

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan umum menjadi salah satu pilar fundamental dalam sistem demokrasi, di mana setiap warga negara diberikan hak untuk menentukan pilihan terhadap calon pemimpin yang dianggap layak dan mampu menjalankan tugas pemerintahan dengan baik. Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) tahun 2024 menjadi momentum krusial dalam dinamika politik nasional, terutama di wilayah ibu kota negara. Penyelenggaraan Pilkada ini dilaksanakan setelah tahapan Pemilu Presiden dan Pemilu Legislatif, serta serentak dengan pelaksanaan di 36 provinsi lainnya di seluruh Indonesia. Jakarta merupakan satu-satunya wilayah setingkat provinsi di Indonesia yang hanya menyelenggarakan pemilihan gubernur dan wakil gubernur, tanpa disertai pemilihan wali kota atau bupati. Kondisi ini mencerminkan kekhasan struktur pemerintahan daerah di Jakarta. Pilkada Jakarta 2024 tidak hanya menjadi arena persaingan politik, tetapi juga menjadi momentum penting bagi masyarakat dalam mengambil peran aktif menentukan arah pembangunan dan masa depan ibu kota.

Dalam dinamika politik Indonesia kontemporer, pemilih muda terutama dari kalangan Generasi Z mulai memegang peranan yang semakin strategis dan berpengaruh. Menurut KPU Jakarta Pusat pemilih Generasi Z sebanyak 23% atau Terdapat sebanyak 183.103 pemilih yang menggunakan hak suaranya dari total 813.721 orang yang tercatat dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT). Fenomena

ini mengindikasikan bahwa Generasi Z memiliki potensi yang besar dalam memengaruhi arah dan hasil proses politik dalam kontestasi Pemilihan Gubernur Jakarta 2024. Kendati jumlah pemilih muda tergolong besar, perilaku politik Generasi Z menunjukkan dinamika yang cukup kompleks. Kelompok ini dikenal ekspresif, terbuka terhadap arus informasi, serta aktif dalam ruang digital. Namun demikian, preferensi politik mereka kerap kali bersifat fluktuatif dan mudah berubah, khususnya ketika terpapar oleh derasnya informasi yang beredar di media sosial. Dalam banyak situasi, pilihan politik Generasi Z tidak sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan rasional atau ideologis, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor emosional, daya tarik visual, maupun pengaruh figur publik yang mereka ikuti di platform digital.

Fenomena ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Di satu sisi, Generasi Z memiliki potensi untuk menjadi pemilih yang kritis dan berdaya apabila memperoleh edukasi politik yang memadai. Namun di sisi lain, kelompok ini juga rentan terhadap manipulasi informasi serta pengaruh eksternal, termasuk dukungan politik yang dilakukan oleh *influencer* melalui media sosial. Hal ini menunjukkan pentingnya dilakukan penelitian secara mendalam guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana proses pengambilan keputusan politik Generasi Z terbentuk, serta berbagai faktor yang memengaruhi pilihan mereka, khususnya dalam konteks menjelang pemilihan Gubernur Jakarta 2024.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya melalui media sosial, telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh dan

menyebarkan informasi (Revolusi, 2024). Salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan remaja dan generasi muda saat ini adalah Instagram (Indrawan et al., 2023). Dengan fitur berbagi gambar, video, dan informasi secara *real-time*, Instagram menjadi media komunikasi yang efektif dan banyak digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk dalam ranah politik. Tingginya penggunaan Instagram di kalangan siswa menimbulkan pertanyaan mengenai seberapa besar platform ini dapat memengaruhi keputusan memilih mereka (Dania & Khoirotun Nisa, 2023).

Keberadaan media sosial telah menyatu dalam berbagai aspek kehidupan manusia modern seperti generasi muda termasuk Generasi Z, Generasi yang lahir dalam rentang waktu antara tahun 1997 sampai dengan 2012, merupakan salah satu segmen pemilih potensial dalam Pemilihan Gubernur Jakarta 2024. Generasi ini tumbuh di era digital dan dikenal sangat akrab dengan teknologi, termasuk media sosial. Karakteristik Generasi Z yang kritis, terbuka terhadap inovasi, dan cenderung mengandalkan informasi dari media sosial membuat mereka menjadi target utama dalam berbagai kampanye politik modern. Generasi Z, sebagai kelompok demografis yang mendominasi populasi saat ini, memegang peran strategis dalam pelaksanaan pemilihan umum (Rosa et al., 2024).

Berdasarkan studi dari Hootsuite, *engagement rate* di Instagram, terutama di kalangan usia 16-24 tahun, sangat tinggi, yang berpotensi berkontribusi pada penyebaran informasi politik selama masa kampanye. Hal tersebut dikuatkan oleh KPU, sebanyak 55% pada Pemilu 2024 didominasi oleh

generasi Z dan milenial. Hal ini menunjukkan pentingnya pendekatan yang tepat dalam menjangkau kelompok ini melalui media sosial, mengingat mereka akan menjadi bagian besar dari pemilih. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), tercatat bahwa sebanyak 60,6% generasi muda memperoleh informasi politik melalui platform media sosial. Dari data tersebut, 22,3% menyatakan sering mengakses berita politik di platform seperti Instagram dan TikTok.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, kini menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi, membangun citra, dan memengaruhi opini publik. Dalam beberapa tahun terakhir, strategi komunikasi politik melalui media sosial semakin populer, terutama dengan menggunakan *influencer* sebagai *endorser* dalam kampanye politik. *Influencer*, yang memiliki basis pengikut besar dan loyal di media sosial, sering dianggap mampu menyampaikan pesan politik dengan cara yang lebih personal, relevan, dan efektif dibandingkan media tradisional.

Endorsement dari *influencer* di Instagram, yang dianggap mampu memengaruhi pandangan dan keputusan pemilih Generasi Z. Namun, efektivitas strategi ini masih menjadi perdebatan. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *influencer* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam hal pemilihan produk (Djafarova & Rushworth, 2017a). Di sisi lain, masih sedikit penelitian yang secara spesifik membahas dampak *endorsement influencer* terhadap keputusan politik, khususnya di kalangan Generasi Z di Indonesia. Hal ini menimbulkan

pertanyaan penting: sejauh mana keterkaitan *endorsement influencer* Instagram dengan keputusan pemilih Generasi Z dalam konteks politik?

Dari observasi pendahuluan yang dilaksanakan di SMAN 21 Jakarta,, diketahui bahwa mayoritas siswa kelas XI sebagai pemilih pemula aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram untuk memperoleh informasi terkait politik dan kampanye. Sebagian besar mereka mengikuti akun milik *influencer* populer yang secara terbuka menyatakan dukungan terhadap kandidat tertentu dalam kontestasi Pemilihan Gubernur Jakarta 2024. Namun demikian, ketika ditelusuri lebih lanjut mengenai alasan di balik pilihan politik mereka, sebagian besar responden belum mampu menjelaskan secara jelas apakah keputusan tersebut dipengaruhi oleh figur *influencer*, informasi yang diperoleh dari lingkungan sekolah, keluarga, atau pengalaman pribadi.

Kondisi ini mencerminkan ketidakjelasan mengenai sumber utama yang memengaruhi proses pengambilan keputusan politik di kalangan Generasi Z. Dalam perspektif psikologi komunikasi, pembentukan sikap politik tidak selalu dilandasi oleh proses berpikir yang rasional. Petty dan Cacioppo (1986), melalui *Elaboration Likelihood Model* (ELM) mengemukakan bahwa persuasi dapat terjadi melalui dua jalur: jalur sentral, yang mengandalkan argumen logis dan pemrosesan informasi secara mendalam, serta jalur periferal yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kredibilitas atau daya tarik komunikator. Dalam konteks ini siswa belum memiliki tingkat keterlibatan politik yang tinggi cenderung memproses informasi melalui jalur periferal, sehingga kehadiran *influencer* di platform seperti Instagram dapat menjadi faktor penentu dalam

preferensi politik mereka, meskipun pengaruh tersebut tidak selalu disadari secara sadar oleh yang bersangkutan.

Dengan demikian, meskipun siswa SMAN 21 Jakarta telah terpapar konten politik yang disampaikan oleh para *influencer* melalui platform Instagram, belum terdapat bukti ilmiah yang dapat memastikan sejauh mana *endorsement* tersebut benar-benar memengaruhi keputusan memilih mereka. Oleh karena itu diperlukan suatu penelitian kuantitatif guna menguji hubungan antara *endorsement* dari *influencer* dengan keputusan memilih di kalangan pemilih pemula Generasi Z, khususnya dalam konteks Pemilihan Gubernur Jakarta 2024.

Berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan *endorsement influencer* Instagram dengan keputusan memilih Generasi Z, khususnya Siswa Kelas XI SMAN 21 Jakarta, pada Pemilihan Gubernur Jakarta 2024. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh kontribusi berarti dalam menelaah pola perilaku politik di kalangan Generasi Z serta Menjadi referensi bagi tim kampanye dalam mengembangkan strategi komunikasi yang relevan dan efektif.

Penelitian ini merupakan pengembangan kajian pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), khususnya dalam konteks pendidikan politik dan pembentukan warga negara yang cerdas digital dan partisipatif. PPKn tidak hanya berfokus pada pemahaman norma dan nilai konstitusi, tetapi juga membentuk kesadaran politik dan sikap kritis terhadap dinamika demokrasi di era digital. Generasi Z sebagai pemilih pemula merupakan subjek penting dalam

pendidikan kewarganegaraan karena mereka adalah bagian dari warga negara masa kini yang menghadapi kompleksitas informasi, termasuk yang bersumber dari media sosial.

Dengan mengkaji hubungan *endorsement influencer* terhadap keputusan memilih, penelitian ini memberikan gambaran bagaimana proses pengambilan keputusan politik generasi muda terbentuk, serta apa saja tantangan dan peluang dalam membina karakter warga negara yang rasional, bertanggung jawab, dan tidak mudah terpengaruh oleh manipulasi digital. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pendidikan kewarganegaraan berbasis media digital, serta menjadi bahan refleksi dalam merancang kurikulum PPKn yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan karakteristik pemilih muda.

B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada penjabaran latar belakang di atas, maka terlihat beberapa masalah yang teridentifikasi antara lain sebagai berikut:

1. Apakah *endorsement influencer* Instagram memiliki hubungan terhadap keputusan pemilih Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Jakarta 2024?
2. Melalui jalur kognitif yang mana Generasi Z memproses informasi politik dari *influencer*: jalur pusat (berbasis argumen) atau jalur periferal (berbasis visual dan emosi)?
3. Apakah Generasi Z mempertimbangkan substansi pesan politik dari *influencer* atau lebih terpengaruh oleh popularitas dan tampilan *influencer* dalam menentukan pilihan politiknya?

C. Pembatasan Masalah

Pada setiap penelitian yang akan dilaksanakan tentunya harus mempunyai batasan masalah. Mengacu pada identifikasi masalah yang diberikan, maka pembatasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan membahas mengenai substansi hubungan antara *endorsement influencer* Instagram dengan keputusan pemilih generasi z.
2. Penelitian ini hanya akan membahas pada pemilihan Gubernur Jakarta 2024 dan menysasar kepada Siswa/i Kelas XI SMAN 21 Jakarta.

D. Perumusan Masalah

Mengacu pada pembatasan masalah tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah “Apakah terdapat hubungan antara *endorsement influencer* Instagram dengan keputusan pemilih Generasi Z dalam Pemilihan Gubernur Jakarta 2024?”

E. Manfaat Penelitian

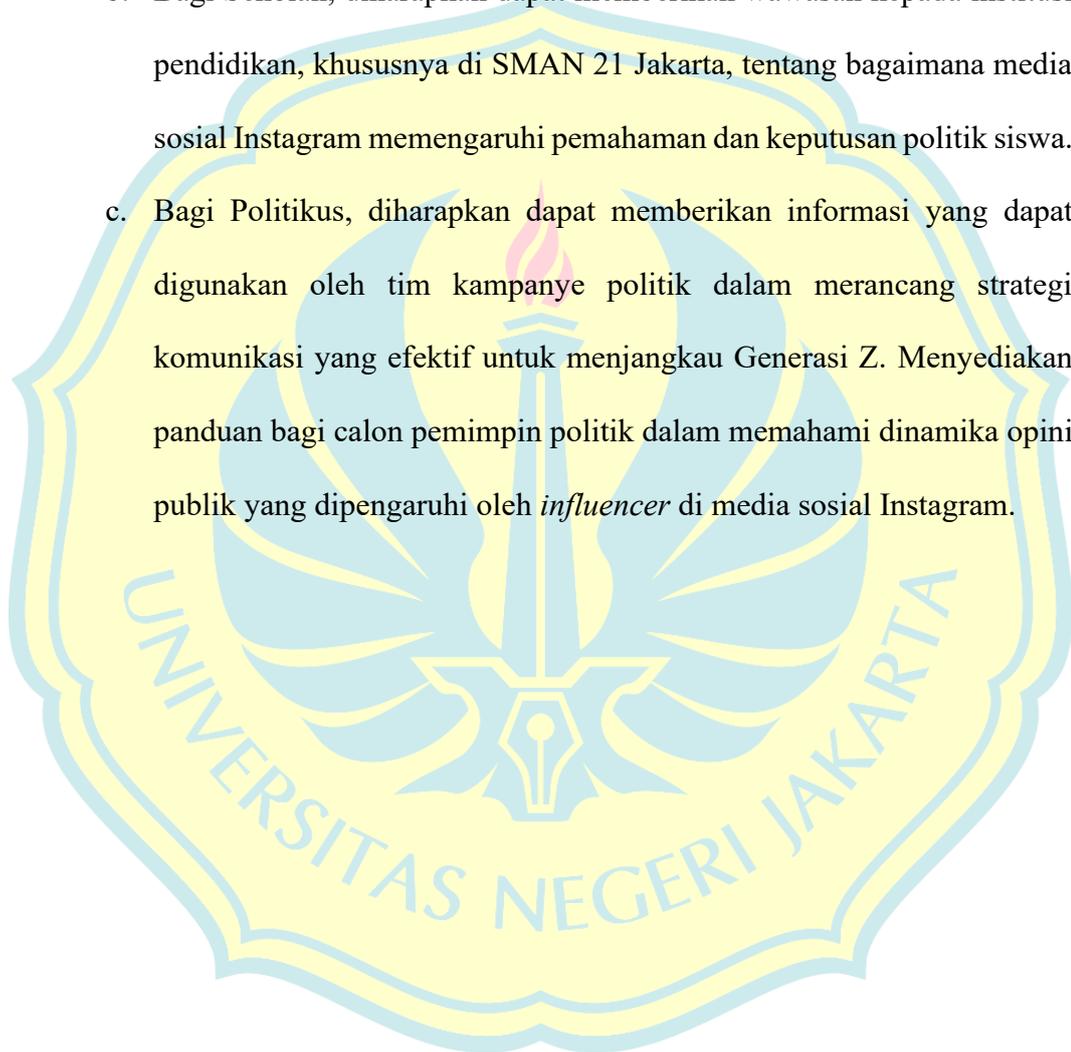
Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini di harapkan Memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi politik, khususnya dalam hubungan antara *endorsement influencer* Instagram dengan keputusan pemilih Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Siswa, diharapkan Generasi Z sebagai pemilih pemula dapat lebih menyadari peran penting mereka dalam proses demokrasi, sehingga mereka membuat keputusan berdasarkan pertimbangan yang matang.
- b. Bagi Sekolah, diharapkan dapat memberikan wawasan kepada institusi pendidikan, khususnya di SMAN 21 Jakarta, tentang bagaimana media sosial Instagram memengaruhi pemahaman dan keputusan politik siswa.
- c. Bagi Politikus, diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan oleh tim kampanye politik dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau Generasi Z. Menyediakan panduan bagi calon pemimpin politik dalam memahami dinamika opini publik yang dipengaruhi oleh *influencer* di media sosial Instagram.



Intelligentia - Dignitas