

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia telah menyambut Pemilihan Umum Presiden Indonesia 2024 (Pilpres 2024). Berbagai pandangan politik dari media dan masyarakat telah datang pada tiap-tiap pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024 lalu. Isu, gagasan, kebijakan yang akan dijalankan, hingga visi-misi calon menjadi fokus perbincangan. Masing-masing dari calon presiden saling memaparkan berbagai visi dan keunggulan serta kredibilitas dalam bidang-bidang tertentu untuk menarik perhatian dan menunjukkan kemampuan kepada masyarakat luas. Salah satunya adalah Prabowo Subianto yang memutuskan untuk mendaftarkan diri kembali untuk maju menjadi calon presiden pada pemilu 2024 lalu setelah mengalami kegagalan sebanyak empat kali mulai dari pemilu pada tahun 2004, 2009, 2014 hingga 2019. Hingga Senin, 4 Maret 2024, hasil *real count* Komisi Pemilihan Umum (KPU) menunjukkan pasangan Prabowo-Gibran meraih suara sebesar 75.373.300 suara atau 58,83% (Dwi, 2024). Peroleh suara tersebut tidak lepas dari penggunaan berbagai media dalam menyajikan informasi politik dan gagasan yang telah mereka sampaikan, salah satunya menggunakan media sosial YouTube.

Dalam konteks media sosial, platform penyedia layanan video seperti YouTube memainkan peran yang signifikan termasuk sebagai salah satu kanal utama penyampaian informasi politik (Arofah, 2015). Prabowo Subianto juga menunjukkan keterlibatan aktifnya dalam menyampaikan gagasan politik melalui media YouTube. Sebuah contoh konkret dari partisipasinya dapat dilihat pada video

YouTube berjudul “Prabowo Bicara Gagasan | Mata Najwa”, yang diunggah di platform tersebut. Video itu diunggah pada 21 September 2023 melalui kanal milik Najwa Shihab dan telah disaksikan sedikitnya sebanyak 5,8 juta penonton. Dalam video tersebut, Prabowo Subianto membawakan beberapa gagasan yang mencerminkan komitmen yang kuat dalam nilai-nilai nasionalisme sebagai sebuah landasan kepemimpinan yang bersifat progresif dan juga menyoroti beberapa aspek penting dalam upaya memakmurkan Indonesia, terlebih mengenai nilai nasionalisme yang dipaparkan melalui gagasan peningkatan kedaulatan dan kemandirian ekonomi dalam rangka memakmurkan dan menyejahterakan masyarakat Indonesia. Narasi yang dikemukakan oleh Prabowo Subianto ini berisi peta jalan kebijakan dan representasi pengabdian sebagai wujud kecintaan beliau terhadap Indonesia. Gagasan yang dibawakan bersifat mengonstruksi dirinya sebagai seorang pemimpin yang berintegritas nasionalisme dalam membentuk persepsi publik terhadap nasionalisme di era demokrasi digital ini. Penekanan tujuan pada pembangunan infrastruktur dalam upaya memperkuat konektivitas antar daerah diakui sebagai sebuah langkah mendasar yang digunakan dalam mewujudkan kesatuan nasional. Prabowo Subianto juga menekankan pentingnya penegakan hukum yang bersifat bersih, transparan dan juga adil dalam mewujudkan reformasi birokrasi yang dapat melindungi masyarakat. Perbaikan tata kelola dari kebijakan dasar ini dinilai dapat membuka peluang untuk terciptanya iklim investasi yang lebih aman dan kondusif dan dapat membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat. Prabowo menekankan pentingnya akuntabilitas dan juga transparansi sebagai dasar untuk menjalankan pemerintahan yang mengedepankan rakyat

sebagai salah satu wujud kecintaan terhadap negara. Gagasan yang disampaikan ini tentu saja mendapat beragam penerimaan terhadap pesan yang dibawakan. Sebagian besar pengguna internet yang turut menyaksikan video tersebut memaparkan komentar mengenai nilai nasionalisme sosok Prabowo Subianto yang dianggap cukup tinggi dan patut menjadi contoh. Pada akhir gagasannya, Prabowo menyampaikan retorika nasionalisme melalui cerita masa lalunya saat hendak berenang di sebuah kolam renang dan menemui tulisan *honden en inlander verboden* yang berarti anjing dan pribumi dilarang masuk. Prabowo menganggap tulisan tersebut memiliki arti bahwa sosok pribumi lebih rendah daripada seekor anjing. Prabowo Subianto juga bercerita mengenai penghinaan yang ia terima semasa sekolah bersama orang-orang Eropa di mana ia dihina sebagai murid dari “bangsa monyet” dan “rakyat yang tinggal di pohon”. Kedua cerita tersebut lalu menjadi “refleksi” bagi Prabowo bahwa ia tidak ingin bangsa yang ia hormati dihina. Prabowo Subianto juga berharap bahwa kelak masyarakat lebih cinta terhadap produk Indonesia sebagai perwujudan nasionalisme dari tiap warga negara (Mata Najwa, 2023).

Riwayat Prabowo Subianto dalam dunia politik seringkali menekankan nilai-nilai nasionalisme, kejujuran, dan semangat patriotisme. Berbagai pemberitaan mengenai nilai nasionalisme Prabowo Subianto juga menjadi salah satu sorotan dalam pemberitaan media massa dan media online.



Gambar 1. 1 Pemberitaan Beberapa Media Terkait Nilai Nasionalisme Prabowo Subianto  
Sumber: Nugraha (2023), Sujoni (2023), Dadang (2013).

Citra nasionalisme yang melekat dalam sosok Prabowo Subianto dapat diatribusikan pada masa lalunya sebagai perwira militer. Prabowo pernah menjabat sebagai Komandan Komando Pasukan Khusus (Kopassus), sebuah jabatan yang menjadi batu loncatan dalam menorehkan namanya di kancah publik. Berbagai prestasi diraih saat menjabat posisi tersebut namun tak jarang pula mengundang kontroversi termasuk dugaan pelanggaran hak asasi manusia yang menjadi “kutukan” bagi Prabowo dalam kampanye politiknya.

Kasus penculikan aktivis 1997-1998 yang dilakukan oleh Kopassus pernah menjegal citra Prabowo pada pemilu 2014 silam. *The Jakarta Post* (2014) melansir artikel berita yang mengutip dari purnawirawan Jenderal Agum Gumelar bahwa Prabowo ikut terlibat dalam penculikan aktivis melalui perintah Presiden Soeharto tepat saat musim pemilu 2014. Dugaan keterlibatan Prabowo dalam penculikan juga disuarakan oleh organisasi Komisi untuk Orang Hilang dan Korban Tindak Kekerasan (KontraS) lewat publikasinya yang berjudul Kronik Kasus Penculikan

dan Penghilangan Paksa Aktivis 1997-1998 (2019). Kontras bersama koalisi hak asasi manusia lainnya mendesak Prabowo agar kembali diperiksa atas keterlibatannya pada penculikan aktivis '98 (The Jakarta Post, 2014).

Kontroversi yang tak pernah hilang dari citra Prabowo dapat berpotensi mencederai citra Prabowo yang berujung pada kurangnya ketertarikan masyarakat generasi Z untuk memilihnya. Sebab dalam konteks pemilu, Generasi Z memiliki karakteristik yang khas. Mereka cenderung lebih terhubung dengan perkembangan politik melalui media sosial dan platform daring. Akses mudah terhadap informasi membuat mereka cenderung memiliki pemahaman yang mendalam terkait isu-isu politik dan sosial. Sifat progresif dan kritis mereka sering tercermin dalam dukungan terhadap-progresif, keadilan sosial, dan isu-isu lingkungan (Kumparan.com, 2023).

Generasi Z dianggap sebagai agen perubahan yang potensial dan memiliki dampak signifikan dalam menggerakkan dinamika politik di Indonesia. Keterlibatan politik dari Generasi Z memegang peran yang signifikan dalam mengekspresikan perhatian terhadap negara, mengingat bahwa sekitar 22,85%, atau sekitar 46,8 juta pemilih pada Pemilihan Umum 2024 berasal dari Generasi Z (Muhamad, 2023) Pada Pemilihan Presiden 2019, kelompok pemilih dari Generasi Z menjadi sasaran persaingan intens antara dua pasangan calon. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa penggabungan antara pemilih milenial dan Generasi Z (pemuda) secara jumlah mendominasi total pemilih terdaftar (Qudsi & Syamtar, 2020). Berdasarkan data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), kelompok angkatan muda yang mencapai 36,6%, dan ketika ditambahkan dengan 22,85% yang

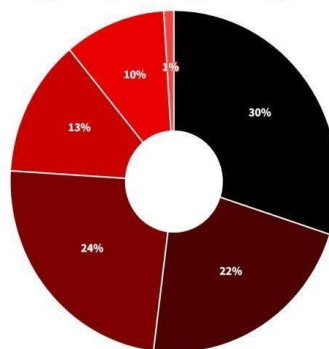
termasuk dalam kategori pemilih pemula, diproyeksikan akan mengalami peningkatan tren menjelang Pemilihan Umum 2024 (Muhamad, 2023).

Partisipasi politik pada kalangan Generasi Z cukup menonjol (Fitriani, 2024) diikuti pula pada kekhawatiran yang muncul terkait potensi penurunan rasa nasionalisme di kalangan mereka. Fenomena ini dapat disebabkan oleh tingginya tingkat keterhubungan Generasi Z dengan teknologi dan paparan pengaruh global yang semakin merata. Menurut penelitian yang dilakukan oleh IDN Research Institute bekerja sama dengan Populix, mayoritas Generasi Z menghabiskan waktu lebih dari tiga jam per hari untuk mengakses media sosial. Sekitar 30 persen, atau sekitar satu dari tiga individu Generasi Z di Indonesia, termasuk dalam kategori ini. Selain itu, sekitar 22 persen dari Generasi Z juga diketahui mengakses media sosial selama dua hingga tiga jam setiap harinya (IDN Research Institute & Populix, 2022).

#### Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari

Menurut Rilis "Indonesia Gen Z Report 2022" oleh IDN Media

■ >3 Jam ■ 2-3 Jam ■ 1-2 Jam ■ 31-60 Menit ■ 15-30 Menit ■ Kurang dari 15 Menit



GoodStats

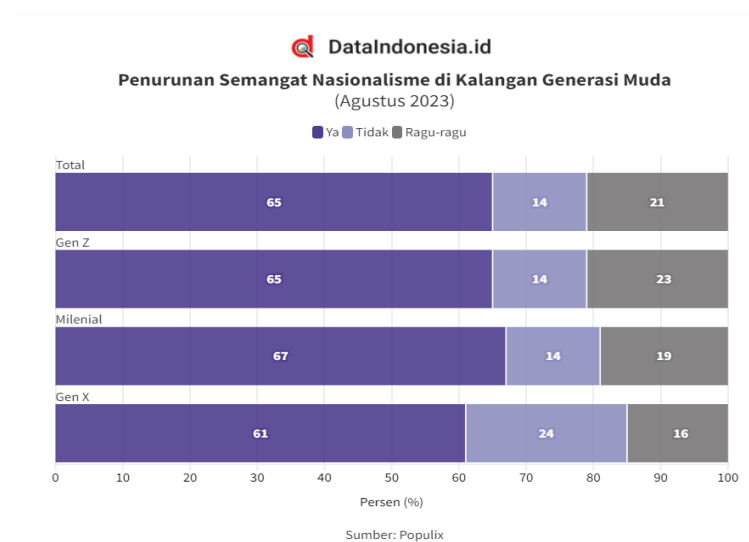
Sumber: IDN Media

Gambar 1. 2 Data Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari. Sumber: IDN Research Institute & Populix (2022).

Pengaruh globalisasi yang terus berkembang, termasuk akses mudah terhadap budaya dan informasi dari berbagai belahan dunia, dapat menciptakan

suatu paradigma di mana nasionalisme cenderung bersaing dengan pengaruh global yang lebih luas. Hal ini terlihat dalam preferensi dan minat Generasi Z yang seringkali mencakup tren, budaya pop global, dan isu-isu internasional, seiring dengan kecenderungan untuk lebih terbuka terhadap perbedaan budaya.

Data juga menunjukkan bahwa sekitar 60% Generasi Z merasa lebih terhubung dengan komunitas digital global daripada dengan identitas nasional mereka. Meskipun partisipasi politik mereka dapat dianggap sebagai bentuk ekspresi kepedulian terhadap negara, ada pertanyaan mengenai sejauh mana rasa nasionalisme tradisional tetap menjadi kekuatan pendorong utama dalam sikap dan tindakan mereka. Berdasarkan data hasil survey yang telah dilakukan oleh Populix, terdapat 65% masyarakat Indonesia yang merasakan adanya penurunan rasa dan semangat nasionalisme di kalangan generasi muda Indonesia.



Gambar 1. 3 Data Penurunan Semangat Nasionalisme di Kalangan Generasi Muda.  
 Sumber: Populix (dalam Pratiwi, 2023).

Adanya perubahan jaman juga mengubah bentuk partisipasi aktif dalam ranah politik membuat kebebasan berpendapat juga semakin terbuka sehingga membuka peluang bagi calon presiden dan wakil presiden 2024 salah satunya

Prabowo Subianto dalam melakukan berbagai jenis kampanye aktif dalam upaya menarik suara dari Gen Z sehingga Prabowo Subianto melakukan positioning dalam membangun citra yang asik dan menyenangkan terhadap dirinya karena menilai gen Z lebih menyukai sosok pemimpin yang menyenangkan dan asyik (Sihabudin et al., 2023:147). Hal ini membuat Prabowo tampil dengan pembawaan lebih santai dan bahkan ia kerap kali berjoget dalam beberapa acara yang ditampilkan oleh media sehingga menimbulkan berbagai respon dari masyarakat, terlebih saat tim kampanye Prabowo Subianto kerap kali menggunakan desain yang dianggap lucu sehingga memunculkan istilah “gemoy” sebagai sebuah kata plesetan dari kata “lucu” yang melekat pada Prabowo Subianto (Sihabudin et al., 2023:147).

Pendekatan yang dilakukan Prabowo Subianto yang bersifat lebih modern dan inklusif dibuat agar pesan politik yang dibangun lebih relevan dengan konteks sosial dan perubahan budaya yang terjadi (Sihabudin et al., 2023:148) Reaksi publik terhadap perubahan ini dinilai cukup bervariasi karena sebagian menganggap bahwa upaya yang dilakukan bersifat tulus dalam beradaptasi dengan kebutuhan pemilih muda, sedangkan yang lain menilai bahwa strategi yang digunakan bersifat kalkulatif (Sihabudin et al., 2023:148).

Memasuki tahap Pemilihan Umum 2024 lalu, para pelaku politik yang diantisipasi berkompetisi dalam kontestasi demokrasi segera mengimplementasikan kampanye mereka dalam waktu yang dekat. Pada pemilihan umum 2024, sorotan utama tertuju pada Generasi Z, yang menjadi pemilih pemula dalam Pemilu 2024. Pembahasan mengenai resepsi generasi Z terhadap nasionalisme Prabowo Subianto dalam kajian ilmu sosial dan ilmu politik menjadi



sebuah isu yang menarik untuk diteliti mengingat sikap gen Z terhadap nasionalisme yang berkurang serta strategi “gemoy” yang dibawakan oleh Prabowo bisa jadi membayangi pesan nasionalisme yang selama ini selalu ia kedepankan dalam kampanye politiknya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana penerimaan generasi Z terhadap gagasan nasionalisme Prabowo Subianto dalam tayangan “Prabowo Subianto Bicara Gagasan | Mata Najwa” pada channel YouTube Najwa Shihab?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan generasi Z terhadap gagasan nasionalisme Prabowo Subianto dalam tayangan “Prabowo Subianto Bicara Gagasan | Mata Najwa” pada channel YouTube Najwa Shihab.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Penelitian Secara Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini memiliki manfaat ataupun kegunaan dalam menghasilkan penelitian yang dapat membantu perkembangan kajian komunikasi politik yang ada di Program Studi Ilmu komunikasi, Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur. Hasil dari penelitian ini juga dapat memperkaya mengenai kajian isu-isu sosial strategis yang berkembang di masyarakat dan menjadi referensi serta literatur penelitian ilmu komunikasi selanjutnya terutama dalam ranah komunikasi politik dan partisipasi angkatan muda generasi Z dalam pesta demokrasi Indonesia.

#### **1.4.2 Penelitian Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memiliki manfaat untuk mengetahui bagaimana penerimaan angkatan muda generasi Z terhadap nasionalisme Prabowo Subianto sebagai salah satu strateginya dalam menghadapi pemilu 2024. Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah sudut pandang baru bagi para pegiat serta petinggi maupun aktivis politik dalam melakukan kampanye pencalonan diri sebagai kepala daerah maupun presiden. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai salah satu referensi maupun rujukan bagi pembaca yang ingin mengetahui mengenai bagaimana generasi Z menerima isu gagasan Nasionalisme Prabowo Subianto dalam tayangan “Bicara Gagasan” pada channel YouTube Najwa Shihab.