

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi dalam lingkup politik merupakan bagian komponen utama menerapkan konsep kekuasaan yang menguasai maupun untuk tujuan dikuasai. Permainan komunikasi dalam politik tentu tidak bisa lepas dari peranan aktor politik di dalamnya. Aktor politik merupakan bagian dari agen dalam suatu pemain politik baik di dalam kelembagaan tertentu, politik pemerintah maupun partai politik. Sehingga aktor politik lah yang memainkan komunikasi bukan hanya sebagai bahasa, namun juga menjadikannya sebagai instrumen kekuasaan. Komunikasi politik sebagai diskusi murni tentang alokasi sumber daya publik (pendapatan), otoritas resmi (yang diberi kekuasaan untuk membuat keputusan hukum legislatif dan eksekutif), dan sanksi resmi. Menurut Sembada & Sadjijo, (2020) aktor politik memanfaatkan bahasa sebagai alat komunikasi untuk operasional relasi kekuasaan. Pada Relasi kekuasaan mulanya dipahami sebagai kecenderungan alamiah. Seseorang dengan kualitas unggul otomatis akan memerankan peran yang lebih banyak dibanding orang lain.

Proses politik sangat bergantung pada dukungan masyarakat atau pemilih yang tidak hanya bersifat sementara tetapi juga pemilih setia. Memastikan loyalitas pemilih bukanlah hal yang mudah, di tengah intensitas persaingan politik yang tinggi. Saraswati (2017) mengungkapkan bahwa memenangkan persaingan tersebut maka dibutuhkan strategi kompetitif

khususnya dalam menumbuhkan kepercayaan (*trust*) politik masyarakat kepada partai politik atau politikus. Salah satu strategi yang dilakukan melalui mengemas potensi yang dimiliki kandidat sehingga mampu menciptakan sebuah respon emosional pada diri orang lain. Pada aspek ini, individu dituntut memiliki citra yang kuat.

Citra membantu dalam pembentukan persepsi masyarakat serta meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap pemiliknya. Dengan mengadopsi pola pemasaran ekonomi, *brand* dalam ruang politik menjadi representasi dari diri sang pencari dan pemilik kekuasaan politik. Membangun *brand* yang kuat dalam politik sama pentingnya ketika kita membangun sebuah *brand* yang kuat untuk produk komersial atau jasa komersial lainnya.

Seperti pada tahun 2024 kemarin dimana Indonesia dihadapkan dengan pemilu 2024. Banyak sekali calon kandidat yang menggunakan media sosial sebagai sarana membangun citra. Pembentukan citra juga memiliki transisi dan efektivitasnya yang seringkali digunakan oleh politisi untuk menciptakan citra diri melalui kampanye politik untuk menarik perhatian warga guna memenangkan kompetisi politik. Para politisi bersaing untuk dapat mengkonstruksi persepsi masyarakat terkait identitas dirinya masing-masing melalui pembentukan citra.

Salah satu tokoh politik yang memanfaatkan dengan baik media sosial sebagai ajang untuk membangun citra di mata masyarakat digital ialah calon wakil presiden terpilih 2024 yaitu Gibran Rakabuming. Gibran yang juga merupakan representasi dari perwakilan anak muda dalam kancah politik

nasional sudah memanfaatkan media sosial sebagai wadah membangun citra. Pascadebat cawapres beberapa waktu yang lalu, Gibran yang sebelumnya diragukan kemampuannya dalam menjawab berbagai pertanyaan dari panelis ternyata mampu menjawab dengan sangat baik. Gibran menjawab dengan menggunakan bahasa istilah dan terkesan lugas dibandingkan dengan calon wakil presiden lainnya.

Jutaan pasang mata yang menyaksikan sosok pemimpin Kota Solo itu saat tampil dalam debat perdana bagi calon wakil presiden. Hal itu akan berdampak terhadap elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran pascadebat calon wakil presiden beberapa waktu lalu. Berdasarkan hasil survei Lembaga Survei Jakarta (LSJ) terkait elektabilitas capres dan cawapres pascadebat perdana capres dan cawapres Pemilu 2024, elektabilitas Prabowo-Gibran unggul atas Anies-Muhaimin dan Ganjar-Mahfud. Survei itu digelar pada 22—27 Desember 2023 terhadap 1.200 responden. Populasi survei ialah seluruh warga negara Indonesia yang minimal berusia 17 tahun. Survei digelar setelah debat cawapres pada 22 Desember. Survei dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara melalui telepon oleh tenaga terlatih dengan bantuan dan pedoman kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan *multistage random sampling* dengan *margin of error* sekitar kurang lebih 2,83 persen.

Dalam “Survei LSJ: Prabowo-Gibran Unggul Usai Debat Capres-Cawapres 2024” (*Detik.com*, 28 Desember 2023), Direktur Riset LSJ, Fetra Ardianto, mengatakan bahwa elektabilitas Prabowo-Gibran 50,3%, Anies-Cak

Imin 23,2%, dan Ganjar-Mahfud Md 23,1%. Fetra mengatakan bahwa hasil itu menunjukkan peluang Pemilu 2024 digelar satu putaran.

Generasi Z atau Gen Z masuk dalam daftar kelompok pemilih yang mendominasi dalam Pemilu 2024 mendatang. Tingginya jumlah pemilih dari generasi Z adalah fakta yang patut menjadi perhatian penting bagi partai politik, sebagai salah satu pihak yang paling memiliki hubungan erat dengan persoalan pemilih. Secara kuantitatif jumlah pemilih Gen Z sangat besar sehingga sangat berpengaruh, dengan demikian peluang dari ceruk Gen Z menjadi bidikan parpol untuk mendapatkan dukungan Gen Z. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan daftar pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu 2024. Jumlahnya mencapai 204.807.222 pemilih. Melansir dari *Republika* (2023), berdasarkan hasil rekapitulasi DPT, mayoritas pemilih Pemilu 2024 didominasi dari kelompok generasi Z dan milenial. Pemilih dari generasi Z adalah sebanyak 46.800.161 pemilih atau sebanyak 22,85% dari total DPT Pemilu 2024.

Membangun komunikasi politik yang baik dan efektif tentunya menjadi pekerjaan rumah besar bagi semua partai politik jika mereka ingin mendapatkan suara dari pemilih generasi Z pada pemilu 2024. Karakter pola konsumsi komunikasi yang dimiliki oleh dua generasi ini tentunya harus dipahami dengan baik oleh semua partai politik (Andriana, 2022). Gibran seringkali menjadi sorotan utama berita di Indonesia. Dalam beberapa wawancara yang dilakukan oleh televisi swasta di Indonesia secara online, Gibran mencuri perhatian netizen tanah air karena menggunakan logo dan pin anime asal Jepang seperti *Naruto* dan *One Piece*. Dari tangkapan layar ketiga

televisi nasional, Gibran kerap mengganti background nya dengan poster yang berbeda. Hal ini pun menjadi trending topic di media sosial selama beberapa hari. Kejadian ini menarik perhatian khalayak yang didominasi oleh Gen-Z. Hal inilah yang menjadi alasan Gibran Rakabuming sebagai objek dalam penelitian ini karena citranya terhadap penggemar anime yang sangat dekat dengan generasi Z.

Di era revolusi industri 5.0 ini, teknologi menjadi hal yang utama untuk menunjang segala aspek, salah satunya di dalam peran media. Suryo & Aji (2020) berpendapat bahwa generasi Z sebagai pengguna terbanyak internet memiliki kecenderungan untuk menyebarkan luaskan pengaruh mereka kepada sesama pengguna media sosial dalam partisipasi politiknya. Gen Z sebagai netizen juga mempunyai kecenderungan memberikan pengaruh ke sesama pengguna media sosial dalam partisipasi politiknya. Gen Z yang memang aktivitasnya lebih aktif dilakukan di media sosial, tentu saja mempengaruhi cara *branding* dari calon Presiden dan Calon Wakil Presiden terpilih untuk mendapatkan simpatisan atau dukungan dari calon pemilih dalam menghadapi pemilu 2024 yang akan datang. Gen Z sebagai calon pemilih mayoritas menjelang pemilu 2024, Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden menjelang pemilu 2024 berlomba-lomba membangun konsep *branding* untuk dikenal dan dekat dengan generasi z melalui media sosial (Jauchar et al., 2022).

Debat politik adalah arena penting di mana kandidat memperlihatkan kemampuan mereka dalam memimpin, menyelesaikan masalah, dan membangun visi untuk masa depan. Dalam konteks Indonesia, debat politik

menjadi semakin relevan sebagai alat untuk menguji kemampuan kandidat dalam berkomunikasi dan menyampaikan gagasan secara efektif. Gibran Rakabuming Raka, yang merupakan putra Presiden Joko Widodo, telah menarik perhatian publik sejak memutuskan untuk terjun ke dunia politik. Keputusan Gibran untuk mengikuti jejak ayahnya dalam dunia politik menimbulkan berbagai persepsi, baik positif maupun negatif, yang dapat mempengaruhi elektabilitasnya.

Gibran memulai karier politiknya dengan mencalonkan diri sebagai Wali Kota Surakarta dan berhasil memenangkan pemilihan tersebut. Sebagai tokoh muda dengan latar belakang keluarga yang berpengaruh, setiap gerak-geriknya selalu mendapat sorotan dari media dan publik. Dalam situasi seperti ini, debat politik menjadi salah satu kesempatan bagi Gibran untuk membuktikan kemampuannya di hadapan publik. Sikap yang ditampilkan Gibran selama debat, seperti kejujuran, ketenangan, penguasaan materi, dan komunikasi yang efektif, menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi pemilih terhadap dirinya.

Kejujuran dan transparansi dalam menyampaikan program dan kebijakan menjadi salah satu sikap yang sangat diharapkan oleh pemilih. Sikap jujur mencerminkan integritas dan komitmen seorang kandidat untuk melayani publik dengan baik. Gibran, yang sering kali harus menghadapi isu-isu sensitif terkait dengan nepotisme dan pengaruh keluarga, perlu menunjukkan bahwa dirinya mampu bersikap jujur dan transparan dalam setiap pernyataan yang dibuat.

Selain itu, sikap ketenangan dan penguasaan diri selama debat juga menjadi indikator penting dalam menilai kualitas seorang kandidat. Debat sering kali penuh tekanan dan emosi, sehingga kemampuan untuk tetap tenang dan tidak mudah terpancing emosi mencerminkan kekuatan karakter dan kestabilan emosional seorang pemimpin. Gibran, sebagai kandidat muda, diharapkan mampu menunjukkan ketenangan dan penguasaan diri yang baik agar dapat meyakinkan pemilih tentang kemampuannya dalam menghadapi tantangan.

Penguasaan materi debat juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi publik. Kandidat yang mampu memahami isu-isu penting dan memberikan jawaban yang tepat dan meyakinkan menunjukkan bahwa mereka kompeten dan siap untuk memimpin. Dalam hal ini, Gibran perlu menunjukkan bahwa dirinya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mendalam mengenai berbagai isu yang dihadapi oleh masyarakat.



Gambar 1. 1 Gibran di Balik Pin "One Piece" dan Logo Klan "Uzumaki"

Setiap ajang debat calon wakil presiden (cawapres) nomor urut 2, Gibran Rakabuming Raka, selalu berusaha menarik perhatian netizen. Pada penampilannya dalam acara debat putaran kedua yang digelar pada Minggu 21

Januari 2024. Gibran terlihat mengenakan kemeja berwarna biru muda yang merupakan warna *iconic* timnya. Gibran terlihat rapi dengan kemeja dan celana panjang yang ia kenakan. Namun, ada aksesoris di dada sebelah kirinya yang menarik perhatian. Gibran rupanya menggunakan pin bendera One Piece yang dikenal dengan nama Jolly Roger atau bendera bajak laut. Bendera bajak laut tradisional Eropa dan Karibia yang dilambangkan dengan tengkorak dibagian atas tulang paha pada bidang hitam. Pin bendera bajak laut dan topi jerami yang dikenakan Gibran merupakan ikon dari anime One Piece.

Gibran Rakabuming Raka memang dikenal sangat suka dengan hal-hal yang berbau *anime*. Di tengah ajang debat cawapres, Gibran Rakabuming berganti pakaian. Ia tampak mengenakan jaket dengan logo Naruto di bagian dadanya. Naruto sendiri merupakan sebuah serial manga karya Masashi Kishimoto yang diadaptasi menjadi serial anime. Bahkan banyak komentar positif dari netizen, salah satunya :

“Gibran tadi pake kemeja logo One Piece, Sekarang jaket logo Naruto, Gokil” cuit seorang netizen.

Dalam rangkaian debat calon wakil presiden (cawapres) pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024, moment *iconic* kerap mencul yang mencuri perhatian publik dan media. Salah satu momen lainnya yang menjadi sorotan terjadi pada debat keempat yang berlangsung pada Minggu, 21 Januari 2024. Gibran menciptakan moment tak terlupakan saat sesi tanya jawab dengan cawapres nomor urut 3, Mahfud MD. Dalam sesi ini, Gibran sempat membuat gestur celingukan seakan-seakan mencari jawaban.



Gambar 1. 2 Gibran Rakabuming Raka mencari-cari jawaban Mahfud MD

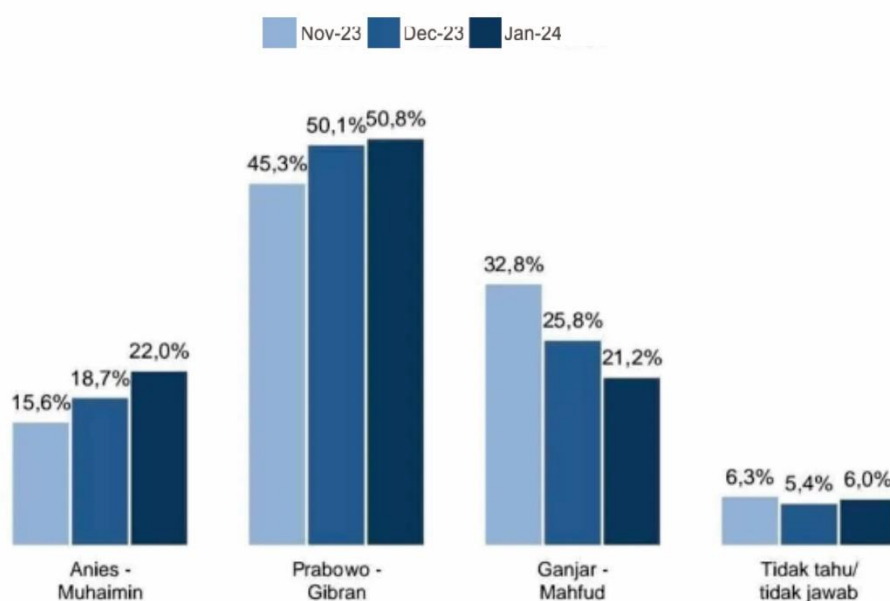
Sumber: <https://nasional.kompas.com/read/2024/01/21/22050961/momen-gibran-celingak-celinguk-saat-debat-sebut-cari-jawaban-mahfud-md>

Gestur celingukan Gibran terjadi saat ia melontarkan pertanyaan mengenai cara mengatasi *greenflation* kepada Mahfud MD. Gibran yang ingin mengetahui pandangan Mahfud tentang strategi mengatasi *greenflation*, tampak sedikit bingung atau ragu sejenak sebelum akhirnya melontarkan pertanyaannya. Gestur celingukan ini menggambarkan adanya tekanan dan ketegangan yang dirasakan oleh para kandidat dalam debat yang sarat dengan isu-isu kompleks. Sikap dan gaya debat Gibran yang kadang disertai *gimmick* telah memancing beragam reaksi, baik positif maupun negatif. Gen Z sebagai generasi yang sangat aktif di media sosial dan memiliki cara pandang unik terhadap politik, sering kali memberikan tanggapan kritis terhadap gaya komunikasi politik para kandidat termasuk Gibran.

Gimmick dalam politik merujuk pada tindakan atau strategi yang digunakan untuk menarik perhatian atau membentuk citra politikus secara cepat, biasanya melalui aksi dramatis, sindiran, atau simbolisme yang mudah diingat. Adapun

definisi dari *gimmick* yaitu trik-trik yang digunakan untuk menarik perhatian penonton. Trik ini biasanya berbentuk efek suara, musik ilustrasi, adegan mendebarkan, mimik, ekspresi, dan akting pemain (Mabruri K.N., 2013:131). Di dunia politik, *Gimmick* bisa efektif dalam menarik perhatian, tetapi sering dikiritik karena dianggap mengalihkan fokus dari isu-isu yang lebih penting.

Hal ini jelas strategi calon wakil presiden nomor urut 2, Gibran Rakabuming Raka untuk meraih simpati dari Gen Z. Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi elektabilitas Capres Prabowo Subianto dan Cawapres Gibran Rakabuming Raka, seperti yang terlihat pada table dibawah ini:



Gambar 1.3 Hasil Elektabilitas Capres dan Cawapres

Berdasarkan gambar 1.3 hasil temuan survei Indometer menunjukkan elektabilitas pasangan calon presiden nomor 2 Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka tampak mulai stabil memasuki dua pekan masa kampanye, dengan mencapai 50,8 persen. Elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran mulai

stabil pada kisaran 50 persen lebih, sehingga dipastikan Pilpres berjalan hanya satu putaran. Angka tersebut naik tipis dari survei bulan November 2023 yang juga menembus 50,1 persen, setelah sebelumnya masih tercatat sebesar 45,3 persen pada Oktober. Menurut paparannya, bila tidak ada perubahan yang signifikan, Pilpres 2024 dipastikan bakal berlangsung hanya dalam satu putaran.

Menurut Siahaan & Adrian (2021) Persepsi merupakan sebuah proses internal untuk memilih, mengorganisasikan serta menafsirkan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita. Sementara itu Rakhmat (2007:51) menjelaskan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi juga merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia untuk merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Hal terpenting dalam memahami persepsi adalah antara rangsangan terhadap objek yang mengelilinginya dan situasi setiap orang, bukan hanya bergantung pada rangsangan fisik. Persepsi terdiri dari kegiatan seseorang menerima dan memberikan makna pada rangsangan (Gunawan, dkk. 2021). Sedangkan dari segi psikologi (Ahmad et al., 2020) berpendapat bahwa terdapat tiga komponen utama dalam sebuah proses persepsi yakni seleksi (sensasi dan atensi), yang merupakan serangkaian proses penyaringan oleh alat indra manusia terhadap rangsangan dari luar. Yang kedua, interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga memiliki arti bagi individu. Terakhir

pembulatan, yang merupakan sebuah tanggapan dan kesimpulan terhadap informasi yang telah diterima oleh tiap individu.

Surbakti (2020) menyatakan bahwa suatu tindakan dan keputusan politik tidak hanya ditentukan oleh fungsi yang melekat pada lembaga yang mengeluarkan keputusan, tetapi juga dipengaruhi oleh kepribadian yang berupa keinginan dan dorongan, persepsi dan motivasi, sikap dan orientasi, harapan dan cita-cita, ketakutan dan pengalaman masa lalu individu yang membuat keputusan tersebut (Surbakti, 2020:168).

Pemilihan kota Surabaya sebagai lokasi dari penelitian ini, karena Pasangan calon presiden dan wakil presiden nomor urut 2 Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka meraih suara terbanyak Pemilihan Umum (Pemilu) 2024 di Wilayah Jawa Timur dengan ibu kota Surabaya, dibandingkan dengan pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar serta Ganjar Pranowo-Mahfud Md. Berdasarkan hasil akhir rapat pleno terbuka rekapitulasi perolehan suara Pemilu 2024 oleh KPU Jawa Timur di Surabaya, pada Senin sekitar pukul 04.30 WIB, pasangan nomor urut 1 Anies-Muhaimin 4.492.652 suara, pasangan nomor urut 2 Prabowo-Gibran 16.716.603 suara, dan pasangan nomor urut 3 Ganjar-Mahfud 4.434.805 suara.

Berdasarkan latar belakang diatas, menarik bagi peneliti untuk mencari tahu tentang bagaimana persepsi Gen Z terhadap *gimmick* Gibran Rakabuming yang berfokus pada Gen Z dengan pendekatan trend Gen Z. Untuk itu peneliti mengambil judul **Persepsi Gen Z Terhadap *Gimmick* Gibran Rakabuming Raka dalam Debat Keempat Cawapres 2024.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Gen Z Terhadap *Gimmick* Gibran Rakabuming Raka dalam Debat Keempat Cawapres 2024?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Persepsi Gen Z Terhadap *Gimmick* Gibran Rakabuming Raka Dalam Debat Keempat Cawapres 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dampak dari pencapaian tujuan penelitian, yang mana apabila tujuan penelitian telah tercapai dan rumusan masalah dapat dipecahkan, maka suatu penelitian akan memiliki manfaat akademis dan praktis. Kegunaan aspek teoritis berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan. Sedangkan kegunaan aspek praktis berkaitan dengan kebutuhan berbagai pihak yang membutuhkan.

1.4.1 Manfaat Akademis/ Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjawab dan memberi penjelasan mengenai rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam penelitian serta memberikan wawasan yang lebih luas dalam kajian Ilmu Komunikasi khususnya berkaitan dengan persepsi Gen Z terhadap *gimmick*

Gibran Rakabuming Raka dalam debat keempat Cawapres 2024. Selain itu, secara metodologi diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak lain yang terkait dengan kajian strategi komunikasi pemasaran sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih baik di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi Partai Politik mengenai bagaimana persepsi Gen Z terhadap *gimmick* Gibran Rakabuming Raka dalam debat keempat Cawapres 2024 yang dikaji secara teoritis. Sebagai sebuah jawaban dalam memecahkan permasalahan yang ada, mengingat tanggung jawab dan domain ilmu peneliti. Penelitian ini juga akan menggambarkan bagaimana pentingnya memperhatikan persepsi Gen Z terhadap *gimmick* Gibran Rakabuming Raka dalam debat Cawapres sehingga akan menimbulkan pencapaian elektabilitas bagi Cawapres tersebut.