesuai dengan UU pemilu yang berlaku. Hal tersebut merupakan kejadian yang wajar karena sebagian anggota Gen Z termasuk dalam pemilih pemula.

Gen Z merupakan kelompok pemilih yang penting bagi sebagian kalangan, karena memiliki pengetahuan ataupun wawasan politik yang tidak cukup memadai dan pengalaman yang kurang dibandingkan dengan pemilih millennial. Besar harapannya kelompok Gen Z dapat menjadi pemilih yang cerdas, berpikir kritis, memahami pentingnya berdemokrasi, serta mampu memperjuangkan hak suaranya di pemilu dengan profesional. Pada umumnya Gen Z merupakan kelompok pemilih yang memiliki corak berupa pemilik visual, penggunaan teks yang bersifat kuno dan tidak kreatif umumnya tidak menarik bagi kelompok pemilik pemula.<sup>6</sup>

Sebagian besar kelompok Gen Z mengekspresikan pilihannya dalam berpolitik dengan berbagai macam ekspresi. Pada umumnya, Gen Z di Indonesia cukup jarang secara leluasa menunjukkan pilihan suara yang diberikan terhadap calon yang dipilih. Namun ketika terdapat kekecewaan terhadap suatu fenomena politik tertentu yang sedang terjadi, memilih pemula akan turut serta menyebarkan keresahan sosial melalui konten atau opini yang ditunjukkan melalui media sosial. Ketika Gen Z mengalami perkembangan maka akan terjadi suatu fenomena magnetik politik bagi para capres dan cawapres yang ingin mendapatkan suara kelompok Gen Z. Hal tersebut disebabkan karena pemilik pemula baru pertama kalinya ikut serta dalam proses pemilihan, orientasi kelompok Gen Z akan menjadi sasaran empuk bagi capres dan cawapres dalam mendapatkan suara Gen Z.

Strategi komunikasi politik merupakan sarana penting yang dapat digunakan oleh pasangan capres dan cawapres untuk menarik minat suara Gen Z yang terbilang banyak. Penggunaan komunikasi politik oleh Capres Anies Baswedan sangat penuh retorika dalam penyampaiannya, sedangkan dari Capres Prabowo Subianto menggunakan penggunaan bahasa yang tegas, singkat dan jelas, selain itu untuk Capres Ganjar Pranowo menggunakan komunikasi politik yang ramah, jelas dan tidak berbelit-belit.

---

<sup>6</sup> Rakhman, Moh. A., & Haryadi. (2019). Perilaku dan Partisipasi Politik Generasi Z. JISIP, UNJA, 3(1), 29–40.

Setiap pasangan Capres dan cawapres memiliki gaya komunikasi politik yang berbeda-beda, apa yang disampaikan terkadang disesuaikan dengan siapa yang mendengarkan. Mereka berlomba-lomba menarik minat suara Gen Z dengan tema yang disukai kelompok Gen Z, namun menggunakan penggunaan bahasa yang berbeda. Sehingga tidak heran apabila isu politik saat ini lebih berfokus kepada strategi komunikasi politik Capres dan cawapres. Pada pemilihan presiden kali ini Gen Z menjadi sasaran utama dalam menambah jumlah pendukung tiap pasangan untuk mendapatkan kemenangan dalam pemilu.

Daftar pemilih tetap (DPT) pada pemilihan umum 2024 di Kabupaten Pati terutama kelompok Gen Z mendapatkan jumlah pemilih yang fantastis sebesar 214.685 jiwa dari total jumlah jiwa DPT pemilu yang sebesar 1.037.584 jiwa membuat Gen Z mendapatkan posisi ketiga dari jumlah mayoritas terbanyak dari tiap kelompok. Detail jumlah daftar pemilih tetap atau DPT dalam pemilihan umum yang akan berlangsung di tahun 2024 dapat dilihat dari gambar yang dibuat oleh KPU sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**DPT Pemilu 2024**

No	Kelompok	Jumlah
1	Pre-boomer (Lahir sebelum 1945)	20.788 orang
2	Baby boomer	176.274 orang
3	Gen X	304.649 orang
4	Gen Milenial	321.188 orang
5	Gen Z	214.685 orang

Sumber: KPU Kabupaten Pati

Maka dari itu penelitian ini menjadi pembahasan yang sangat menarik dengan berbagai macam alasan yang telah dijelaskan di atas, selanjutnya peneliti akan menjelaskan hal-hal atau alasan yang melatarbelakangi peneliti memilih judul “Strategi Komunikasi Politik Pasangan Capres dan Cawapres Dalam Menarik Minat Suara Gen Z Pada Pilpres 2024” sebagai berikut:

Pertama, kelompok Gen Z adalah salah satu kelompok mayoritas yang terdaftar di daftar pemilih tetap (DPT) dalam Pilpres dengan jumlah 214.685 jiwa. Kelompok Gen Z menjadi kelompok mayoritas terbanyak dengan nomor urut ketiga, sehingga jumlah nilai suara mereka sangat mempengaruhi kemenangan capres-cawapres yang dipilih oleh kelompok tersebut. Banyaknya jumlah kelompok Gen Z membuat peneliti tertarik membahas skripsi dengan tema Gen Z dalam pemilihan presiden.

Kedua sebagian besar anggota dari kelompok Gen Z adalah pemilih pemula, yang dimana merupakan warga negara Indonesia yang baru pertama kali ikut serta dalam pemilihan umum (Pilpres). Sebesar 21% dari total 214.685 jiwa pada kelompok Gen Z adalah pemilih pemula, pemilih pemula memiliki hak suara yang berharga, akan tetapi minim akan pengalaman dalam dunia politik membuat minat pilih mereka mudah diubah atau dihasut. Sehingga perlu diberikan edukasi politik yang baik untuk memahami pentingnya demokrasi dalam pemilu. Penelitian ini akan menjadi sarana yang baik untuk pemilih pemula atau Gen Z dalam menghadapi pemilihan umum yang akan terjadi selanjutnya.

Ketiga, topik yang dibahas pada penelitian ini masih sedang panas-panasnya, mengingat pemilihan presiden 2024 akan dilaksanakan pada bulan Februari. Merupakan hal normal untuk peneliti menggunakan topik yang viral terbaru dalam penelitian, terutama terkait penelitian skripsi. Selain itu topik Pilpres sedang dipenuhi oleh perang pendapat baik oleh tokoh politik ataupun oleh masyarakat itu sendiri. Sehingga peneliti mengambil tema yang urgent sesuai dengan fenomena masa terbaru yang sedang terjadi di Indonesia.

Keempat, walaupun pemahaman dunia politik yang dimiliki oleh Gen Z belum cukup luas, akan tetapi akses informasi dan kemajuan teknologi kelompok tersebut terbilang tinggi membuat kelompok Gen Z sadar akan kondisi bangsa Indonesia dalam berdemokrasi, dengan begitu kesadaran untuk berpartisipasi dalam dunia politik akan mulai terbentuk. Sehingga peneliti rasa layak untuk meneliti lebih dalam, bagaimana respon Gen Z dalam menghadapi komunikasi politik dari tiap capres dan cawapres.

Kelima, Gen Z merupakan calon pemimpin bangsa sudah sewajarnya menentukan arah berpolitik yang baik dan benar untuk kemajuan negara Indonesia kedepannya. Hal tersebut yang menyebabkan Gen Z menjadi sarana penting untuk mendapatkan suara lebih besar dalam pemilihan presiden. Peneliti berharap penelitian ini memberikan manfaat yang luar biasa untuk perkembangan Gen Z kedepannya dalam dunia politik. Sehingga masa depan bangsa Indonesia akan dipegang oleh para generasi bangsa yang cerdas, kritis, dan amanah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, peneliti menyadari bahwa terdapat pentingnya pendalaman ilmu komunikasi politik dalam menarik suara gen Z sebagai salah satu kelompok di dalam pesta demokrasi. Khususnya di pemilihan presiden untuk tahun 2024 selanjutnya, Selain itu pada penelitian ini

peneliti menggunakan tema dengan judul, yaitu “Strategi Komunikasi Politik Pasangan Capres dan Cawapres dalam menarik Minat Suara Gen Z Dalam Pemilihan Presiden 2024”.

### **B. Fokus Penelitian**

Pada umumnya fokus penelitian memiliki manfaat untuk dapat memberikan pembatasan terhadap objek penelitian yang peneliti gunakan, Selain itu manfaat lainnya adalah dapat mencegah politik terjebak dan atau bingung pada banyaknya data yang telah diperoleh di lapangan. Maka dari itu fokus penelitian sudah seharusnya diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang telah diperoleh dari keadaan sosial yang sesuai dengan tema penelitian, untuk dapat melakukan pembatasan terkait studi kualitatif bersamaan dengan memudahkan untuk memilih data yang lebih relevan dan efektif dalam penelitian. (Sugiyono 2017;207) pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi dan reabilitas masalah yang akan dipecahkan. Penelitian ini difokuskan meliputi strategi komunikasi politik Capres dan cawapres dalam menarik minat suara Gen Z dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat suara Gen Z dalam pemilu 2024.

### **C. Rumusan Masalah**

Agar penelitian fokus dan terarah, peneliti memfokuskan permasalahan penelitian ini melalui pertanyaan berikut, yaitu:

1. Bagaimana strategi komunikasi politik pasangan Capres dan cawapres dalam menarik suara Gen Z di Pemilihan Presiden 2024?
2. Jelaskan Karakteristik seorang pemimpin yang mempengaruhi keputusan akhir Gen Z untuk memberikan suara mereka di Pemilihan Presiden 2024?

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan Bagaimana strategi komunikasi politik pasangan Capres dan cawapres dalam menarik suara Gen Z di Pemilihan Presiden 2024.
2. Untuk mengetahui karakter seorang pemimpin yang mempengaruhi keputusan akhir Gen Z dalam memberikan suara kepada Capres dan Cawapres yang di pilih pada Pemilihan Presiden 2024?

### **E. Manfaat Penelitian**

Sebagai suatu penelitian yang berpegang teguh atas asas manfaat, maka Peneliti membagi manfaat penelitian ini menjadi ke dalam dua bagian sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Peneliti berharap penelitian yang dibuat dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu politik, khususnya dalam memperluas kajian tentang komunikasi politik bagi para pembaca. Sehingga dengan bertambahnya wawasan pembaca terutama Gen Z dapat membuat pemilihan presiden berlangsung dengan semaksimal mungkin. Mengingat wawasan yang bertambah lebih dalam terkait komunikasi politik, besar harapannya dapat memberikan manfaat besar untuk Gen Z dalam menentukan pilihan suara yang akan diberikan kepada Capres dan cawapres di Pilpres kedepannya.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap hasil dari penelitian yang telah diteliti dapat memberikan suatu manfaat berupa informasi kepada pembaca ataupun masyarakat terkait komunikasi politik capres dan cawapres di pemilihan presiden. Selanjutnya informasi dan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi politik capres dan cawapres dapat dijadikan suatu dorongan dalam menentukan pilihan suara yang akan diberikan untuk kemajuan negara Indonesia kedepannya. Selain itu apabila penagihan dan hipotesis ini telah diterima ke depannya, maka strategi komunikasi politik pada penelitian ini dapat menjadi suatu landasan atau contoh penelitian yang berguna untuk menarik suara kelompok pemilih Gen Z dalam pemilu.

## **F. Sistematika Penulisan**

Skripsi yang peneliti buat memiliki suatu tujuan untuk dapat mempermudah pemahaman kita, baik saya sebagai seorang penulis dan bagi pembaca dari skripsi yang penulis buat. Penelitian ini diharapkan dapat membuat kita menjadi suatu kepribadian yang lebih baik lagi dalam menghadapi pemilihan umum. Oleh sebab itu saya sebagai penulis akan menyusun suatu sistematika penelitian yang cukup unik, agar pembaca dapat tertarik membaca dan mudah memahami apa yang akan dijelaskan di bab selanjutnya. Sistematika yang telah peneliti buat memiliki suatu bagian umum berupa bagian awal, bagian utama, serta terdapat bagian akhir pada penelitian yang dibuat. Untuk penjelasan sistematika dari penelitian ini secara lengkap akan dijelaskan sebagai berikut:

1. BAB I merupakan pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. BAB II merupakan landasan teori, yang mencakup deskripsi teoritik tentang komunikasi politik, deskripsi teoritik unsur-unsur komunikasi politik, komunikasi politik dalam pandangan Islam, deskripsi tentang Gen Z, teori tentang pemilu, dan dilanjutkan dengan pembahasan terkait penelitian terdahulu, lalu diakhiri dengan pembahasan mengenai kerangka berpikir.
3. BAB III tentang metode penelitian, yang berisi jenis dan pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data-data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.
4. BAB IV berisi hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian.
5. BAB V merupakan penutup, meliputi: kesimpulan, saran dan penutup.

Adapun bagian akhir, dibuat sedemikian rupa yakni sebagai berikut: daftar pustaka, biodata peneliti, dan lampiran-lampiran.

