

Bab 1-6 revisi.docx ACC.docx

by - -

Submission date: 15-Aug-2024 03:15AM (UTC-0500)

Submission ID: 2431877526

File name: Bab_1-6_revisi.docx_ACC.docx (173.13K)

Word count: 4504

Character count: 28866

[Political Communication of the Gerindra Party, Sidoarjo Regency with Gen Z Young Voters]

[Komunikasi Politik Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dengan Pemilih Muda Gen Z]

Muhammad Bilal Nur Hidayah¹⁾, Sufyanto^{*-2)}

Email Korespondensi: Sufyanto@umsida.ac.id

23

Abstract. *This research aims to describe and analyze the political communication of the Gerindra party in Sidoarjo Regency towards young Gen Z voters. This research uses a qualitative descriptive method. The data used in this research consists of primary data and secondary data. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. This research focuses on the communication of the Gerindra party in Sidoarjo Regency towards Gen Z. The results of this research show that the political communication indicators proposed by Wahid consisting of communication, messages, media, audiences and message effects are in accordance with the reality on the ground. However, the Gerindra party in Sidoarjo Regency still has obstacles in carrying out outreach, such as there are still several areas in Sidoarjo that experience network difficulties. So, party members and the success team had to go to villages where internet coverage was difficult.*

Keywords - *Political communication; young voters; Gen Z; Gerindra; Sidoarjo.*

35

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta menganalisis terkait komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada komunikasi partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap Gen Z. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa indikator komunikasi politik yang dikemukakan oleh Wahid yang terdiri dari komunikasi, pesan, media, khalayak, dan efek pesan telah sesuai dengan kenyataan dilapangan. 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.

Kata Kunci – *Komunikasi politik; pemilih muda; Gen Z; Gerindra; Sidoarjo.*

I. PENDAHULUAN

44

Menurut Keputusan Komisi Pemilihan Umum (KPU), Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2024 akan dilakukan secara serentak pada tanggal 14 Februari 2024. Penyelenggaraan Pemilu tahun 2024 ini, menunjukkan komitmen pemerintah dan lembaga terkait dalam menjaga proses demokrasi yang transparan dan kredibel. Pemungutan suara akan dilaksanakan secara serentak di seluruh wilayah Indonesia, mulai dari tingkat pusat hingga daerah. Selain itu, Pemilu tahun 2024 juga menandai periode penting dalam sejarah politik Indonesia. Dengan berbagai perubahan dan dinamika yang terjadi dalam sistem politik dan masyarakat, Pemilu tahun 2024 diharapkan dapat menjadi momentum untuk memperkuat demokrasi dan menciptakan perubahan positif dalam kehidupan politik dan sosial masyarakat. Proses Pemilu tahun 2024 juga 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, [1]. Tingginya jumlah pemilih muda perlu menjadi perhatian bagi seluruh partai politik, karena pemilih muda Gen Z memiliki pengaruh yang sangat besar dalam tahapan perhitungan suara. Tujuan parpol sejatinya untuk menampung dan menyalurkan aspirasi Masyarakat.

Penelitian ini dilakukan di Dewan Pimpinan Cabang Partai Politik Gerindra Kabupaten Sidoarjo. Partai Gerindra ialah Partai politik yang berdiri sejak tahun 2008, partai tersebut diprakarsai oleh Hashim Djojohadikusumo. saat ini banyak bermunculan partai baru. Menurut partai Gerindra pemilih muda bukanlah hal yang sulit karena parpol tersebut sudah berdiri sejak lama dan sudah mengikuti 4 kali pemilu.

Komisi Pemilihan Umum telah menetapkan jumlah daftar pemilih tetap (DPT) nasional untuk pemilu 2024 bahwa Jumlah keseluruhan pemilih pemilu tahun 2024 baik dalam negeri maupun warga negara Indonesia yang berada di luar negeri yaitu sebanyak 204 juta. [2]. Menurut KPU, jumlah pemilih muda atau dari generasi Gen Z yaitu

sebanyak 55% dari pemilih keseluruhan. [3]. Sedangkan jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) di Kabupaten Sidoarjo yaitu sebanyak 1,4 juta orang yang tersebar di berbagai desa di Sidoarjo. Jumlah DPT terbanyak terdapat pada wilayah Taman dengan jumlah 147 ribu jiwa. Sedangkan, jumlah DPT paling sedikit terdapat pada desa Jabon dengan jumlah 40 ribu jiwa. Berikut ialah tabel jumlah pemilih muda (Gen Z) yng ada di Kabupaten Sidoarjo.

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)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah pemilih dari generasi Gen Z yakni sebanyak 311 ribu orang atau 21% dari keseluruhan pemilih yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Di masa sekarang golongan muda lebih banyak mengkases sosial media untuk mengakases berbagai macam informasi. Adapun jumlah pengguna media sosial dalam kurun waktu 3 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Jumlah Pengguna Media Sosial 3 Tahun Terakhir

Tahun	Jumlah
2021	202,6 Juta Jiwa
2022	204,7 Juta Jiwa
2023	212,9 Juta Jiwa

Sumber: Data reportal

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa setiap tahun pengguna media sosial di Indonesia mengalami peningkatan, di tahun 2021 jumlah pengguna media sosial sebanyak 202,6 juta jiwa [4], sedangkan pada tahun 2022 pengguna media sosial sebanyak 204,7 juta jiwa dari tahun 2021-2022 pengguna media sosial mengalami peningkatan menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta [5]. Pada tahun 2023 pengguna media sosial mengalami peningkatan sebesar 8,2 juta jiwa dari tahun sebelumnya. [6]

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nina Andriana (2022) dengan judul "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 pendekatan deskriptif kualitatif dalam menganalisis perspektif partai politik PDI-P dan PSI terhadap peran media sosial dalam komunikasi politik. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan pandangan antara kedua partai terkait penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi politik. PDI-P memandang media sosial sebagai sarana branding partai, sedangkan PSI memandang media sosial sebagai media untuk bertukar pikiran dengan publik. [7].

Kedua, dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nureza Ade Saputra, Dewi Erowati (2021) yang berjudul "Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih Muda di Kota Semarang". Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan maksud untuk menyelidiki fungsi media sosial sebagai strategi kampanye politik dalam memengaruhi tingkah laku pemilih muda. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kampanye media sosial dan tindakan pemilih muda, dengan koefisien regresi yang signifikan sebesar 0,792. Uji statistik F menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai F hitung sebesar 120,636, melebihi nilai F tabel sebesar 2,96. Maka, dapat disimpulkan bahwa peran sosial media dalam tahapan pemilu berpengaruh secara signifikan kepada golongan pemilih muda. [8].

Pada penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Mohammad Ichlas El Qudsi, Ilham Ayatullah Syamtar (2020) dengan judul penelitian "Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)". Studi ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif yang berpusat pada evaluasi

pemanfaatan platform Instagram oleh generasi Z dalam memperoleh informasi politik. 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. [9].

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 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 memiliki beberapa unsur penting, pertama komunikator politik merupakan individu atau lembaga yang bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan politik kepada khalayak politik melalui media. Kedua, pesan adalah isi atau konten dari komunikasi politik yang disampaikan oleh komunikator politik kepada khalayak politik. Ketiga, media adalah sarana atau alat yang digunakan oleh komunikator politik untuk menyampaikan pesan politik kepada khalayak politik. Keempat, khalayak adalah target atau penerima pesan politik yang ditujukan oleh komunikator politik melalui media. Kelima, efek pesan adalah dampak atau hasil yang timbul dari penerimaan dan pemahaman pesan politik oleh khalayak politik. [7].

Namun, observasi di lapangan menemukan bahwa 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. Dengan adanya fakta diatas dapat dijadikan rumusan masalah yakni Bagaimana komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z. Dengan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan serta menganalisis terkait komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z. Adapun manfaat penelitian ini ialah untuk mendorong partai politik supaya terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren digital yang sedang digemari generasi Z guna memperkuat citra dan reputasi partainya. Selain itu, Meningkatkan kesadaran partai politik akan pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang strategis dalam mencapai dukungan dari generasi Z.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo. Adapun objek penelitian ini ialah komunikasi politik. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau syarat, yaitu informan kunci adalah wakil ketua DPC partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dan Anggota DPC Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo selama 5 tahun. Informan yang terpilih adalah Bapak Bambang Pudjianto S.Sos selaku wakil ketua fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo yang telah menjadi pengurus selama 10 tahun, Bapak Anang selaku anggota fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo selama 5 tahun, dan Bapak Widaqdo selaku anggota fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo selama 10 tahun.. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang berupa data yang diperoleh langsung pada saat di lapangan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu penelitian ini juga menggunakan data sekunder yakni berupa dokumen, gambar, serta penelitian terdahulu

Metode analisis data dari Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga langkah pertama, reduksi data Proses ini melibatkan pengelompokan data, penghapusan informasi yang tidak penting, dan penyusutan data agar lebih dapat dikelola dengan efisien. Kedua penyajian data hap dimana data yang telah direduksi akan dideskripsikan secara rinci dan sistematis. Proses penyajian data melibatkan pembuatan narasi atau laporan tentang temuan yang diperoleh dari data wawancara. Ketiga, penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan proses untuk membuat inferensi atau generalisasi mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan temuan yang diperoleh dari analisis data. [10].

III. 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. [7]

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. [11].

Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z memperoleh data bahwa Seluruh anggota partai Gerindra telah melakukan komunikasi atau memberikan informasi kepada Masyarakat umum maupun Gen Z. Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Anang selaku Anggota Fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo;

“Untuk mengenalkan ke pemilih muda ini, kita harus sering berinteraksi. Dalam artian, kita berinteraksi dengan anak-anak muda itu di mana? Di warung kopi kan, di senengan. Di kafe-kafe, kita coba. Istilahnya kita justru yang masuk ke sana Di warung kopi, kita masuk ke sana. Kemudian kita adakan istilahnya kejuaraan-kejuaraan untuk tingkat pemuda, tingkat pemula.” (Wawancara dengan Bapak Anang selaku Anggota Fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 17 Juli 2024)

Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan hasil wawancara oleh Bapak Widaqdo selaku Anggota Fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Komunikasi melalui Medsos, melalui nongkrong di cafe atau warung kopi dan juga melalui RESES”. (Wawancara dengan Bapak Widaqdo selaku anggota fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 10 Juli 2024)

Dari hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan bahwa para anggota partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah melakukan pendekatan untuk melakukan komunikasi terkait kegiatan partai Gerindra atau dengan mengajak diskusi terkait Bacapres dan Bacaleg pemilu tahun 2024. Pernyataan tersebut juga dipertegas oleh Bapak Bambang Pudjianto, S.Sos selaku Wakil Ketua Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“banyak lah mas yang diperkenalkan untuk anak-anak muda termasuk pemilih pemula. Ini banyak hal yang dilakukan oleh Partai Gerindra, yaitu sosialisasi terhadap anak-anak itu yang ada di SMA, SMK, sederajat ini sudah dilakukan oleh Partai Gerindra. Alhamdulillah, hasil di lapangan ternyata anak-anak muda itu simpatinya luar biasa berada Partai Gerindra terutama kepada calon presidennya, apalagi ini mas Gibran ini masuk wakilnya Pak Prabowo”. (Wawancara dengan Bapak Bambang Pudjianto S.Sos selaku Wakil Ketua Fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Sabtu 20 April 2024).

Gambar 1. Tim Sukses Partai Gerindra Sidoarjo melakukan senam Bersama



Gambar diatas merupakan salah satu kegiatan senam bersama yang dilakukan tim sukses Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo yang berlangsung di Tanggulangin. Kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait kandidat Presiden dan calon Legislatif Partai Gerindra kepada masyarakat sekitar serta pemilih muda Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.

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.

2) **Pesan**

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. [11]. Dalam hal ini Partai Gerindra Sidoarjo telah menyampaikan pesan politik berupa pesan informatif dan pesan persuasif. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Widaqdo selaku anggota fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Yang kita infokan mencari sosok yg beriman, SDM nya menunjang, berpengalaman & Amanah”. (Wawancara dengan Bapak Widaqdo selaku anggota fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 10 Juli 2024).

Pernyataan tersebut juga diperjelas oleh pendapat dari Bapak Bambang Pudjianto S.Sos selaku wakil ketua Fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Yang jelas kalau informasi tentang baca pres atau calon presiden maupun wakil presiden yang jelas calon presiden kita mempunyai visi-misi kerakyatan yang luar biasa terutama visi-misi kerakyatan terhadap nelayan, terhadap petani, terhadap guru, terhadap pegawai negeri, guru, TNI ini nanti insya Allah ke depan janji-janji kita adalah mensejahterakan mereka-mereka itu. Terus di samping itu untuk Mas Gibran insya Allah banyak program yang ditawarkan yaitu melanjutkan programnya Pak Jokowi sekaligus menyempurnakan programnya Pak Jokowi yang belum terrealisasi”. (Wawancara dengan Bapak Bambang Pudjianto, S.Sos selaku wakil ketua fraksi Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Sabtu 20 April 2024).

42

Dari hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa 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.

3) Media

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. [11]. Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa Partai Gerindra Sidoarjo telah menggunakan beberapa media untuk menyampaikan pesan politik. Hal tersebut didukung oleh pendapat Bapak Widaqdo selaku anggota Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Penggunaan Alat komunikasi melalui Medsos sangat berdampak sekali karena rata2 masyarakat sekarang sudah mayoritas memiliki HP.” (Wawancara dengan Bapak Widaqdo selaku anggota Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 10 Juli 2024).

Adapun pendapat lainnya yang disampaikan oleh Bapak Anang selaku anggota Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Media Instagram. Karena setiap masing-masing anggota Dewan kan punya Instagram. Kemudian Instagram. Kemudian dari tim sukses kita, kita suruh membuat Instagram kita. Suruh WA kita. Suruh istilahnya mengakomodir seluruh kegiatan kita ke seluruh tim sukses untuk dianjukan di Medsos. Itu yang paling cepat kan di Medsos itu. Di samping tatap muka itu tadi, kita ke warung kopi, kita berinteraksi lewat secara langsung. Secara onlinenya mungkin lewat media sosial? Iya, secara online media sosial.” (Wawancara dengan Bapak Anang selaku anggota Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 17 Juli 2024).

Partai Gerindra telah berhasil memanfaatkan platform media sosial Instagram secara efektif dalam memperkenalkan calon presiden dan wakil presiden kepada publik secara menyeluruh, khususnya kepada generasi Z yang dikenal sebagai kelompok pemilih muda yang berperan aktif dalam penggunaan media sosial Instagram.

Dari hasil wawancara maka dapat ditarik kesimpulan bahwa partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo dalam menggunakan media untuk menyampaikan pesan politik jika dihubungkan dengan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Wahid dapat dikatakan telah sesuai. Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah menggunakan media sosial berupa Whatsapp, Instagram, Twitter, dll untuk memperkenalkan calon presiden dan wakil presiden, calon legislatif.

4) Khalayak

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. [11]. Dalam hal ini partai Gerindra telah berhasil menyampaikan informasi sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil Wawancara dengan Muhammad Husein selaku pemilih muda Gen Z.

“Ya, menurut pendapat saya, pesan politik yang disampaikan oleh Partai Gerindra sudah cukup diterima oleh masyarakat. Mereka mampu membangun narasi yang menarik dan relevan dengan kondisi sosial politik saat ini, sehingga berhasil mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap partai tersebut”. (Wawancara dengan Muhammad Husein selaku pemilih muda Gen Z, Jumat 5 Juli 2024).

Adapun pendapat lainnya yang disampaikan oleh salah satu anggota partai politik Bapak Anang selaku anggota fraksi partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Partai Gerindra memiliki berbagai strategi untuk menarik simpati khalayak politik di Kabupaten Sidoarjo, seperti melibatkan kader partai untuk turun ke masyarakat, mengadakan kampanye yang menarik dan informatif, serta berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat untuk memahami aspirasi dan kebutuhan mereka”. (Wawancara dengan Bapak Anang selaku fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 17 Juli 2024).

Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo menyebarluaskan informasi kegiatan kampanye yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat untuk memperoleh aspirasi dan keluhan yang disampaikan secara langsung.

Berdasarkan analisis wawancara dan observasi lapangan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik yang dilakukan oleh anggota 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.

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. [11]. Dalam konteks ini, partai Gerindra Sidoarjo merasakan efek pesan yang telah disampaikan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara dengan bapak Anang selaku anggota fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Otomatis kan partai ini kan semakin banyak yang mengenal Baceleg. Kemudian Baceleg, kemudian Pak Pilkada, Pilpres. Otomatis itu dari mana? Gerindra. Yaitu semakin Instagram dipakai, semakin WA dipakai, semakin komunitas HP ini digunakan semuanya itu semakin banyak yang melihat”. (Wawancara dengan Bapak Anang selaku anggota Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo, Rabu 17 Juli 2024).

Adapun pendapat pendukung lainnya yang disampaikan oleh Bapak Bambang Pudjianto, S.Sos selaku wakil ketua Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo.

“Ya dampaknya sih kita sebagai orang politik yang jelas kita banyak hal apalagi saya sebagai Bacaleg DPRD di Kabupaten Sitarjo sudah dua periode ya Alhamdulillah janji-janji politik saya selama dua periode ini sudah realisasi 100% satu misal terkait pokok-pokok pikiran, terkait jaring aspirasi masyarakat, terkait masalah bantuan keuangan yang kita berikan melalui lewat programnya dinas maupun lewat programnya pemerintah desa Alhamdulillah kalau janji-janji politik saya sudah realisasi 100% Makanya ya target kita di Sitarjo paling tidak yang dulu itu 2014 dapat kursi 7 di DPR di Sidoarjo terus di 2019 bertahan 7 kursi karena ini realita situasi di lapangan insya Allah kalau banyak yang tertarik dan simpati kepada calon presiden kita, calon wakil presiden kita terhadap partai kita insya Allah nanti dari target perolehan kursi insya Allah akan di atas 10 kursi”. (Wawancara dengan Bapak Bambang Pudjianto, S.Sos selaku Wakil Ketua Fraksi Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo).

Dari hasil wawancara diatas jika dihubungkan dengan teori komunikasi yang dikemukakan oleh Wahid, maka dapat disimpulkan bahwa efek atau dampak pesan yang didapat oleh partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah sesuai dengan indikator. 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.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan terkait komunikasi politik partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo terhadap pemilih muda gen Z, 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. Komunikator yang handal mampu menyajikan pesan dengan jelas, terarah, dan persuasif sehingga mampu mempengaruhi opini masyarakat. Selain itu, Partai Gerindra Sidoarjo juga menerapkan strategi pendekatan kepada Generasi Z dengan mengintegrasikan kegiatan politiknya dalam berbagai kegiatan yang relevan dengan kepentingan dan minat generasi tersebut.

Partai Gerindra telah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menjangkau pemilih muda Generasi Z guna memberikan informasi terkait calon presiden, wakil presiden, dan calon legislatif yang diusungnya. Partai Gerindra Kabupaten Sidoarjo telah melihat dampak atau efektivitas dari penyebaran informasi ini yang disambut positif oleh masyarakat umum, terutama Generasi Z, sehingga berdampak positif pada perolehan suara terbanyak oleh Partai Gerindra Sidoarjo. 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.

12

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala karunia dan rahmat-Nya yang tiada henti tercurah kepada hamba. Dengan izin dan bimbingan-Nya, saya, seorang mahasiswa, telah mampu menyelesaikan seluruh tantangan selama menjalani pendidikan ini. Segala ujian dan rintangan berhasil dilalui berkat kekuatan yang Allah anugerahkan. Semoga setiap langkah ini senantiasa mendapatkan ridha dan berkah-Nya

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Hidayatullah, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, atas kepemimpinan dan inspirasi yang telah beliau berikan. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Ibu Poppy Febriana, S.Sos., M.Med.Kom, selaku Dekan, dan Ibu Nur Maghfirah Aesthetika, M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, atas bimbingan dan dukungan yang luar biasa. Kepada Bapak Dr. Sufyanto, M.Si, selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah diberikan. Tidak lupa, saya juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen pengajar mata kuliah Ilmu Komunikasi yang telah membekali saya dengan pengetahuan dan keterampilan yang berharga.

Terima kasih yang tulus juga saya sampaikan kepada Bapak Bambang Pudjianto, Bapak Widaqdo, dan Bapak Anang selaku anggota Partai Gerindra, atas dukungan dan kesempatan yang telah diberikan.

Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga saya yang sangat saya cintai, serta semua orang yang selalu mendukung saya. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan pernah bisa tercapai. Terima kasih atas cinta, doa, dan dorongan yang tak ternilai harganya. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian semua dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin allahumma aamiin

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 Pemilhan Umum Nomor 857 tahun 2023*, pp. 1-5, 2023.
- [3] KPU, "55% Pemilih Didominasi Generasi Muda, Bantu KPU Dalam Penyelenggaraan Pemilu 2024," Komisi Pemilihan Umum, Jakarta, 2023.
- [4] S. Kemp, "Digital 2021: Indonesia," Data Reportal, 2021.
- [5] S. Kemp, "Digital 2022: Indonesia," Data Reportal, 2022.
- [6] S. Kemp, "Digital 2023: Indonesia," Data Reportal, 2023.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] P. Ajif, "Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga," *Jurnal Penelitian*, pp. 31-40, 2013.
- [11] A. V. V. Videska, "Komunikasi Politik Pks Dalam Meraih Suara Milenial Pada Instagram@ Pksmudacom," *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023.
- [12] "Statistik Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019-2023," Kaptenseo.com, 2023 .
- [13] D. O. Andriyendi, "Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula pada Pilkada," *Journal of Education, Cultural and Politics*, pp. 2798-6020, 2023.
- [14] 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.
- [15] 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.
- [16] L. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif," *Metodologi Penelitian Kulitatif*, pp. 1-9, 2017.
- [17] D. Rustandi, "Dinamika Komunikasi Politik Menjelang Pemilu 2014," *Jurnal Kominfo*, pp. 93-173, 2013.
- [18] 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.
- [19] Y. N., "204,8 Juta Orang Siap Memilih di Pemilu 2024," *Indonesiabaik.id*, 2024.
- [20] N. Muhamad, "KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial," *databoks*, 2023.
- [21] R. Daftar, "1694163201Pemilih2024," pp. 2022-2024, 2024.
- [22] W. Kustiawan, "Komunikator Utama dalam Politik, Komunikator Politik dan Kepemimpinan Politik," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 13-22, 2022.
- [23] 0_DB1_ppwp_191344_1709536391_8ff44a30-ba95-4f77-99c3-9796f1016180.pdf, "Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia".

[24] Admin, "TKD Sidoarjo Prabowo – Gibran Gelar Senam Bareng Bersama Ribuan Warga Sidoarjo," Kabarsidoarjo.com, Sidoarjo, 2024.

Bab 1-6 revisi.docx ACC.docx

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	1%
2	adoc.pub Internet Source	1%
3	jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	1%
4	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	1%
5	databoks-series.katadata.co.id Internet Source	1%
6	eprints.ipdn.ac.id Internet Source	<1%
7	eprints.umsida.ac.id Internet Source	<1%
8	intannical99.blogspot.com Internet Source	<1%
9	id.123dok.com Internet Source	<1%

10	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
11	journal.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
12	repository.um-surabaya.ac.id Internet Source	<1 %
13	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
14	cmsdata.iucn.org Internet Source	<1 %
15	ejournal.politik.lipi.go.id Internet Source	<1 %
16	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
17	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.uinib.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1 %
20	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
21	mediadania.blogspot.com	

Internet Source

<1 %

22

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

23

www.uv.mx

Internet Source

<1 %

24

ajak kangmyvillage.blogspot.com

Internet Source

<1 %

25

journal.lembagakita.org

Internet Source

<1 %

26

journal.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

27

jurnal.untan.ac.id

Internet Source

<1 %

28

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

29

www.slideshare.net

Internet Source

<1 %

30

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

31

library.um.ac.id

Internet Source

<1 %

32

Ahmad Riyadh U.B., Hendra Sukmana.
"MODEL REKRUTMEN POLITIK CALON

<1 %

ANGGOTA LEGISLATIF OLEH PARTAI POLITIK
DI KABUPATEN SIDOARJO", JKMP (Jurnal
Kebijakan dan Manajemen Publik), 2015
Publication

33 Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya <1 %
Student Paper

34 docobook.com <1 %
Internet Source

35 docplayer.info <1 %
Internet Source

36 ejournal.unsrat.ac.id <1 %
Internet Source

37 jhbmi.ir <1 %
Internet Source

38 journal-nusantara.com <1 %
Internet Source

39 jurnal.umj.ac.id <1 %
Internet Source

40 jurnal.unma.ac.id <1 %
Internet Source

41 projects.co.id <1 %
Internet Source

42 repo.iain-tulungagung.ac.id <1 %
Internet Source

43	repository.unri.ac.id Internet Source	<1 %
44	tirto.id Internet Source	<1 %
45	worldwidescience.org Internet Source	<1 %
46	Moh. Dede. "Prosiding Seminar Internasional Riksa Bahasa X Literasi dan Budaya Bangsa Volume 1", INA-Rxiv, 2019 Publication	<1 %
47	core.ac.uk Internet Source	<1 %
48	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
49	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
50	kostrad.mil.id Internet Source	<1 %
51	library.uns.ac.id Internet Source	<1 %
52	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
53	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %

54 repository.unira.ac.id <1 %
Internet Source

55 www.researchgate.net <1 %
Internet Source

56 Junaidi, Mohamad Hakim. "Rekonstruksi
Regulasi Tindak Pidana Politik Uang dalam
Pemilihan Umum Berbasis Keadilan",
Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia),
2023 <1 %
Publication

57 Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny,
GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. <1 %
"Advances in Business, Management and
Entrepreneurship", CRC Press, 2020
Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Bab 1-6 revisi.docx ACC.docx

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
