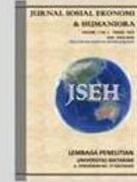




JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA

<http://jseh.unram.ac.id>

ISSN 2461-0666 (Print), e-ISSN 2461-0720 (Online)



## PEMAHAMAN PEMILIH TENTANG PASANGAN CALON PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024 Studi Pemahaman Pemilih Gen Z terhadap Pasangan Calon Presiden dalam Pemilu 2024 di Kota Padang Kota Padang

**Kharisma Winada\*, Damsar, Bob Alfiandi**

Universitas Andalas, Pascasarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Kota Padang, Indonesia

### Kata Kunci

**Kata kunci:** Gen Z,  
Pemilihan Presiden,  
Media Sosial

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji pemahaman dan motif pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon pada Pemilihan Presiden 2024 di Kota Padang, dengan latar polemik intervensi negara dan popularitas strategi "gemoy" pasangan Prabowo-Gibran di media sosial. Pendekatan kualitatif digunakan dengan paradigma kritis dan analisis hermeneutik Habermas, melibatkan 14 informan Gen Z. Hasil menunjukkan bahwa pemilih paslon 01 didominasi individu berpendidikan tinggi dengan motif rasional, paslon 02 didukung pemilih pemula yang terpengaruh lingkungan dan kampanye "gemoy", sedangkan pemilih paslon 03 lebih kritis mengevaluasi rekam jejak kandidat. Strategi "gemoy" menciptakan distorsi komunikasi politik, mengalihkan fokus dari substansi kepemimpinan ke politik hiburan, namun efektif membentuk pilihan elektoral Gen Z melalui media sosial. Fenomena ini menegaskan pentingnya literasi politik dan media kritis untuk mencegah manipulasi politik dan mendorong kesadaran demokratis yang lebih substansial di kalangan pemilih muda.

### Keywords

**Keywords:** Gen Z,  
Presidential Election,  
Social Media

### Abstract

This study explores Generation Z voters' understanding and motives toward presidential candidates in the 2024 election in Padang City, against the backdrop of state intervention issues and the popularity of Prabowo-Gibran's "gemoy" social media strategy. A qualitative approach was applied using a critical paradigm and Habermas's hermeneutic analysis, involving 14 Gen Z informants. Findings reveal that candidate pair 01 voters are mainly highly educated individuals driven by rational motives, pair 02 voters are predominantly first-time voters influenced by their environment and the "gemoy" campaign on TikTok, while pair 03 voters critically evaluate candidates' track records. The "gemoy" strategy created distorted political communication, shifting the focus from leadership substance to entertainment politics, yet effectively influenced Gen Z electoral decisions through social media. This phenomenon underscores the importance of political and media literacy to prevent political manipulation and promote more substantial democratic awareness among young voters.

\*Corresponding Author Kharisma Winada, Universitas Andalas, Pascasarjana Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Kota Padang, Indonesia  
Email: [kharismawinada@gmail.com](mailto:kharismawinada@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.29303/jseh.v11i1.740>

History Artikel:

Received: 16 Marer 2025 | Accepted: 27 Maret 2025

### PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara demokrasi konstitusional menghadapi tantangan dalam

penyelenggaraan pemilu 2024, khususnya terkait dugaan pelanggaran terstruktur, sistematis, dan masif (TSM). Polemik utama

muncul dari adanya intervensi penyelenggara negara untuk mendukung salah satu pasangan calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) (Shabrina, 2024). Kasus yang paling mencolok adalah terkait proses pencalonan Gibran Rakabuming Raka yang berhasil menjadi cawapres melalui Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) Nomor 90/PUU-XXI/2023 yang mengubah persyaratan batas usia minimal. Ketua MK Anwar Usman yang merupakan ipar Presiden Jokowi terbukti melakukan pelanggaran kode etik dalam proses tersebut. Tindakan intervensi lainnya terlihat dari sikap Presiden Jokowi yang cenderung berpihak dan melakukan kampanye terselubung, termasuk melalui pertemuan intensif dengan para ketua umum partai pengusung Prabowo-Gibran serta pembagian bantuan sosial selama masa kampanye (Safitri, 2023).

Menariknya, terlepas dari berbagai polemik tersebut, data survei menunjukkan bahwa mayoritas pemilih Generasi Z (Gen Z) konsisten memberikan dukungan kepada pasangan Prabowo-Gibran. Menurut beberapa lembaga survei seperti Indikator Politik Indonesia, Poltracking Indonesia, dan Lembaga Survei Indonesia, elektabilitas Prabowo-Gibran di kalangan Gen Z mencapai 55-72% pada Januari-Februari 2024. Gen Z yang merupakan kelompok usia pemilih signifikan (22,85% dari total DPT nasional) dikenal hidup dalam dunia "figital" di mana tidak ada penghalang antara dunia nyata dan virtual (Stillman, 2018, p. 56) (Redaksi Kompas, 2024). Media sosial menjadi sarana utama partisipasi politik Gen Z dalam mengakses informasi politik, dengan 80,4% Gen Z mendapatkan informasi politik dari akun media sosial dan berita online, utamanya melalui platform Instagram (68,2%) dan TikTok (39,2%) .

Fenomena ini menarik mengingat media sosial memiliki dua sisi berbeda dalam konteks demokrasi. Di satu sisi, media sosial mendukung demokrasi digital yang meningkatkan partisipasi dan kemudahan menyuarakan aspirasi (Andriadi 2017: 10-11). Namun di sisi lain, media sosial juga menjadi sumber wabah informasi (infodemi) dari sebaran hoax, ujaran kebencian, dan kampanye hitam (Sutisna 2023: 96). Hal ini

menjadi perhatian karena dalam media sosial beroperasi berbagai jaringan kekuasaan yang dapat mengarahkan dan mengubah pemahaman publik sesuai kepentingan kelompoknya (Hadirman 2015: 215). Penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Suryo dan Aji (2020) serta Novita (2023) menunjukkan bahwa pemilih generasi muda cenderung menjadikan media sosial sebagai preferensi dalam menentukan pilihan politik mereka. Penelitian ini bermaksud mengeksplorasi pemahaman pemilih Gen Z terhadap pasangan capres dan cawapres yang dipilihnya berdasarkan informasi yang diterima, dengan fokus pada Gen Z di Kota Padang sebagai daerah dengan jumlah pemilih Gen Z terbanyak di Sumatera Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon presiden dalam Pemilu 2024 di Kota Padang, dengan fokus pada motif dan pertimbangan yang melandasi keputusan elektoral mereka. Secara spesifik, penelitian hendak menganalisis bagaimana proses komunikasi politik melalui media sosial membentuk pemahaman Gen Z, mengidentifikasi potensi distorsi komunikasi yang terjadi, serta membandingkan karakteristik dan motif pemilih berdasarkan pasangan calon yang dipilih. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah bahwa pemilih Gen Z cenderung terpengaruh oleh strategi kampanye digital yang mengutamakan citra dan hiburan daripada substansi kepemimpinan, dengan media sosial sebagai sumber informasi utama yang berpotensi menciptakan komunikasi politik terdistorsi, terutama melalui strategi "gemoy" yang diterapkan paslon 02 di platform TikTok yang efektif mempengaruhi keputusan elektoral pemilih muda namun berdampak pada degradasi kualitas proses demokratis.

Pemahaman Gen Z tentang pasangan calon presiden menjadi krusial mengingat posisi strategis mereka sebagai pemilih dengan proporsi 22,85% dari total DPT nasional yang hidup dalam dunia "figital" tanpa batas antara realitas nyata dan virtual. Kerentanan Gen Z terhadap distorsi informasi politik di media sosial perlu mendapat perhatian khusus, terutama saat

platform seperti TikTok menjadi arena utama kampanye politik dengan strategi "gemoy" yang menggeser diskusi substantif menjadi politik berbasis hiburan. Fenomena ini berpotensi menyesatkan karena menciptakan komunikasi politik terdistorsi yang mengaburkan kapabilitas kepemimpinan para kandidat, sebagaimana terlihat pada pemilih paslon 02 yang mengalami distorsi sistematis hingga tidak menyadari bahwa pemahaman mereka terganggu. Dengan karakteristik FoMO (Fear of Missing Out) dan preferensi terhadap konten singkat serta viral, Gen Z berisiko membuat keputusan politik berdasarkan citra yang dimanipulasi daripada pertimbangan rasional, yang berimplikasi jangka panjang terhadap kualitas demokrasi Indonesia dan membentuk preseden berbahaya di mana substansi kebijakan kalah oleh personifikasi politik berbasis hiburan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis yang berakar dari pemikiran teori kritis Mazhab Frankfurt. Paradigma ini bertujuan untuk emansipasi individu agar sadar akan berbagai bentuk kekuatan yang menyembunyikan kepentingan tertentu dalam realitas sosial (Supraja 2017: 92). Tipe penelitian yang digunakan adalah studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena kemenangan paslon Prabowo-Gibran pada pilpres 2024 yang menimbulkan polemik di kalangan akademisi. Informan penelitian adalah pemilih Gen Z di Kota Padang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: merupakan Gen Z, terdaftar sebagai pemilih tetap di Kota Padang, dan berpartisipasi dalam pilpres 2024. Peneliti berhasil mewawancarai 14 informan yang terdiri dari pemilih paslon 01, 02, dan 03. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi dokumen, dimana wawancara dilaksanakan dari pertengahan Juli sampai akhir Agustus 2024.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tahapan kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu, penelitian

ini juga menerapkan analisis hermeneutik kritis dari Jurgen Habermas untuk menelusuri teks yang terungkap dalam tuturan hasil proses komunikasi yang terdistorsi secara sistematis (Hadirman 2015: 223). Peneliti berusaha mendeteksi dan mengidentifikasi teks abnormal selama proses wawancara dengan informan, yang ditandai dengan adanya kerusakan, ketidakselarasan, dan upaya saling membohongi antara simbol-simbol bahasa yang digunakan. Hal ini dilakukan berdasarkan asumsi penelitian bahwa pemilih Gen Z terpapar teks abnormal dan rentan mengalami distorsi komunikasi karena pihak yang berkepentingan dalam pilpres 2024. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan pemilih Gen Z dalam pemilu 2024 di Kota Padang, dengan fokus pada pengalaman subjektif mereka terkait fenomena makro selama proses pilpres 2024.

Penelitian ini menggunakan sampel kecil berjumlah 14 informan Gen Z yang dipilih secara purposive sebagai bagian dari pendekatan kualitatif yang menekankan kedalaman daripada keluasan data. Meskipun jumlah ini tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik sebagaimana penelitian kuantitatif, sampel tersebut cukup valid untuk generalisasi analitis sesuai prinsip penelitian kualitatif. Pemilihan sampel secara purposive memungkinkan peneliti memperoleh informasi mendalam dari informan yang memiliki karakteristik spesifik dan pengetahuan relevan terkait fenomena yang diteliti. Distribusi informan yang mencakup pemilih dari ketiga paslon (5 pemilih paslon 01, 7 pemilih paslon 02, dan 2 pemilih paslon 03) juga memberikan perspektif komparatif meskipun proporsinya tidak seimbang karena keterbatasan akses terhadap pemilih paslon 03 di Kota Padang.

Analisis hermeneutik kritis Habermas digunakan sebagai alat interpretasi untuk mengungkap distorsi komunikasi dalam pemahaman pemilih Gen Z. Peneliti mengidentifikasi teks abnormal dalam wawancara melalui pendeteksian kerusakan, ketidakselarasan, dan ketidakjujuran dalam simbol-simbol bahasa yang digunakan informan. Proses ini memungkinkan peneliti

mengungkap bagaimana pemilih terpengaruh oleh komunikasi yang terdistorsi secara sistematis, terutama berkaitan dengan kampanye "gemoy" paslon 02. Dengan menganalisis tuturan informan tentang motif pemilihan dan pemahaman terhadap paslon, peneliti dapat memetakan bagaimana distorsi komunikasi terjadi dan mempengaruhi keputusan elektoral. Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami fenomena pembentukan opini politik di era media sosial, di mana manipulasi informasi dan citra sering terjadi melalui konten-konten viral yang mempengaruhi pemilih muda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Pemilih Generasi Z Berdasarkan Pasangan Calon Pemilihan Presiden Tahun 2024 yang Dipilihnya

#### Generasi Z Pemilih Pasangan Calon 01

Pasangan calon presiden nomor urut 01, Anies Baswedan (Anies) dan Abdul Muhaimin Iskandar (Cak Imin) memperoleh suara terbanyak dalam pilpres 2024 pada wilayah Provinsi Sumatera Barat. Karenanya mudah menemukan calon informan yang memilih paslon 01. Dalam penelitian ini, informan yang memilih paslon 01 terdiri dari lima orang. Secara umum, informan yang memilih paslon 01 bukan pemilih pemula. Para informan lahir pada rentang tahun 1999-2001, sehingga mereka bisa berpartisipasi pada pemilu tahun 2019. Para informan pemilih paslon 01 umumnya merupakan individu dengan tingkat pendidikan tinggi, yakni telah menyelesaikan studi di perguruan tinggi. Mereka terdiri dari mahasiswa, fresh graduated, dan pekerja tidak tetap. Kondisi tersebut turut menggambarkan bahwa Gen Z pemilih paslon 01 berasal dari kelompok kelas menengah. Motif utama mereka memilih paslon 01 didasarkan pada pengalaman kepemimpinan dan kompetensi Anies saat menjadi Gubernur DKI Jakarta, meskipun sebagian besar tidak terlalu memahami program spesifik yang ditawarkan pasangannya. Mereka menunjukkan apresiasi terhadap strategi kampanye yang melibatkan dialog langsung dengan pemilih, seperti acara "Desak Anies"

dan "Slepet Imin" yang memungkinkan interaksi dua arah antara kandidat dan masyarakat, mencerminkan preferensi mereka pada pendekatan komunikasi politik yang lebih substantif dan partisipatif.

Dalam hal akses informasi, pemilih paslon 01 menunjukkan pola pencarian yang lebih komprehensif dan kritis dibandingkan kelompok lainnya. Mereka cenderung menggunakan beragam platform media sosial untuk memperoleh informasi politik, tidak hanya mengandalkan satu sumber. Platform yang sering diakses meliputi X (Twitter), Instagram, dan portal berita online yang dipandang memiliki kredibilitas tinggi. Informan seperti NNF (23 tahun) dan KSB (25 tahun) secara aktif melakukan verifikasi silang terhadap informasi yang diterima, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sensitif seperti dugaan pelanggaran HAM dan intoleransi yang sering dikaitkan dengan paslon 01. Menariknya, pemilih paslon 01 menunjukkan kemampuan lebih baik dalam memisahkan antara informasi faktual dan opini pribadi, serta lebih terbuka untuk mendiskusikan kontroversi seputar paslon pilihannya. Seperti yang diungkapkan oleh EPM (24 tahun), "Saya memahami setiap paslon punya kekurangan, termasuk Pak Anies, tapi setelah membandingkan rekam jejak ketiganya, saya merasa beliau yang paling menjanjikan untuk memimpin Indonesia ke depan."

Berkaitan dengan pola diskusi politik, pemilih paslon 01 menunjukkan kecenderungan untuk terlibat dalam dialog yang lebih substantif. Mereka tidak hanya membahas kepribadian kandidat, tetapi juga menganalisis kebijakan dan visi misi yang ditawarkan. PAR (24 tahun) mengakui sering terlibat dalam diskusi politik dengan teman-teman di lingkungan kampus yang memiliki preferensi berbeda, namun tetap menjaga diskusi tetap berdasarkan argumen rasional daripada sentimen emosional. Ketika menghadapi kritik terhadap paslon pilihannya, pemilih paslon 01 cenderung merespons dengan counter-argument yang didukung fakta dan data, menunjukkan tingkat literasi politik yang relatif tinggi. Pemilih paslon 01 juga umumnya menyadari potensi bias dalam algoritma media sosial

yang dapat menciptakan ruang gema (echo chamber), sehingga mereka berusaha mengakses berbagai perspektif politik untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Sikap ini mencerminkan karakteristik pemilih yang lebih kritis dan reflektif dalam mengolah informasi politik, yang berkorelasi dengan latar belakang pendidikan tinggi mereka serta pengalaman berpartisipasi dalam pemilu sebelumnya.

### **Generasi Z Pemilih Pasangan Calon 02**

Pasangan calon nomor urut 02, Prabowo Subianto (Prabowo) dan Gibran Rakabuming Raka (Gibran) memperoleh suara terbanyak kedua setelah paslon nomor urut 01 pada wilayah Sumatera Barat. Paslon 02 memiliki banyak pendukung di Kota Padang, dengan jumlah Gen Z pemilihnya yang bersedia menjadi informan penelitian ini berjumlah sebanyak 7 orang. Informan pemilih 02 kebanyakan merupakan pemilih pemula yang pertama kali berpartisipasi pada pemilu tahun 2024. Para informan rata-rata lahir pada rentang tahun 2000 – 2006. Semua informan masih dalam masa studi, baik di jenjang perguruan tinggi maupun pendidikan wajib di Sekolah Menengah Atas (SMA)/ sederajat. Karenanya semua informan pemilih paslon 02 masih berstatus sebagai pelajar dan mahasiswa saat proses pemilu 2024 berlangsung. Selain itu, beberapa informan pemilih 02 memiliki anggota keluarga yang berstatus sebagai Tentara Negara Indonesia (TNI) yang berkaitan dengan calon presiden nomor urut 02, Prabowo Subianto yang juga pernah berkarier di bidang militer. Situasi tersebut memunculkan asumsi bahwa dalam mengambil keputusan memilih para informan pemilih 02 cenderung turut dipengaruhi oleh lingkungan dan orang-orang sekitarnya, yakni keluarga dan teman sebaya.

Berbeda dengan pemilih paslon 01, pemilih paslon 02 menunjukkan pola pencarian informasi politik yang lebih terfokus pada platform TikTok sebagai sumber utama. Dari 7 informan, 6 di antaranya mengakui secara aktif mengikuti konten-konten terkait Prabowo-Gibran di TikTok, terutama yang menampilkan citra "gemoy" Prabowo. RY (20 tahun) dan IRP

(18 tahun) mengakui bahwa konten-konten tersebut menjadi faktor yang mendorong mereka memilih paslon 02, meski keduanya mengakui tidak terlalu memahami detail program yang ditawarkan. Pemilih paslon 02 juga menunjukkan pemahaman yang relatif terbatas dan seringkali keliru mengenai program unggulan paslon pilihannya. Contohnya, program "makan siang dan susu gratis" yang dipahami oleh LC (20 tahun) sebagai program untuk semua siswa, padahal sebenarnya ditargetkan hanya untuk keluarga prasejahtera. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan mereka lebih didasarkan pada ketertarikan terhadap citra kandidat daripada substansi kebijakan. Menariknya, meskipun sebagian besar pemilih paslon 02 menyadari bahwa informasi di TikTok sering tidak akurat, mereka tetap terpengaruh oleh konten-konten tersebut karena faktor hiburan dan viralitas yang ditawarkan.

Dalam hal diskusi politik, pemilih paslon 02 menunjukkan kecenderungan yang berbeda dari pemilih paslon lainnya. Mereka cenderung menghindari diskusi mendalam dan lebih suka membahas aspek-aspek yang menghibur dari kampanye, seperti meme dan konten viral terkait "gemoy". RW (24 tahun) mengakui bahwa ketika terlibat dalam diskusi politik dengan teman-teman yang memilih paslon berbeda, ia cenderung mengakhiri diskusi dengan pernyataan "tetap pilih 02 karena gemoy" tanpa memberikan argumen substantif. Sikap ini mencerminkan polarisasi yang kuat di kalangan pemilih Gen Z, di mana pemilih paslon 02 lebih sulit untuk diajak berdiskusi secara kritis tentang pilihan mereka. Fenomena ini sejalan dengan temuan bahwa pemilih paslon 02 cenderung mengalami distorsi komunikasi sistematis akibat terpapar strategi positioning "gemoy" yang masif. Sebagaimana diungkapkan oleh LC (20 tahun), kampanye "gemoy" Prabowo dipandang sebagai "pencair suasana" dalam kontestasi politik yang panas, mencerminkan bagaimana hiburan telah menjadi faktor penting dalam keputusan politik Gen Z. Pola ini menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam berdemokrasi, dimana substansi kepemimpinan menjadi kurang penting dibandingkan dengan kemampuan kandidat untuk menghibur dan menciptakan konten

viral.

### **Generasi Z Pemilih Pasangan Calon 03**

Pasangan calon dengan nomor urut 03 yakni Ganjar Pranowo (Ganjar) dan Mohammad Mahfud Mahmodin (Mahfud MD) menjadi paslon dengan perolehan suara terendah di Sumatera Barat. Hal tersebut menjadi tantangan dalam penelitian ini karena sulitnya menemukan calon informan yang memilih paslon tersebut. Alhasil, Gen Z pemilih paslon 03 yang bersedia menjadi informan hanya berjumlah 2 orang. Dengan kondisi tersebut, sulit menemukan kecenderungan tertentu pada informan pemilih paslon 03. Dibalik keputusan memilihnya, kedua informan memiliki pandangan yang sama bahwa paslon 03 memiliki rekam jejak lebih baik dibandingkan dua paslon lainnya. Berbeda dengan pemilih paslon lain, informan pemilih paslon 03 menunjukkan proses pengambilan keputusan yang lebih komprehensif dengan melakukan evaluasi terhadap rekam jejak ketiga paslon sebelum menentukan pilihan. ANP (22 tahun) menyatakan: "Saya meneliti track record ketiga paslon, melihat bagaimana mereka memimpin daerahnya, dan menurut saya Pak Ganjar punya pencapaian paling konkret di Jawa Tengah." Ini menunjukkan bahwa pemilih paslon 03 cenderung menggunakan pertimbangan rasional berdasarkan bukti kinerja daripada citra yang ditampilkan dalam kampanye.

Dalam konteks akses informasi politik, pemilih paslon 03 menunjukkan pola pencarian yang paling beragam dibandingkan dua kelompok lainnya. Mereka tidak hanya mengandalkan media sosial, tetapi juga aktif mencari informasi dari portal berita, laporan kinerja resmi, dan mengikuti debat pilpres dengan lebih seksama. DRA (21 tahun) bahkan mengaku mencatat dan membandingkan argumen masing-masing paslon selama debat untuk membantu proses pengambilan keputusan. Pemilih paslon 03 juga menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola bias konfirmasi, dengan bersedia mencari dan mempertimbangkan informasi yang berlawanan dengan preferensi awal mereka. Menariknya, meskipun TikTok menjadi

platform dominan dalam kampanye "gemoy" paslon 02, pemilih paslon 03 lebih memilih X (Twitter) dan kanal-kanal berita sebagai sumber informasi utama, yang mereka anggap menyediakan analisis lebih mendalam. ANP mengungkapkan: "Platform seperti TikTok terlalu dangkal untuk jadi sumber informasi politik. Kontennya pendek dan cenderung sensasional, susah mendapat gambaran utuh dari sana."

Sikap kritis pemilih paslon 03 juga tercermin dalam cara mereka mendiskusikan isu politik dengan lingkungan sosialnya. Kedua informan mengaku sering terlibat dalam diskusi substantif mengenai kebijakan dan program yang ditawarkan masing-masing paslon. Mereka mampu mengidentifikasi dan mengkritisi kelemahan semua paslon, termasuk paslon pilihannya sendiri. DRA misalnya, mengakui bahwa isu Papua menjadi "PR besar" bagi Ganjar yang perlu diselesaikan jika terpilih, menunjukkan kesadaran kritis yang tidak semata-mata memuja kandidat pilihannya. Dalam menyikapi isu negatif, pemilih paslon 03 menunjukkan pendekatan yang lebih objektif dengan mengevaluasi validitas informasi dan mempertimbangkan konteksnya. Sikap ini berbeda dengan pemilih paslon 01 dan 02 yang cenderung defensif atau menolak secara langsung informasi negatif tentang kandidat pilihan mereka. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pemilih paslon 03, meskipun jumlahnya sedikit, mewakili kelompok pemilih Gen Z yang paling rasional dan kritis dalam proses demokratis, yang mungkin memiliki implikasi penting dalam pengembangan pendidikan politik di kalangan pemilih muda.

### **Tindakan Komunikatif Pemilih Generasi Z dalam Pemilihan Presiden 2024**

Jürgen Habermas menawarkan konsep tindakan komunikatif sebagai upaya emansipasi dan revolusi dari dominasi secara damai melalui komunikasi yang bebas, setara, dan terbuka. Konsep ini bertujuan agar individu dapat mencapai kesepakatan terhadap pesan, informasi, dan argumentasi tanpa adanya paksaan. Dalam konteks ruang publik terkini, khususnya media sosial yang sarat dengan jaringan kepentingan, tindakan

komunikatif menjadi krusial. Selama pemilu, berbagai upaya dilakukan peserta pemilu untuk mendapatkan dukungan, termasuk kampanye hitam dan pemanfaatan jasa buzzer yang sengaja dibayar untuk menyebarkan informasi keliru demi kepentingan pihak tertentu.

Penelitian ini fokus pada tindakan komunikatif pemilih Generasi Z dalam pilpres 2024, mengingat keseharian mereka yang aktif menggunakan media sosial sehingga berpotensi terpapar informasi keliru. Peneliti menjelaskan bagaimana pemilih Gen Z mencapai klaim validitas untuk memperoleh informasi tentang peristiwa dan paslon, meliputi perolehan informasi yang jelas (*understandability*), perolehan fakta dan penyampaian kebenaran (*truth*), kejujuran dalam mengungkapkan diri (*sincerity*), dan kesesuaian informasi dengan aturan ideal dalam berkomunikasi (*rightness*).

Data penelitian menunjukkan bahwa pemilih Gen Z cenderung berinisiatif mencari informasi pilpres 2024, dengan keaktifan meningkat setelah menyaksikan debat pertama capres dan cawapres pada 12 Desember 2023. Para informan konsisten menelusuri informasi pilpres setiap hari, minimal satu kali dan maksimal tiga kali, dengan durasi akses berkisar antara lima menit hingga tiga jam. Keaktifan Gen Z dalam mencari informasi didukung oleh canggihnya teknologi komunikasi, terutama smartphone dan internet, serta karakteristik mereka sebagai digital natives yang ahli dalam mengaplikasikan teknologi digital.

Perkembangan teknologi komunikasi telah menyebabkan pergeseran penyebaran informasi dari media konvensional ke media digital dengan cakupan global, didukung oleh proses digitalisasi yang mentransformasi berbagai jenis informasi menjadi bentuk digital. Media sosial sebagai hasil digitalisasi memungkinkan penggunaannya aktif membuat dan menyebarkan konten tanpa batasan ruang dan waktu. Menurut Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024, Gen Z menjadi kelompok dengan akses internet tertinggi (34,40%), dan laporan IDN Media 2024 menyebutkan 73% Gen Z memilih menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi, sejalan

dengan temuan penelitian bahwa semua informan menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi pilpres 2024.

TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang dimanfaatkan pemilih Gen Z untuk memperoleh informasi pilpres 2024. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat dan mengunggah konten video pendek dengan durasi 3 detik hingga 10 menit yang dapat tersebar luas melalui algoritma For You Page (FYP). Dari 14 informan penelitian, 8 orang menggunakan TikTok untuk memperoleh informasi pilpres, dengan mayoritas (7 informan) merupakan pemilih paslon 02. Paslon 02 diketahui melakukan kampanye masif di TikTok melalui positioning, branding, dan framing 'Gemoy' yang tertuju pada capres Prabowo Subianto, ditandai dengan konten yang menampilkan Prabowo berjoget diiringi lagu Tabrak-Tabrak Masuk serta challenge 'Joget Gemoy' selama masa kampanye.



**Gambar 1** Tagar #prabowogemoy dan Challenge Joget Gemoy di TikTok

Gambar ini menampilkan kolase foto dengan tagar #prabowogemoy yang menggambarkan strategi kampanye digital Prabowo Subianto pada Pilpres 2024. Kolase tersebut terdiri dari berbagai foto dan ilustrasi Prabowo dalam berbagai situasi yang dirangkai untuk membangun citra "gemoy" (menggemaskan) sebagaimana dijelaskan dalam teks penelitian sebelumnya. Terlihat beberapa foto Prabowo dengan ekspresi ramah, berpose, dan berpakaian formal maupun kasual, termasuk yang menunjukkan dia berinteraksi dengan masyarakat. Ada juga konten kartun atau animasi yang menggambarkan Prabowo dalam gaya yang lebih lucu dan menarik bagi pemilih muda.

Tagar #prabowogemoy ini merupakan bagian dari strategi positioning, branding, dan framing yang ditargetkan khususnya kepada pemilih Generasi Z di platform TikTok, yang berdasarkan penelitian berhasil menarik perhatian dan dukungan dari mayoritas informan Gen Z dalam studi tersebut.

Generasi Z memiliki karakteristik khas yang mempengaruhi pilihan mereka dalam mengakses informasi politik melalui media sosial. Mereka dikenal sebagai generasi digital yang hidup dalam dua dunia sekaligus, yakni nyata dan virtual. Menurut penelitian ini, seluruh informan menggunakan media sosial sebagai sumber utama informasi pilpres 2024, dengan beberapa di antaranya memiliki lebih dari satu akun media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X (Twitter). Keterikatan Gen Z dengan media sosial terbentuk karena perantara teknologi komunikasi seperti smartphone dan internet. Seperti yang diungkapkan oleh AUS (23 tahun), ia lebih memilih memperoleh informasi dari media sosial karena kesehariannya menggunakan handphone daripada menonton TV.

Media sosial menjadi pilihan utama Gen Z dalam mengakses informasi politik karena tiga alasan utama. Pertama, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan Gen Z, memungkinkan mereka terhubung dengan dunia virtual dan memperoleh informasi secara instan. Kedua, penyebaran informasi di media sosial yang cepat dan selalu terbaru (up to date) melalui konten viral memenuhi karakteristik Gen Z yang mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO). Menurut (Roberts and David 2020: 387), FoMO memiliki hubungan dengan intensitas penggunaan media sosial yang mendorong seseorang untuk terus terhubung. Ketiga, penyajian informasi media sosial yang singkat dan menarik melalui berbagai format, terutama video pendek, sesuai dengan sifat Gen Z yang *multitasking*.

Meskipun intensif mengakses informasi politik melalui media sosial, pemilih Gen Z cenderung bersikap kritis terhadap informasi yang diterima. Mereka menyadari adanya distorsi informasi dalam media sosial, sebagaimana diungkapkan oleh IRP (18 tahun) bahwa informasi di TikTok terkadang

merupakan pendapat pribadi dan kebanyakan tidak benar. Untuk menyikapinya, seluruh informan penelitian melakukan refleksi diri, yang menurut Hadirman (2009a: 187-188) merupakan kegiatan kognitif individu yang mendorong dirinya untuk membebaskan diri dari dogmatisme atau kesadaran palsu. Mereka melakukan penelusuran kebenaran informasi melalui berbagai cara, seperti mencari di internet (search engine), mengakses portal berita online yang kredibel, atau memeriksa platform media sosial lain yang dipandang lebih kritis seperti X.

Motif tindakan pemilih Gen Z dalam mencari informasi pilpres 2024 cenderung ingin mengetahui dan mengenali ketiga paslon yang berkompetisi. Menurut informan EPM (24 tahun), penting untuk meningkatkan pemahaman tentang kandidat pilpres dengan mengetahui visi misi dan program kerja yang akan dilakukan ke depannya. Meskipun demikian, beberapa informan pemilih paslon 02 seperti LC (20 tahun), RY (20 tahun), dan RW (24 tahun) cenderung hanya fokus mencari tahu tentang paslon yang sudah mereka tetapkan untuk dipilih dengan maksud memperkuat dan meyakinkan keputusannya. Temuan ini menunjukkan adanya kesadaran pemilih Gen Z tentang hak dan kewajiban politik mereka sebagai warga negara, serta dilandasi motif untuk kesejahteraan dan kemajuan bangsa.

Penelitian ini juga mengungkap bagaimana pemilih Gen Z mendiskusikan informasi yang mereka terima tentang pilpres 2024. Diskusi dilakukan secara informal dan tatap muka dengan teman sebaya di lingkungan sosial masing-masing, seperti teman kuliah, rekan kerja, teman organisasi, atau teman sekolah. Menariknya, dari proses diskusi yang dilakukan informan, hanya sedikit yang mencapai kesepahaman, terutama antara pemilih paslon 02 dengan non-pemilih paslon 02. Menurut NNF (23 tahun), pemilih paslon 02 cenderung menolak dan membercandakan fakta yang dibicarakan, serta menutup diskusi dengan menyatakan bahwa mereka tetap bertahan dengan pilihannya apapun kondisinya karena capres pilihannya "gemoy". Hal ini menunjukkan adanya polarisasi yang kuat di antara para pemilih.

Terlepas dari polarisasi yang terjadi, pemilih Gen Z tetap menunjukkan sikap menghormati perbedaan pilihan dalam diskusi politik. Menurut Habermas (2012b: 164), tindakan komunikatif bertujuan untuk mencapai kesepahaman yang ditandai adanya kesepakatan antar individu yang berkomunikasi. Meskipun kesepahaman sulit tercapai, para informan tetap menunjukkan sikap egaliter, toleran, dan terbuka terhadap perbedaan perspektif. Seperti diungkapkan oleh PAR (24 tahun), walaupun dalam diskusi dirinya memiliki motif persuasif, keputusan tetap dikembalikan kepada masing-masing individu sebagai wujud kebebasan berdemokrasi. Sikap ini menunjukkan tercapainya klaim validitas yakni klaim ketepatan (*rightness*) dalam tindakan komunikatif, di mana para informan berkomunikasi dengan memperhatikan aturan atau norma dalam komunikasi.

Pemahaman pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon presiden yang dipilihnya pada Pemilihan Presiden 2024. Dari analisis yang dilakukan, terlihat adanya perbedaan karakteristik dan motif yang signifikan di antara pemilih berdasarkan paslon yang dipilih. Pemilih paslon 01 (Anies-Muhaimin) cenderung memiliki tingkat pendidikan relatif tinggi (tamatan S1) dan umumnya bukan pemilih pemula. Motif utama mereka memilih paslon 01 didasarkan pada pengalaman kepemimpinan dan kompetensi Anies saat menjadi Gubernur DKI Jakarta. Mereka mengetahui rekam jejak Anies namun tidak terlalu memahami program spesifik yang ditawarkan pasangannya. Pemilih paslon 01 juga mengapresiasi strategi kampanye yang melibatkan dialog langsung dengan pemilih, seperti acara "Desak Anies" dan "Slepet Imin", yang memungkinkan interaksi dua arah antara kandidat dan masyarakat.

Berbeda dengan kelompok pertama, pemilih paslon 02 (Prabowo-Gibran) cenderung memiliki tingkat pendidikan relatif rendah (pelajar dan mahasiswa) dan didominasi oleh pemilih pemula. Motif pemilihan mereka lebih dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, terutama keluarga dan teman sebaya, serta faktor subjektif berupa kesukaan terhadap sosok Prabowo.

Yang menarik, banyak pemilih paslon 02 yang memiliki keterikatan dengan lingkungan TNI memilih Prabowo karena latar belakang militernya. Pengetahuan mereka tentang paslon juga cenderung hanya sebatas kepopuleran Prabowo sebagai jenderal dan politisi yang telah beberapa kali mengikuti kontestasi pilpres. Ironisnya, meskipun program "makan siang dan susu gratis" menjadi program unggulan yang mereka ketahui, mayoritas pemilih paslon 02 keliru dalam memahami tujuan dan target dari program tersebut.

Sementara itu, pemilih paslon 03 (Ganjar-Mahfud MD) menunjukkan sikap yang lebih kritis dalam memilih pemimpin. Mereka cenderung melakukan evaluasi terhadap rekam jejak negatif ketiga paslon dan memilih yang dipandang lebih baik secara moral. Pemilih kelompok ini memiliki pengetahuan tentang beberapa program spesifik paslon yang dipilih dan mengapresiasi strategi kampanye yang mengedepankan dialog antara paslon dengan pemilih. Meskipun jumlah informan dari kelompok ini relatif sedikit, mereka menunjukkan pola pemilihan yang lebih rasional dengan membandingkan ketiga paslon secara objektif dan mempertimbangkan aspek moral dalam keputusan mereka.

Strategi kampanye masing-masing paslon berpengaruh signifikan terhadap pembentukan pemahaman pemilih Gen Z. Paslon 01 dan 03 cenderung melakukan kampanye dua arah yang melibatkan dialog dengan pemilih, sedangkan paslon 02 lebih fokus pada kampanye satu arah dalam bentuk hiburan. Strategi positioning "gemoy" yang digunakan paslon 02 ternyata berhasil menarik perhatian pemilih Gen Z, terutama melalui platform TikTok. Prabowo yang sebelumnya dikenal dengan citra tegas dan kaku, ditampilkan sebagai sosok yang lucu dan menggemaskan melalui visualisasi kartun dengan AI serta tingkah laku berjoget yang viral di media sosial. Menariknya, banyak pemilih paslon 02 mengakui bahwa konten "gemoy" di TikTok mendorong mereka untuk memilih paslon tersebut, meski hal ini tidak relevan dengan kualifikasi ideal seorang pemimpin.

Penelitian ini juga mengungkap bahwa pemahaman pemilih Gen Z terhadap penampilan paslon dalam debat pilpres cenderung lebih fokus pada sikap dan tindakan kandidat daripada substansi argumen yang disampaikan. Dinamika debat pilpres 2024 yang memperlihatkan para kandidat saling menyerang, menjatuhkan, dan mengintimidasi membuat perhatian pemilih teralihkan dari gagasan dan program yang ditawarkan. Akibatnya, pertimbangan pemilih untuk menentukan kandidat menjadi lebih emosional daripada rasional. Dalam hal menyikapi isu negatif paslon, pemilih paslon 01 dan 02 cenderung bersikap subjektif dengan mengutamakan preferensi pribadi dan mentoleransi rekam jejak negatif paslon yang dipilih, sedangkan pemilih paslon 03 lebih objektif dalam membandingkan ketiga paslon.

Berdasarkan analisis terhadap teks abnormal pada Pilpres 2024, penelitian ini menemukan bahwa pemilih Gen Z terpapar berbagai informasi yang dimanipulasi untuk kepentingan elektoral. Pemilih paslon 01 dan 03 cenderung mampu mengatasi dan lepas dari distorsi komunikasi tersebut, namun pemilih paslon 02 mengalami distorsi sistematis sehingga tidak menyadari bahwa pemahaman mereka terganggu. Positioning "gemoy" Prabowo dinilai sebagai teks abnormal karena perubahan drastis dari sosok yang tegas dan kaku menjadi santai dan lucu terkesan tidak normal dan inkonsisten. Perubahan identitas ini hanya bertahan selama Pilpres 2024 dan setelah terpilih, Prabowo kembali menunjukkan sosoknya yang asli. Hal ini menunjukkan bahwa citra "gemoy" hanyalah strategi kampanye yang sengaja dirancang untuk memperoleh dukungan pemilih, khususnya Gen Z, tanpa benar-benar merepresentasikan karakter asli kandidat yang bersangkutan.

Teks abnormal dalam positioning gemoy berupa teks dan perilaku yang bukan berkonotasi negatif, menghibur, dan menyenangkan yang cenderung mengaburkan dan menjauhkan pemilih untuk menjadi rasional dan kritis dalam memilih pemimpin. Semua informan pemilih paslon 02 terdistorsi kampanye gemoy yang bagi mereka lucu dan menarik. Karena itu,

terdapat pemilih yang terdorong memilih paslon 02 karena gemoy.

*"Lucu sih kak menarik juga yang gemoy sama goyang-goyangnya itu apalagi buat anak zaman sekarang. Memang itu buat aku terdorong milih 02 karena aku juga kadang liat TikTok karena hal itu kan banyak di sana."* (RY, 2024).

Selain itu, kampanye gemoy dipandang pemilih paslon 02 mempengaruhi suasana pilpres 2024 menjadi tidak menegangkan. Seakan-akan memilih pemimpin tidak masalah bila ditanggapi dengan tidak serius, sebagaimana beberapa ungkapan berikut.

*"Terus gemoy menurutku background dari capres 02 TNI jadi kaku dan hanya dibeberapa part saja dia bisa welcome. Jiwa tentara dia juga masih kental apalagi dia jendral. Jadi menurutku itu (gemoy) sebagai pencair suasana. Kondisi pilpres kemarin itu kan lumayan panas kak dengan berbagai isu sana sini, tapi dengan kayak gitu beliau (Prabowo) terlihat enjoy, tanpa menggiring opini untuk membenci paslon lain".* (LC, 2024).

*"Di media social juga bagus, menarik gitu kak bagi anak-anak muda. Misalnya video mereka itu dibikin jedag-jedug, ada kata-katanya misal kayak fakta-fakta tentang Pak Prabowo, terus dikasih sound oke gas oke gas sama gemoy gemoy itu. Orang-orang ada juga ya kak milih 02 ini gara-gara itu. Tapi itu gak bener sih menurut aku, karena kita milihnya karena visi-misinya, programnya. Menurutku pribadi Pak Prabowo memang gemoy sih kak, badannya. Terus kucingnya, Bobby bikin aku tambah tertarik aja sih tapi bukan jadi alasan aku milih. Lagian baru pertama kali deh kayaknya pilpres dibuat lucu-lucuan kayak gitu, jadi lebih santai".* (IRP, 2024).

Strategi positioning "gemoy" paslon 02 juga berhasil memanfaatkan karakteristik Gen Z sebagai konsumen media sosial yang cenderung menyukai konten ringkas, menghibur, dan viral. Melalui transformasi citra Prabowo dari sosok tegas dan militeristik menjadi figur yang ramah dan menggemaskan, tim kampanye paslon 02 menciptakan fenomena komunikasi politik yang terdistorsi namun efektif. Konten-konten "gemoy" yang viral di TikTok,

Instagram, dan platform media sosial lainnya menarik perhatian pemilih muda bukan karena substansi politik yang ditawarkan, melainkan karena nilai hiburan dan keunikannya. Fenomena ini secara tidak langsung mendegradasi proses demokrasi dengan menggeser fokus dari diskusi kebijakan publik dan rekam jejak calon menuju personifikasi politik berbasis hiburan. Transformasi narasi politik menjadi konten hiburan viral ini merepresentasikan apa yang Habermas sebut sebagai "kolonisasi dunia kehidupan" di mana rasionalitas komunikatif tergeser oleh rasionalitas instrumental yang berorientasi pada tujuan elektoral semata.

Implikasi jangka panjang dari fenomena ini terhadap kualitas demokrasi Indonesia patut menjadi perhatian serius. Ketika pemilih, khususnya Gen Z yang merupakan segmen signifikan dalam demografi pemilih Indonesia, membuat keputusan berdasarkan faktor "gemoy" dan konten viral daripada pertimbangan substantif, maka integritas proses demokratis menjadi dipertanyakan. Normalisasi politik berbasis hiburan ini berpotensi menciptakan preseden berbahaya di mana kandidat politik masa depan akan lebih fokus membangun citra viral dan menghibur daripada mengembangkan kebijakan publik yang solid dan bermanfaat bagi masyarakat. Penelitian ini mengungkap betapa urgennya pengembangan literasi politik dan media kritis di kalangan Gen Z untuk membentengi mereka dari teks-teks abnormal dan distorsi komunikasi dalam kampanye politik. Tanpa kesadaran kritis, pemilih Gen Z berisiko terus menjadi objek manipulasi dari strategi kampanye yang menghibur namun mengaburkan esensi kepemimpinan demokratis yang sesungguhnya.

### **Implikasi Temuan Terhadap Kualitas Demokrasi Indonesia dan Pemilih Gen Z**

Fenomena komunikasi politik terdistorsi melalui strategi "gemoy" pada Pilpres 2024 memiliki implikasi serius terhadap kualitas demokrasi Indonesia. Ketika citra dan hiburan lebih berpengaruh daripada substansi kebijakan dalam menentukan pilihan pemimpin, proses demokratis mengalami

degradasi fundamental. Penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilih Gen Z, terutama pendukung paslon 02, membuat keputusan elektoral berdasarkan konten viral dan kampanye berbasis hiburan daripada evaluasi rasional terhadap rekam jejak dan kapabilitas kepemimpinan kandidat. Fenomena ini menciptakan apa yang disebut Habermas sebagai "kolonisasi dunia kehidupan" di mana rasionalitas komunikatif tergeser oleh rasionalitas instrumental yang berorientasi pada tujuan elektoral semata. Jika dibiarkan, tren ini berpotensi mengikis esensi demokrasi deliberatif yang mengharuskan warga negara membuat keputusan politik berdasarkan diskusi rasional dan pertimbangan yang matang. Kemampuan Gen Z untuk menilai secara kritis kualifikasi calon pemimpin menjadi terdistorsi oleh strategi branding politik yang mengutamakan persepsi daripada kenyataan, sehingga menciptakan pemilih yang mudah dimanipulasi oleh kekuatan politik dengan sumber daya untuk menciptakan konten yang viral dan menghibur.

Normalisasi politik berbasis hiburan menciptakan preseden berbahaya untuk kontestasi politik di masa depan. Kesuksesan strategi "gemoy" paslon 02 dalam memenangkan dukungan Gen Z kemungkinan akan mendorong kandidat politik lain untuk mengadopsi pendekatan serupa, semakin menjauhkan kampanye politik dari diskusi substantif tentang kebijakan publik. Para elit politik dan tim kampanye akan semakin berinvestasi dalam menciptakan konten viral daripada mengembangkan program kerja yang komprehensif, karena terbukti lebih efektif dalam memperoleh dukungan. Transformasi ini juga berimplikasi pada sistem kepartaian, di mana partai politik cenderung menjadi kendaraan personal bagi figur karismatik yang mampu menciptakan citra populer di media sosial, daripada institusi yang memperjuangkan ideologi dan platform kebijakan tertentu. Pada gilirannya, hal ini dapat memperdalam depolitisasi masyarakat Indonesia, terutama di kalangan Gen Z, dengan mengurangi proses politik menjadi sekadar kontes popularitas daripada arena untuk memperdebatkan arah pembangunan

nasional. Ini menandai pergeseran dari demokrasi substantif menjadi demokrasi performatif, di mana tampilan (appearance) lebih diutamakan daripada esensi (substance).

Distorsi komunikasi politik yang terungkap dalam penelitian ini berpotensi melanggengkan polarisasi dan memperlemah diskursus publik. Sikap defensif pemilih paslon 02 yang menolak terlibat dalam diskusi substantif dan menutup percakapan dengan alasan "tetap pilih karena gemoy" mencerminkan melemahnya ruang deliberasi dalam demokrasi Indonesia. Ketika pemilih tidak lagi bersedia mendiskusikan pilihan politiknya secara rasional, masyarakat kehilangan kemampuan untuk membangun konsensus berdasarkan pertukaran argumen yang sehat. Selain itu, fenomena "filter bubble" di media sosial semakin memperkuat polarisasi ini, di mana algoritma platform digital cenderung menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga menciptakan ruang gema (echo chamber) yang mempersempit perspektif pemilih. Dalam konteks pemilih Gen Z yang memperoleh informasi politik dominan dari media sosial, polarisasi ini semakin problematik karena menghambat kemampuan mereka untuk mengevaluasi informasi secara kritis dari berbagai sudut pandang. Tanpa intervensi yang tepat, polarisasi ini berpotensi terbawa hingga pemilu-pemilu selanjutnya, semakin mengikis kualitas diskursus demokrasi Indonesia.

Pendidikan politik dan literasi media kritis menjadi kebutuhan mendesak berdasarkan temuan penelitian ini. Gen Z, sebagai generasi digital native dengan akses tak terbatas pada informasi, paradoksalnya justru rentan terhadap manipulasi informasi ketika tidak dibekali kemampuan berpikir kritis. Pendidikan formal perlu mengintegrasikan komponen literasi media yang mengajarkan kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas sumber informasi, mengidentifikasi bias, dan membedakan antara fakta dan opini. Selain itu, pendidikan kewarganegaraan perlu diperkuat untuk menanamkan kesadaran tentang tanggung jawab demokratis warga negara yang tidak

hanya sebatas partisipasi dalam pemilihan, tetapi juga melibatkan pengawasan kritis terhadap kebijakan pemerintah dan diskusi publik yang sehat. Program-program yang mendorong partisipasi politik substantif Gen Z, seperti simulasi parlemen pemuda atau forum diskusi kebijakan publik, dapat membantu mengembangkan kemampuan analitis mereka dalam mengevaluasi kandidat politik. Peran keluarga dan lingkungan sosial dalam membentuk kesadaran politik kritis juga tidak boleh diabaikan, mengingat temuan penelitian bahwa pemilih paslon 02 sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan teman sebaya.

Perkembangan regulasi media sosial dan kampanye digital perlu mempertimbangkan temuan-temuan ini untuk melindungi integritas proses demokratis di era digital. Platform media sosial seperti TikTok telah terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk preferensi politik Gen Z, namun sering kali lolos dari regulasi kampanye konvensional. Pengawasan terhadap konten kampanye di media sosial perlu diperkuat, dengan standar yang lebih ketat terhadap penyebaran informasi yang menyesatkan atau mendistorsi pemahaman publik. Pada saat yang sama, upaya untuk meningkatkan transparansi algoritma platform media sosial dapat membantu mengurangi efek "filter bubble" yang memperkuat polarisasi. Di sisi lain, pemangku kebijakan juga perlu mengembangkan metode komunikasi politik yang lebih efektif untuk menjangkau Gen Z dengan informasi substantif tentang kebijakan publik dalam format yang sesuai dengan preferensi konsumsi media mereka. Ini mungkin melibatkan pemanfaatan konten kreatif dan menarik, namun tetap memprioritaskan akurasi dan kedalaman informasi. Keseimbangan ini penting untuk memastikan bahwa upaya meningkatkan keterlibatan politik Gen Z tidak mengorbankan kualitas diskursus demokratis. Dengan pendekatan komprehensif yang melibatkan regulasi, pendidikan, dan inovasi komunikasi politik, Indonesia dapat mengatasi tantangan distorsi komunikasi politik dan membangun generasi pemilih muda yang lebih kritis dan

berpengetahuan, sehingga memperkuat fondasi demokrasi di masa depan.

## KESIMPULAN

Pemahaman pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon dalam Pemilihan Presiden 2024, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik dan motif signifikan di antara pemilih berdasarkan paslon yang dipilih. Pemilih paslon 01 cenderung memiliki latar belakang pendidikan tinggi dan bukan pemilih pemula, dengan motif pemilihan berdasarkan pengalaman kepemimpinan Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta. Sementara pemilih paslon 02 didominasi pemilih pemula dengan tingkat pendidikan relatif rendah, yang motif pemilihannya lebih dipengaruhi faktor lingkungan sosial dan kesukaan subjektif terhadap sosok Prabowo, dengan beberapa mengakui terpengaruh oleh strategi positioning "gemoy" yang viral di TikTok. Pemilih paslon 03 menunjukkan sikap lebih kritis dengan melakukan evaluasi rekam jejak ketiga paslon. Penelitian ini mengungkap bahwa media sosial menjadi sumber utama informasi politik Gen Z, dengan TikTok sebagai platform dominan yang dimanfaatkan paslon 02 untuk kampanye masif. Meskipun Gen Z menyadari adanya distorsi informasi dan melakukan verifikasi, mereka tetap rentan terhadap teks abnormal, terutama pemilih paslon 02 yang mengalami distorsi sistematis akibat kampanye berbasis hiburan yang mendegradasi proses demokrasi dengan menggeser fokus dari kebijakan publik menuju personifikasi politik berbasis hiburan, menciptakan fenomena komunikasi politik yang terdistorsi namun efektif dalam memengaruhi keputusan elektoral pemilih muda.

## SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, direkomendasikan untuk melakukan studi longitudinal yang mengkaji konsistensi preferensi politik Gen Z pada pemilu berikutnya untuk melihat apakah pengaruh strategi "gemoy" bersifat jangka panjang atau hanya fenomena temporer. Penelitian selanjutnya juga perlu mengeksplorasi efektivitas berbagai model pendidikan politik

kritis yang dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum formal maupun informal untuk membangun resiliensi Gen Z terhadap distorsi komunikasi politik. Untuk praktik pemilu, regulator perlu mempertimbangkan revisi regulasi kampanye digital yang dapat membatasi manipulasi citra tanpa substansi, termasuk keharusan transparansi terkait konten yang disponsori dan nilai edukasi minimal dalam kampanye di media sosial. Penyelenggara pemilu juga perlu mengembangkan materi informasi pemilih yang dikemas sesuai preferensi Gen Z namun tetap memprioritaskan substansi, seperti konten interaktif tentang rekam jejak dan program kandidat. Dalam konteks pendidikan politik, institusi pendidikan perlu mengintegrasikan pelatihan literasi media dan pemikiran kritis dalam mata pelajaran kewarganegaraan, mengembangkan program simulasi pemilu berbasis evaluasi substansial terhadap kandidat, dan memfasilitasi diskusi politik inklusif yang mendorong Gen Z mengembangkan kerangka evaluatif mandiri terhadap kandidat politik berdasarkan pertimbangan rasional daripada daya tarik emosional atau hiburan semata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriadi, F. (2017). *Partisipasi politik virtual demokrasi netizen di Indonesia*. RMBOKS.
- Habermas, J. (2012). *Teori tindakan komunikatif II kritik atas rasio fungsionalis* (Nurhadi, Trans.). Kreasi Wacana.
- Hadirman, F. B. (2009). *Kritik ideologi: Menyingkap pertautan pengetahuan dan kepentingan bersama Jurgen Habermas*. Kanisius.
- Hadirman, F. B. (2015). *Seni memahami: Hermeneutik dari Schleiermacher sampai Derrida*. PT Kanisius.
- Novita, N. (2023). *Generasi Z dalam pemilu: Pola bermedia Generasi Z dalam pencarian informasi politik*. Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.1051>
- Redaksi Kompas. (2024). *Bansos di tahun*

politik. Kompas.

Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). *The social media party: Fear of missing out (FoMO), social media intensity, connection, and well-being*. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386–392.  
<https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646567>

Safitri, I. K. (2023). *Jokowi akan tetap cawe-cawe*. Tempo.Co.

Shabrina, D. (2024). *Bagikan bansos di masa kampanye, Jokowi disebut telah lakukan pembodohan*. Metro TV News.

Supraja, M. (2017). *Pengantar metodologi ilmu sosial kritis Jurgen Habermas*. Gadjah Mada University Press.

Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). *Media sosial dan pesan politik (Persepsi pemilih pemula dalam menerima pesan politik pada pemilihan umum 2019 melalui media sosial)*. *Research Fair Unisri*, 4(1).  
<https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3390>

Sutisna, A. (2023). *Analisis faktor-faktor non-elektoral potensi pemicu konflik pemilu tahun 2024*. *Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 94–112. DOI:  
<https://doi.org/10.46874/tkp.v5i1.964>.