

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia akan melaksanakan pemilihan umum pada tahun 2024, hal ini diatur pada Pasal 22E ayat (6) UUD 1945 untuk memilih anggota Presiden dan Wakil Presiden. Pemilu sebagai ajang bagi masyarakat untuk memakai hak suara untuk memilih pemimpin di negara demokratis untuk melanjutkan estafet pemerintahan yang akan menentukan arah bangsa Indonesia kedepannya. Pemilu mempunyai 4 fungsi utama, yaitu: sebagai legitimasi rakyat terhadap pemegang kekuasaan dan pemerintahan, membentuk wakil politik rakyat, berfungsi untuk pembaruan elit penguasa serta terakhir sebagai menjadi sarana pendidikan politik bagi rakyat. Partisipasi politik sangatlah penting untuk menyuarakan keresahan, dukungan dan keinginan masyarakat serta sebagai indikator jalannya demokrasi dan perwujudan dari kedaulatan rakyat yang suaranya akan mempengaruhi kebijakan publik. Partisipasi pada pemilu menjadi ajang untuk memilih di pesta demokrasi dan menjadi tempat para calon untuk mengeluarkan ide-ide serta gagasan dalam membangun bangsa. Partisipasi politik juga menjadi bentuk peduli warga negara terhadap kehidupan bernegara. Aktifnya pemuda dalam dinamika serta kegiatan politik akan membentuk kemajuan dalam negaranya (Ma Arif & Andriyani, n.d.)

Pada pelaksanaan Pemilu 2024 KPU telah menetapkan 17 peserta partai politik nasional yang telah lolos berdasar verifikasi administrasi dan faktual sebagai peserta pada Pemilu 2024, hal ini berdasarkan sebuah Keputusan KPU nomor 518 tahun 2022. Partai politik harus memenuhi syarat untuk bisa mengajukan capres

dan cawapres hal tersebut tertera pada Pasal 222 UU No. 7/2017. Dimana isi pada UU tersebut adalah “Pasangan Calon diusulkan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik Peserta Pemilu yang memenuhi persyaratan perolehan kursi paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% (dua puluh lima persen) dari suara sah secara nasional pada Pemilu anggota DPR sebelumnya.” sehingga dengan adanya aturan tersebut partai yang tidak memenuhi harus membentuk koalisi untuk bisa mencalonkan capres dan cawapres. Saat ini, sudah ada tiga koalisi partai yang sudah terbentuk, yaitu Koalisi Perubahan untuk Persatuan (KPP) yang didukung oleh tiga partai yaitu Nasdem, PKB, PKS dengan total kursi sebanyak 167, kemudian ada Koalisi Indonesia Maju (KIM), yaitu dari Partai Gerindra, Partai Golongan Karya, Partai Amanat Nasional, dan Partai Demokrat dengan total sebanyak 261 kursi, dan terakhir Parpol koalisi pendukung Ganjar Pranowo dengan dukungan dari PDIP dan PPP dengan jumlah kursi 147. Pada saat ini ketiga koalisi sudah bisa mengajukan calon karena sudah memenuhi jumlah dari *presidential threshold*.

Beberapa koalisi yang sudah mengusung capres dan cawapres adalah Koalisi Perubahan untuk Persatuan mengusung Gubernur DKI Jakarta 2017/2022 yaitu Anies Baswedan sebagai calon presiden dan Muhaimin Iskandar sebagai calon wakil presiden. Koalisi Indonesia Maju mengusung Menteri Pertahanan Indonesia dan Ketua umum Partai Gerindra yaitu Prabowo Subianto. PDIP dan PPP sebagai koalisi mengusung Gubernur Jawa Barat yaitu Ganjar Pranowo. Capres yang diusung oleh Koalisi dan partai mempunyai citra mereka sendiri pada jabatan sebelumnya. Mendekati Pemilu 2024 capres yang telah diusung oleh partai politik

kembali melakukan branding dengan strategi komunikasi politik mereka untuk memperoleh dukungan dari masyarakat.

Partisipasi politik menjelang Pemilu 2024 didominasi oleh pemilih muda yaitu generasi Z dan milenial. Melalui data rekapitulasi daftar pemilih sementara untuk tingkat nasional, untuk Pemilu 2024 berjumlah 205.853.518 (Humas KPU, “DPS Pemilu 2024, 205 Juta Pemilih,”). Data pemilih sementara masih bisa berubah sampai mendekati hari Pemilu 2024 dilaksanakan. Penduduk Indonesia yang masuk kategori generasi Z (lahir pada rentang tahun 1997-2012) adalah sebanyak 27,94 persen (“Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z,” data.goodstats.id). Pada Pemilu 2024 pemilih muda berusia 17-40 tahun lebih dominan dibandingkan yang lain. Dimana jumlah dari pemilih muda berkisar 107 juta jiwa atau sekitar 53-55 persen dari total jumlah pemilih (“KPU: Pemilu 2024 didominasi pemilih muda Berusia 17-40,” Republika). Sehingga dari data tersebut pemilih muda lebih dominan dalam memberikan suara di pemilu 2024. Sehingga upaya pengenalan politik terhadap pemilih muda gencar dilakukan oleh partai politik untuk menarik minat untuk berpartisipasi dalam Pemilu 2024.

Strategi komunikasi politik untuk membangun opini publik terhadap aktor politik dalam penelitian ini adalah Ganjar Pranowo bisa dengan berbagai cara seperti dengan video, pertunjukan televisi, dan kolaborasi dengan influencer untuk menciptakan impresi tentang aktor politik tersebut. Menurut Kamarudin (Hasan, n.d.) komunikasi politik berhubungan erat dengan pencitraan politik. Pencitraan dilakukan secara persuasif untuk mendapatkan kognisi antara kandidat dengan para pemilih. Pembentukan citra dalam politik ini bisa disebut sebagai *political*

*marketing* karena menjual aktor politik ke masyarakat agar mendapatkan opini yang diinginkan. Citra politik merupakan strategi seorang aktor politik dalam menciptakan kepribadian yang diinginkan dengan kepercayaan yang diinginkan dalam benak pemilih (Hasan, n.d.).

Perkembangan teknologi menjadi kunci untuk melakukan branding dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial menjadi tempat publik (*Public sphere*) dimana masyarakat bebas menyuarakan pendapat mereka dan pilihan mereka seperti mendukung dan menolak. Mudahnya penyebaran informasi di media sosial membuat masyarakat mendapatkan informasi dari mana saja dan kapan saja. Media sosial sekarang menjadi alat untuk melakukan kampanye dan branding untuk membentuk citra politik capres. Salah satu media sosial untuk bertukar pendapat dan mengutarakan opininya adalah twitter. Twitter merupakan platform media sosial yang bisa mengirim gambar, video, suara, dan lebih fokus text dengan batasan 280 kata yang disebut kicauan atau cuitan. Penggunaan twitter yang berfokus pada teks akan membentuk diskusi dan opininya mengenai suatu fenomena. Pengguna twitter di Indonesia merupakan pengguna terbanyak dengan urutan ke 5 sebanyak 18.45 juta, (Hanadian Nurhayati, “Breakdown of Social Media Users by Age and Gender in Indonesia”) dan kelompok usia pengguna twitter 18-26 sebanyak 25,2% dan 26-34 tahun 26,6% (“Proporsi Pengguna Twitter,” katadata.co.id.)

Perspektif Opini publik ini akan berpengaruh dalam penilaian kepada orang yang membaca mengenai suatu fenomena. Penggunaan twitter dalam membangun citra akan ditentukan oleh hubungan yang dibangun secara terus menerus sehingga

adanya kedekatan dengan masyarakat. Informasi yang diberikan ke masyarakat haruslah tepat karena hal tersebut yang membentuk opini masyarakat dalam membentuk citra baik. Citra dalam sudut pandang humas diartikan sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan) atas jabatan, kebijakan yang dibuat atau jasa-jasa dari suatu organisasi maupun perusahaan (Amanda M, n.d.). Sarana pembentukan opini publik menggunakan media sosial merupakan hal yang relevan dalam membentuk citra terhadap kalangan generasi z yang mayoritas pemilih muda dan generasi melek teknologi.

Penggunaan twitter sebagai sarana komunikasi digunakan oleh capres 2024 yaitu Ganjar Pranowo. Ganjar Pranowo menggunakan akun twitter untuk berinteraksi dengan masyarakat ketika ada terjadi keluhan maupun laporan di Jawa Tengah. Akun twitter Ganjar Pranowo sering melakukan tweet mengenai kampanyenya sebagai capres 2024 dan tugasnya sebagai Gubernur Jawa Timur. Sentimen positif akun twitter Ganjar Pranowo melalui penelitian lebih tinggi dari capres 2024 yang lain yaitu sebesar 55% (Putri Nardilasari et al., 2023). Ganjar Pranowo bergabung dengan twitter pada tahun 2010 dan memiliki 3.7 juta pengikut pada 2023. Ganjar Pranowo sebagai Gubernur Jawa Tengah memanfaatkan media sosial twitter sebagai salah satu media yang dimanfaatkan untuk layanan aduan masyarakat.

Ganjar Pranowo dideklarasikan sebagai capres oleh PDIP pada bulan April 2023. Pemilihan Ganjar Pranowo memiliki dasar selain berprestasi juga mempunyai citra pada saat menjabat menjadi Gubernur Jawa Tengah. Ganjar Pranowo selalu muncul sebagai kepala daerah terpopuler yang menandakan

popularitas tersebut didapat dari citra yang baik terbukti dari menjabatnya Ganjar Pranowo selama dua periode sebagai Gubernur Jawa Tengah. Popularitas tersebut didapat dari citra yang dibentuk dan dikelola dengan baik oleh Ganjar Pranowo dan tim. Penggunaan media sosial Ganjar Pranowo menjadi kunci pembentukan citra untuk membentuk opini masyarakat terkhususnya pemilih muda generasi z mendekati pemilu 2024. Pemilih muda terkhususnya generasi z yang akan menjadi penerus dan pembawa perubahan sehingga menjadi kunci pemilihan terhadap Ganjar Pranowo. Maka dengan adanya fenomena diatas, penulis melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh cuitan akun twitter Ganjar Pranowo terhadap citra politik di kalangan pemilih muda menjelang Pilpres 2024.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah “Adakah pengaruh cuitan akun twitter Ganjar Pranowo terhadap citra politik di kalangan pemilih muda menjelang pilpres 2024?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian untuk mengetahui adakah pengaruh cuitan akun twitter Ganjar Pranowo terhadap citra politik di kalangan pemilih muda menjelang pilpres 2024.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, diuraikan sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Diharapkan pada penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dalam bidang komunikasi serta dapat memberikan tambahan referensi khususnya dalam pemahaman tentang pengaruh cuitan twitter terhadap sebuah citra politik.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini, diharapkan dapat berguna agar bisa menjadi bahan evaluasi dan bahan masukan sehingga dapat bermanfaat bagi Ganjar Pranowo dan Tim Humas Ganjar Pranowo serta aktor politik lainnya terhadap pengaruh masyarakat terhadap cuitan twitter Ganjar Pranowo melalui pengambilan sampel yang dilakukan peneliti. Penelitian ini nantinya juga dapat menjadi bahan bacaan dan rujukan bagi mahasiswa dalam melakukan penyusunan skripsi dengan topik pembahasan yang sama. Manfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan menjelang pilpres mengenai citra Calon Presiden Ganjar Pranowo.