



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO



Komunikasi Politik Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dengan Pemilih Muda Gen Z

Muhammad Bilal Nur Hidayah

202022000026

Dosen Pembimbing : Dr. Sufyanto, M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Bisnis Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

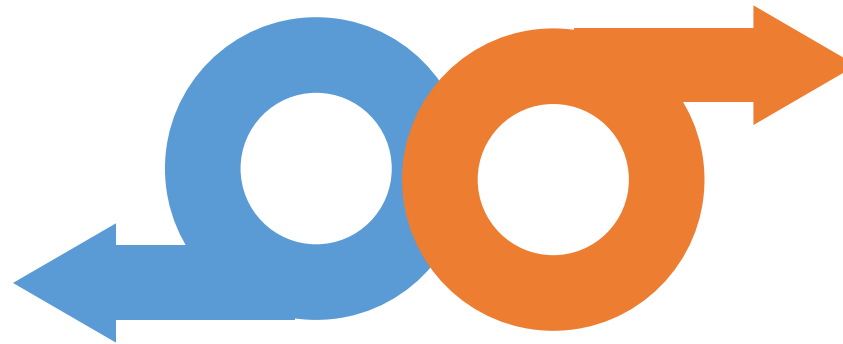
PENDAHULUAN

Proses Pemilu tahun 2024 diharapkan dapat memberikan ruang bagi partisipasi aktif dari masyarakat dalam menentukan arah dan kebijakan politik yang diinginkan. Terlebih lagi cukup ramai pemilih baru dari generasi Z yakni kelompok muda dengan tahun kelahiran 1995-2010.

Menurut Undang-undang No. 7 tahun 2017, yakni Lembaga yang menangani masalah pemilu ialah KPU, Bawaslu, dan DKPP. Pada UU tersebut juga mengatur tentang partisipasi Masyarakat serta yang memiliki hak untuk memilih ialah seluruh lapisan Masyarakat yang sudah berumur 17 tahun.



Daftar Pemilih Tetap (DPT) nasional yang berjumlah 204 juta pemilih untuk pelaksanaan Pemilihan Umum tahun 2024, yang mana angka tersebut didominasi oleh pemilih muda Gen Z. [2]. Jumlah pemilih Gen Z sebanyak 46 juta pemilih atau 22% dari total DPT yang sudah ditetapkan oleh KPU.



Daftar pemilih tetap (DPT) Kabupaten Sidoarjo sebanyak 1,4 juta pemilih secara keseluruhan. Jumlah pemilih Gen Z Kabupaten Sidoarjo mencapai 254 juta pemilih.

Tabel 1. Jumlah dari Golongan Generasi yang ada di Sidoarjo

Generasi	Jumlah	Persentase
Pre Boomer (>1945)	17.430	1%
Baby Boomers (1946-1964)	209.322	14%
Gen X (1965-1980)	455.109	31%
Milenial (1981-1996)	468.090	32%
Gen Z (1997-2012)	311.691	21%
TOTAL	1.461.642	100%

Sumber: Diolah oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) Kabupaten Sidoarjo, (2023)

•Tabel 2. Rekapitulasi Jumlah Pengguna Media Sosial 3 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah
2021	175 Juta Jiwa
2022	191 Juta Jiwa
2023	167 Juta Jiwa

Sumber: Indonesian Digital Report

PENDAHULUAN

Rumusan Masalah

- Bagaimana komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z?

Tujuan Penelitian

- Untuk mendeskripsikan serta menganalisis terkait komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z.

Manfaat Penelitian

- untuk mendorong partai politik supaya terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren digital yang sedang digemari generasi Z guna memperkuat citra dan reputasi partainya
- Meningkatkan kesadaran partai politik akan pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang strategis dalam mencapai dukungan dari generasi Z.

PERMASALAHAN

Permasalahan

Pengguna media sosial didominasi oleh Gen Z. Hal tersebut menjadi tantangan baru bagi seluruh parpol terutama partai Gerindra. Baik dari pengurus hingga seluruh anggota parpol harus melek sosial media dan memanfaatkannya dengan baik.

LANDASAN TEORI

- Teori komunikasi politik yang dikemukakan oleh Wahid. Teori tersebut menjelaskan bahwa Komunikasi politik merupakan satu aspek penting dalam kehidupan politik suatu negara. Hal ini karena melalui komunikasi politik, para pemimpin politik dapat menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat mengenai kebijakan-kebijakan yang telah diambil atau akan diambil, serta mempengaruhi opini publik mengenai pemerintahan dan kekuasaan yang ada. Menurut Wahid, komunikasi politik terdiri dari beberapa elemen krusial, yakni komunikator politik, pesan, persuasi, media, audiens, dan dampak pesan

PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama Penulis	Judul	Teori	Hasil
1	Nina Andriana (2022)	Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial Sebagai Salah Satu Alat Komunikasi Politik Untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI	Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi politik didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan dan kebijakan pemerintah (Wahid, 2018)	Dari hasil penelitian, terdapat perbedaan pandangan antara kedua partai terkait pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi politik. PDI-P menganggap media sosial sebagai alat untuk memperkuat citra partai, sedangkan PSI memandang media sosial sebagai media untuk bertukar pikiran dengan publik.
2	Nureza Ade Saputra, Dewi Erowati (2021)	Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Muda di Kota Semarang	-	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kampanye media sosial dan tindakan pemilih muda, dengan koefisien regresi yang signifikan sebesar 0,792. Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang tinggi dengan nilai F hitung sebesar 120.636, melebihi nilai F tabel yang sebesar 2.96. Maka, dapat disimpulkan bahwa peran sosial media dalam tahapan pemilu berpengaruh secara signifikan kepada golongan pemilih muda..
3	Mohammad Ichlas El Qudsi, Ilham Ayatullah Syamtar (2020)	Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)	Penelitian ini menggunakan (Teori Determinisme Teknologi) Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan melalui tulisannya yang bertajuk The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man pada tahun 1962. Asumsi dasar yang ditawarkan adalah bahwa konsekuensi dari penggunaan suatu teknologi oleh masyarakat, pada akhirnya akan mempengaruhi keberadaan manusia itu sendiri. .	Berdasarkan temuan penelitian ini, empat profil Gen Z dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi politik teridentifikasi, yaitu Pengguna Tidak Terlibat, Pengguna yang Dikecualikan, Pengguna Pasif, yang bergantung pada hubungan antara orientasi politik dan tingkat efikasi yang dimiliki

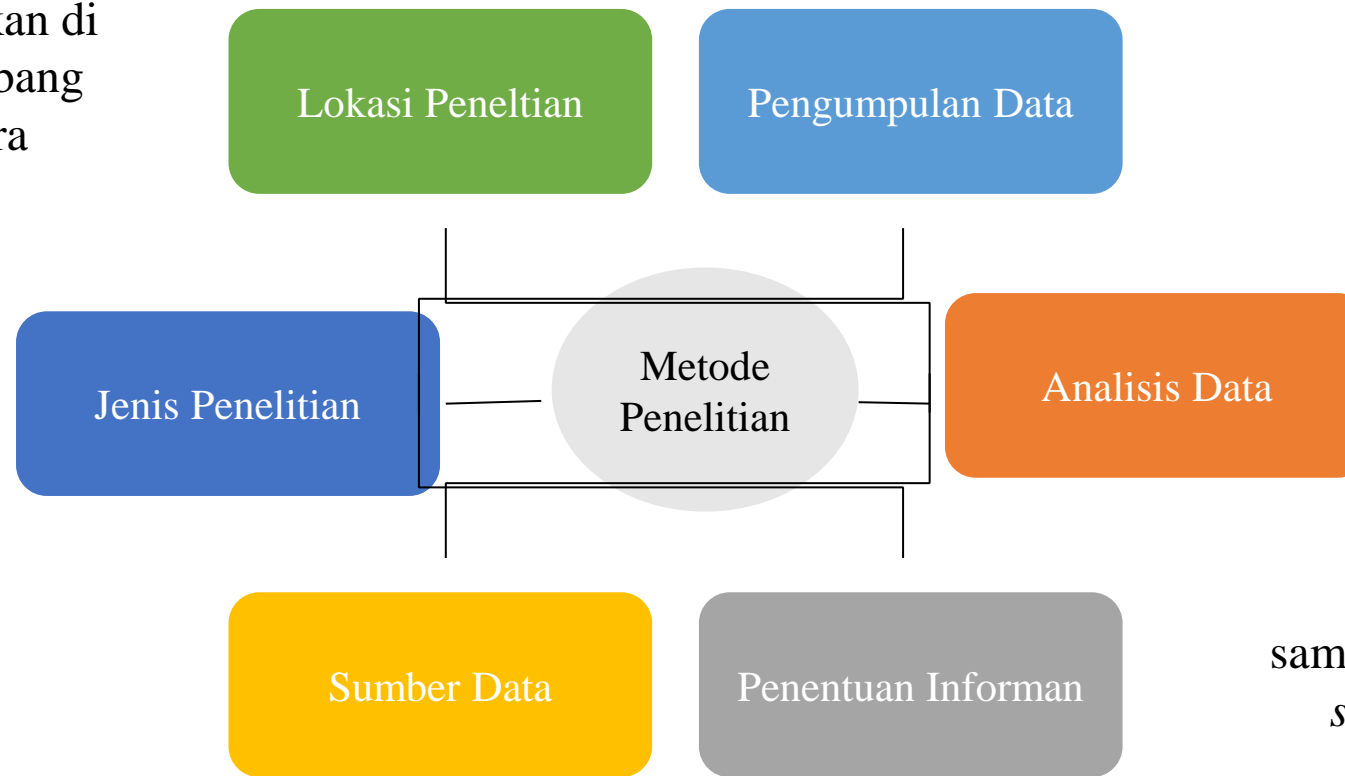
METODE PENELITIAN

5

Penelitian ini dilakukan di Dewan Pimpinan Cabang Partai Politik Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

Pendekatan kualitatif yaitu bersifat deskriptif yang berupa kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku manusia yang dapat diamati

- Data Primer (Observasi, Wawancara, Dokumentasi)
- Data Sekunder (Penelitian terdahulu, arsip dokumen, dll)



Wawancara, Observasi, Dokumentasi

Menurut Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga langkah pertama, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan

Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau syarat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk mengukur dampak konkret dari komunikasi politik Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dengan pemilih muda Gen Z terhadap peningkatan partisipasi politik mereka, dan juga untuk mengeksplorasi strategi komunikasi politik yang lebih efektif bagi kalangan pemilih muda Gen Z. Berdasarkan hasil analisis dari data penelitian yang di dapatkan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi Upaya Komunikasi Politik Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dengan Pemilih Muda Gen Z dapat diukur dengan teori Komunikasi yang dikemukakan oleh Wahid yang memiliki beberapa aspek seperti komunikator politik, pesan, media, khalayak dan efek pesan.

PEMBAHASAN

1) Komunikator Politik

Semua yang turut serta dalam proses penyampaian pesan dianggap sebagai komunikator politik. Komunikator politik ini menduduki peran sosial utama, terutama dalam proses penciptaan opini publik. Kondisi yang terjadi dilapangan pada saat observasi jika dihubungkan dengan teori komunikasi upaya komunikasi partai gerindra dapat dikatakan telah sesuai dengan yang dinyatakan oleh Wahid. Komunikator politik dapat dikatakan berhasil jika mampu memberikan pesan secara jelas dan efektif kepada audiens mereka. Dalam hal ini, anggota partai gerindra kabupaten Sidoarjo juga bisa berkomunikasi dengan berbagai kelompok masyarakat, memahami apa yang dibutuhkan oleh masing-masing kelompok, serta mampu menyampaikan pesan mereka dengan cara yang persuasif.

Gambar 1. Tim Sukses Partai Gerindra Sidoarjo melakukan senam Bersama



Sumber: Kabarsidoarjo.com

PEMBAHASAN

2) Pesan Politik

Pesan politik merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator politik. Pesan dalam aktivitas komunikasi politik mencakup pesan informasi seperti kebijakan yang hanya disebarkan melalui media massa atau media sosial. Kedua, pesan informatif pesan yang sesuai dengan kenyataannya disertai dengan penjelasan yang mendukung. Ketiga, pesan persuasif, yakni pesan yang disampaikan dengan tujuan untuk memberikan pengaruh kepada audiens.

Upaya yang dilakukan Partai gerindra Kabupaten Sidoarjo untuk menyampaikan pesan politik jika dihubungkan dengan teori komunikasi yang diusung oleh Wahid dapat dikatakan telah sesuai dengan indikator. Pesan politik yang berhasil adalah pesan yang memiliki tingkat penerimaan yang tinggi dari masyarakat, mampu memotivasi individu untuk bertindak, serta mampu meningkatkan dukungan terhadap partai atau calon yang membawakan pesan tersebut. Dalam konteks ini, tampak bahwa Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah berhasil mendapatkan dukungan yang besar dari masyarakat, khususnya dari generasi Z.

PEMBAHASAN

3) Media Politik

Media politik merupakan instrumen dan fasilitas yang mempermudah komunikator politik dalam menyampaikan pesan politik kepada penerima pesan, media politik dapat diteruskan melalui perorangan, lembaga, media massa, dan platform media sosial. partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dalam menggunakan media untuk menyampaikan pesan politik jika dihubungkan dengan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Wahid dapat dikatakan telah sesuai. Parat Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah menggunakan media sosial berupa Whatsapp, Instagram, Twitter, dll untuk memperkenalkan calon presiden dan wakil presiden, calon legislatif.

PEMBAHASAN

4) Khalayak Politik

Khalayak politik merupakan kelompok individu atau entitas yang secara aktif menerima, memproses, dan merespons pesan atau informasi politik yang disampaikan oleh komunikator politik. Ini termasuk orang-orang yang terlibat dalam proses politik, seperti pemilih, aktivis politik, anggota partai politik, dan media massa.

Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo sesuai dengan teori komunikasi yang dijabarkan oleh Wahid terkait indikator Khalayak Politik. Hal ini dapat dilihat dari aktifnya anggota partai politik dan aktivis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat umum dan pemilih muda. Respons yang positif dari masyarakat umum dan pemilih muda terhadap informasi yang disampaikan oleh partai Gerindra menunjukkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh partai ini efektif dan berhasil dalam menyampaikan pesan yang mereka sampaikan.

PEMBAHASAN

5) Efek Pesan

Dalam konteks proses pemilu, tujuan utama dari aktivitas komunikasi politik adalah meningkatkan dukungan publik terhadap partai politik atau kandidat yang sedang dicalonkan, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah suara yang diterima pada hari pemungutan suara. Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo berhasil dalam mengkomunikasikan pesan politik mereka kepada masyarakat dengan baik. Pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan indikator-indikator yang diungkapkan oleh Wahid, yaitu jelas, konsisten, dan mampu memberikan dampak yang positif bagi penerima. Hal ini membuktikan bahwa partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi politik dan mampu meraih dukungan masyarakat. Hal ini terbukti dari perolehan suara terbanyak yang diperoleh oleh Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, terutama dari Bakal Calon Presidennya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan terkait Upaya komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z melalui akun Instagram @Gerindrasidoarjo, maka dapat didapatkan Kesimpulan yakni Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo berperan sebagai agen komunikasi politik yang efektif dalam menyampaikan pesan politiknya kepada media massa dan khalayak, sehingga mencapai efek pesan yang sesuai dengan harapan yang disampaikan oleh Wahid. Akan tetapi, partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo masih memiliki hambatan dalam melakukan sosialisasi, seperti masih ada beberapa daerah di Sidoarjo yang mengalami kendala susah jaringan. Sehingga, anggota partai maupun tim sukses harus turun ke desa-desa yang susah jangkauan internet.

DAFTAR PUSTAKA

1. t. l. n. r. indonesia, "Undang-undang Nomor 7 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum menjadi Undang-Undang," *Sekretaris Negara*, 2022.
2. KPU, "Penetapan rekapitulasi daftar pemilih tetap tingkat nasional dalam penyelenggaraan Pemilihan Umum tahun 2024," *Keputusan Komisi Pemiihan Umum Nomor 857 tahun 2023*, pp. 1-5, 2023.
3. KPU, "55% Pemiih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024," Komisi Pemilihan Umum, Jakarta , 2023.
4. D. O. Andriyendi, "Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada," *Journal of Education, Cultural and Politics*, pp. 2798-6020, 2023.
5. N. Andriana, "Pandangan Partai Politik Terhadap Media Sosial sebagai Salah Satu Alat Komunikasi untuk Mendekati Pemilih Muda (Gen Y dan Z): Studi Kasus PDI-P dan PSI," *Jurnal Penelitian Politik*, pp. 51-65, 2022.
6. N. A. Saputra, "Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang," *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, pp. 845-852, 2021.
7. M. I. El Qudsi, "Instagram Dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)," *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, p. 167, 2020
8. P. Ajif, "Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga," *Jurnal Penelitian*, pp. 31-40, 2013.
9. A. V. V. Videska, "Komunikasi Politik Pks Dalam Meraih Suara Milenial Pada Instagram@ Pksmudacom," *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023.
10. "Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019-2023," Kaptenseo.com, 2023

DAFTAR PUSTAKA

11. C. M. Kuada, "Peran media sosial sebagai sarana marketing politik partai solidaritas indonesia (psi) Provinsi Sulawesi Utara," *Jurnal Sam Ratulangi Politics Review*, pp. 1-6, 2023.
12. A. A. Mahendra, "The Level Of Dependence Of Sidoarjo Communities On Social Media Post Pandemi Covid-19," *Indonesian Journal of Public Policy Review*, pp. 1-8, 2023.
13. L. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif," *Metodologi Penelitian Kulitatif*, pp. 1-9, 2017.
14. D. Rustandi, "Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014," *Jurnal Kominfo*, pp. 93-173, 2013.
15. H. Harsono, "Politik Identitas Dan Partisipasi Politik Di Media Sosial: Analisis Model Struktural Pada Generasi Z Di Kota Malang," *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, pp. 166-187, 2023.
16. Y. N, "204,8 Juta Orang Siap Memilih di Pemilu 2024," *Indonesiabaik.id*, 2024.
17. N. Muhamad, "KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial," *databoks*, 2023
18. R. Daftar, "1694163201Pemilih2024," pp. 2022-2024, 2024
19. W. Kustiawan, "Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 13-22, 2022
20. 0_DB1_ppwp_191344_1709536391_8ff44a30-ba95-4f77-99c3-9796f1016180.pdf, "Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia"
21. Admin, "TKD Sidoarjo Prabowo – Gibran Gelar Senam Bareng Bersama Ribuan Warga Sidoarjo," *Kabarsidoarjo.com*, Sidoarjo, 2024

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO



TERIMA KASIH