

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berjalannya waktu, manusia mengalami perubahan dalam pandangan hidup dan cara menyikapi kemajuan. Setiap tahun, manusia menemukan cara-cara baru untuk menghadapi tantangan dan perubahan. Lingkungan juga memainkan peran penting dalam menentukan keputusan karena adanya beragam definisi dan pandangan yang digabungkan untuk mencapai kesepakatan politik. Dengan berkembangnya zaman, setiap generasi memiliki pandangan yang berbeda dalam menghadapi keputusan. Keputusan tersebut lahir dari faktor-faktor penting yang mendasarinya, dan setiap keputusan memiliki alasan serta sejarah tersendiri di setiap generasi.

Berdasarkan hasil riset IDN Research Institute bersama Advisia dalam laporan Indonesia Gen Z Report 2024 (2024), sebanyak 70,72% dari total populasi Indonesia berada dalam kelompok usia produktif, yakni antara 15 hingga 64 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia sedang menikmati bonus demografi yang diharapkan dapat membantu negara mencapai masa keemasannya pada tahun 2045. Pada tahun 2045, Indonesia diprediksi akan mencapai masa keemasannya berkat bonus demografi yang dialaminya saat ini. Lahir antara tahun 1995 dan 2012, Generasi Z saat ini merupakan kelompok generasi terbesar di Indonesia, yang terdiri dari sekitar 74,93 juta individu, atau 27,94% dari keseluruhan populasi negara. Jumlah mereka bahkan lebih banyak daripada generasi milenial yang merupakan 25,87% dari total populasi negara, atau lebih dari 69,38 juta orang, menjadikan mereka generasi terbesar kedua di Indonesia.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012, tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Jika sebelumnya informasi hanya dapat diakses melalui media massa seperti televisi atau koran, kini dengan kemajuan teknologi, informasi dapat dengan mudah diperoleh melalui ponsel pintar. Perkembangan media sosial juga memungkinkan penyajian informasi dalam format video, mirip dengan cara televisi menyampaikan berita. Namun, perbedaannya adalah bahwa

sekarang setiap informasi dapat ditanggapi atau diberi pendapat pribadi. Hal ini memudahkan Generasi Z dalam mencapai keputusan politik. Di sisi lain, kemudahan akses informasi juga membuat Generasi Z lebih rentan terhadap isu-isu liar karena informasi tersebut belum melalui proses penyaringan yang ketat, sehingga siapa saja dapat mengirimkan atau mempublikasikan informasi tanpa pengawasan ketat.

Kemajuan teknologi dalam pengaksesan informasi kini mengacu pada penggabungan informasi secara digital dan terintegrasi. Menurut Miles, Rice, dan Barr dalam *Media: An Introduction 3rd edition* (Flew, 2008), Media baru adalah hasil dari kombinasi berbagai teknologi, seperti teknologi informasi dan komputer, jaringan komunikasi, dan media dan pesan informasi digital. Kombinasi berbagai aspek teknologi ini dapat menciptakan aplikasi atau media baru yang mempermudah komunikasi sosial, memungkinkan isu-isu muncul dengan cepat, dan mempengaruhi keputusan secara dinamis.

Namun, penggiringan opini terhadap suatu pihak tanpa pengawasan yang ketat menjadi sangat krusial, terutama karena Generasi Z sering kali dituntut untuk membuat keputusan berdasarkan isu-isu yang beredar di media sosial. Mereka cenderung lebih berfokus pada rasionalitas dalam menilai suatu pihak, seperti yang terjadi saat ini. Menurut Amy dan Walter (2019), pemilih yang belum menentukan pilihan (*swing voters*) cenderung tidak menaruh "banyak perhatian" pada apa yang terjadi di pemerintahan dan politik nasional, serta lebih kecil kemungkinannya untuk menganggap hasil pemilu presiden sebagai hal yang sangat penting dibandingkan dengan pemilih yang sudah memutuskan.

Sebagai generasi yang melek akan perkembangan teknologi, media sosial menjadi tempat bagi para Generasi Z atau lebih akrab dengan panggilan Gen Z untuk mendapatkan informasi. Berdasarkan hasil riset Indonesia Gen Z Report 2024 oleh IDN Research Institute bersama Advisia menemukan bahwa sebanyak 73% Gen Z lebih memilih media sosial sebagai sumber utama untuk mencari dan mengakses berita. Selain itu, berdasarkan data survey oleh Meta menyatakan bahwa 85% Gen Z menggunakan media sosial hanya untuk mengikuti tren, berinteraksi dengan teman, membagikan pengalaman, memperluas jaringan sosial,

mempengaruhi pendapat, dan mengekspresikan diri. Berdasarkan jenis konten yang tersaji di sosial media, sebanyak 60% Gen Z menyukai konten campuran antara video dan foto dengan durasi pendek. Selain itu, media sosial Instagram dan Tik Tok masih menjadi dua sosial media favorit bagi para Gen Z dengan rata-rata penggunaan harian 1 – 6 jam.

Dalam perkembangan zaman saat ini, muncul elemen baru dalam penyebaran informasi, terutama mengenai isu politik. Media sosial tidak lagi hanya berisi video lucu atau fenomena alam, tetapi kini juga dipenuhi dengan pesan-pesan yang mengarah pada isu-isu politik. Apalagi, pada tahun 2024 akan diadakan dua kali hajatan pesta politik, yaitu Pemilu serentak yang sudah dilaksanakan pada bulan Februari 2024 lalu dan yang terbaru akan ada Pilkada Serentak pada Bulan November 2024 nanti. Efek domino yang akan terjadi karena adanya pemilu dan pilkada yaitu penyebaran isu politik di media sosial yang begitu masif. Kemampuan Generasi Z dalam menerima informasi menjadi tantangan tersendiri, karena masifnya penyebaran informasi di media sosial sering kali membuat mereka kesulitan membedakan antara berita yang faktual dan berita yang tergolong hoaks.

Dalam bukunya "*Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and the Public Sphere*," Axel Bruns (2018) membahas bagaimana media sosial telah mengubah proses distribusi dan konsumsi informasi politik. Bruns memperkenalkan konsep "*gatewatching*," di mana pengguna media sosial tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif, tetapi berperan aktif dalam memilih, menyebarkan, dan mengomentari isu-isu politik. Dengan demikian, mereka tidak lagi sepenuhnya bergantung pada *gatekeepers* tradisional seperti jurnalis, melainkan ikut serta dalam proses kurasi dan penyebaran informasi, yang memperkaya serta mempercepat penyebaran isu-isu politik di ruang publik. Mirisnya, berdasarkan data dari Indonesia Gen Z Report 2024 menyatakan bahwa hanya ada 8% yang memiliki kepedulian terhadap isu politik yang ada di Indonesia. Padahal berdasarkan data yang di himpun oleh KPU pada pemilu 2024 menyatakan bahwa sebanyak 46.800.161 pemilih atau sebanyak 22,85% dari total DPT Pemilu 2024.

Sebagai bagian dari pemilih dalam Pilkada 2024, Generasi Z tergolong sebagai pemilih pemula. Pemilih pemula merupakan individu yang telah memenuhi syarat

untuk memilih dan baru pertama kali menggunakan hak pilihnya. Kelompok ini umumnya terdiri dari pelajar berusia 17 hingga 21 tahun. Selain itu, terdapat pula kelompok muda lain yang baru pertama kali memberikan suara, seperti mahasiswa semester awal serta pemuda yang belum mencapai usia 17 tahun pada pemilu sebelumnya.

Dengan menyebarnya informasi politik yang begitu masif menjelang Pilkada, media sosial menjadi stimulus bagi para generasi Z yang menerima informasi isu politik sehingga menimbulkan respon timbulnya persepsi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi diartikan sebagai proses mengamati bagaimana rangsangan bergabung, sesuatu yang diketahui melalui indra, serta kemampuan dalam memahami dan menafsirkan informasi yang diterima. Pembentukan persepsi dimulai dengan menerima rangsangan, memilih, mengorganisasi, menafsirkan, mengecek, dan reaksi terhadap rangsangan tersebut.

Pada Pilkada Kota Malang 2024, Abah Anton yang merupakan mantan Walikota Kota Malang Periode 2013 – 2018 yang juga mantan narapidana korupsi pada masa akhir jabatannya di tahun 2018. Sebagai seorang mantan koruptor yang mencalonkan diri sebagai calon Walikota, kredibilitas menjadi suatu hal yang dipertanyakan dari Abah Anton bagi warga Kota Malang, salah satunya generasi Z. Sebagai generasi yang bergantung pada media sosial, terpaan informasi mengenai Abah Anton baik itu yang positif ataupun negatif di sosial media menjelang Pilkada menjadi hal yang lumrah. Dengan adanya hal tersebut, persepsi generasi Z mengenai Abah Anton sebagai Calon Walikota Kota Malang bisa terbentuk.

Berdasarkan hal tersebut, Teori Disonansi Kognitif digunakan dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan penelitian ini, dimana dalam penelitian ini yang menjadi stimulus adalah informasi di media sosial mengenai Abah Anton.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan analisis masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi Generasi Z di Kota Malang terhadap Abah Anton sebagai calon Walikota setelah menerima terpaan media?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan persepsi Generasi Z di Kota Malang terhadap Abah Anton sebagai calon Walikota setelah menerima terpaan media.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi politik, khususnya dalam memahami bagaimana persepsi mengenai isu politik terbentuk di kalangan Generasi Z.

#### **2. Manfaat Praktis**

Memberikan wawasan bagi tim kampanye politik tentang bagaimana pemilih muda memandang calon-calon politik dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi pandangan mereka.