

**KOMUNIKASI POLITIK
PEMENANGAN PASANGAN BOBBY-SURYA
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS GEN Z PADA PILKADA 2024**

¹Abdi Verdiansyaf, ²Muhammad Husni Ritonga

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹abdio101212118@uinsu.ac.id, ²husniritonga9@gmail.com

Abstract: *Pilkada has a very important role in determining the direction and leadership of a region in the modern democratic era. In addition to serving as a formal process for electing leaders, elections are also a venue for influencing and shaping public opinion. In the context of modern democracy, political communication plays an important role in influencing public opinion and building relationships between prospective leaders and voters. This research aims to analyze how the political communication of the winning pair Bobby-Surya in winning the 2024 Pilkada and how the political communication of their winners in shaping Gen Z loyalty in the 2024 Pilkada. The research method used is qualitative with a case study approach, which involves interviews with members of the winning team. The results of the study show that the Bobby-Surya pair implemented an integrated communication strategy, combining conventional and digital approaches. Through the use of social media, engaging content, as well as collaboration with influencers, they managed to attract attention and build active engagement among Gen Z. In addition, value-based campaigns and transparency contributed to the formation of young voters' loyalty.*

Keywords: *Political Communication, Bobby-Surya, Gen Z, Pilkada 2024*

Abstrak: Pilkada memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan arah dan kepemimpinan suatu daerah di era demokrasi modern. Selain berfungsi sebagai proses formal untuk memilih pemimpin, pilkada juga menjadi ajang untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik. Dalam konteks demokrasi modern, komunikasi politik memainkan peran penting dalam mempengaruhi opini publik dan membangun hubungan antara calon pemimpin dan pemilih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi politik pemenang pasangan Bobby-Surya dalam memenangkan Pilkada 2024 serta bagaimana komunikasi politik pemenang mereka dalam membentuk loyalitas Gen Z pada Pilkada 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara dengan anggota tim pemenang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan Bobby-Surya menerapkan strategi komunikasi yang terintegrasi, menggabungkan pendekatan konvensional dan digital. Melalui penggunaan media sosial, konten yang menarik, serta kolaborasi dengan *influencer*, mereka berhasil menarik perhatian dan membangun keterlibatan aktif di kalangan Gen Z. Selain itu, kampanye yang berbasis nilai dan transparansi berkontribusi pada pembentukan loyalitas pemilih muda.

Kata kunci: Komunikasi Politik, Bobby-Surya, Gen Z, Pilkada 2024

A. Pendahuluan

Pilkada memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan arah dan kepemimpinan suatu daerah di era demokrasi modern. Selain berfungsi sebagai proses formal untuk memilih pemimpin, pilkada juga menjadi ajang untuk mempengaruhi dan membentuk opini publik. Dalam konteks ini, komunikasi politik memainkan peran strategis yang krusial. Melalui komunikasi politik, para calon kepala daerah dapat mempengaruhi dan mengubah opini serta sikap masyarakat terhadap mereka. Ini menjadi salah satu komponen terpenting dalam proses pilkada, karena opini dan sentimen publik terhadap berbagai masalah yang ada di daerah sangat dipengaruhi oleh cara komunikasi yang dilakukan oleh para calon pemimpin.¹

Komunikasi politik adalah proses yang rumit dan strategis untuk menciptakan, mempengaruhi, dan mempertahankan opini publik tentang masalah-masalah politik dan kebijakan. Aktor politik berusaha memproyeksikan citra yang baik, menjawab kritik, dan menyampaikan opini publik melalui berbagai platform komunikasi, termasuk pidato, iklan politik, penampilan di media, dan kehadiran di media sosial. Para aktor politik berusaha untuk menyampaikan visi dan tujuan politik mereka, mempertahankan citra publik yang positif, dan mengatasi kritik.² Menurut Hariyanto menggabungkan aspek media, psikologi, dan retorika membuat komunikasi politik menjadi alat penting untuk mempengaruhi opini publik dan menggalang dukungan yang diperlukan untuk mencapai tujuan politik.³

Gen Z adalah istilah yang mungkin sudah tidak asing lagi bagi banyak orang, baik di dunia nyata maupun dunia maya. Secara sederhana, anak muda yang terlibat aktif dalam berbagai industri dan aktif menggunakan internet disebut sebagai generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang aktif dalam berbagai bidang dan aktif berpartisipasi dalam penggunaan internet. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi muda memiliki kebebasan yang lebih besar dalam menggunakan internet.⁴ Gen Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012.⁵ Gen Z menurut Badan Pusat Statistik (BPS), memiliki populasi yang lebih tinggi

¹ Vadhea Nuraliza et al., "Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024," *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan* 4, no. 1 (2024): 245–61.

² Lilik Sumarni, "Pemilu 2024 Dalam Agenda Media: Antara Simulakra, Hiperealitas, Dan Kekuasaan Oligarki," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 4843–64.

³ Bambang Hariyanto, Erman Anom, and Iswadi, "Peran Teknologi Informasi Dalam Mendukung Komunikasi Politik Melalui Media Digital Dalam Industri Musik Dangdut," *Technomedia Journal* 8, no. 3 (2023): 14–25.

⁴ Irma Yusriani Simamora, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Winda Sakila Nazwa, Rusydi Aulia Siregar, "Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 5918-5922.

⁵ Rusdan Kamil and Laksmi, "Generasi Z, Pustakawan, Dan Vita Activa Kepustakawanan," *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 9008, no. 105 (2023): 25–34, <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>.

daripada generasi sebelumnya. Gen Z adalah mereka yang memiliki power yang sangat kuat. Selain itu, Gen Z mudah bergaul dengan masyarakat atau sosial. Gen Z mendominasi populasi penduduk sebanyak 27,94%.⁶

Menurut Al Hamid & Hamim dalam kontes pilkada 2024, pemilih pemula adalah demografi yang menonjol dan menjadi target bagi banyak calon kepala daerah yang ingin mendapatkan dukungan. Pemilih pemula berubah menjadi daya tarik bagi berbagai kelompok politik yang ingin mendapatkan dukungan. Anak-anak remaja yang baru saja memasuki usia pemilih dikenal sebagai pemilih pemula, dan mereka akan menggunakan hak pilih mereka dalam pemilu untuk pertama kalinya. Pemilih yang berusia antara 17 dan 21 tahun adalah pemilih pemula. Pemilih pemula dalam hal ini adalah anggota dari Generasi Z. Generasi Z menyumbang 60% dari total suara generasi milenial pada pilkada 2024. Hal ini disebabkan karena mereka baru saja memasuki usia memilih.⁷

Setiawan & Djafar menyebutkan dalam rangka memengaruhi informasi kinerja kandidat, pemilih pemula biasanya lebih aktif di media sosial. Selain itu, media sosial memiliki kekuatan untuk memengaruhi perilaku politik mereka dan membantu mereka membuat keputusan. Pemilih pemula sering kali dieksploitasi sebagai instrumen politik untuk meningkatkan elektabilitas dan popularitas kandidat yang mencalonkan diri. Elektabilitas para kandidat yang mencalonkan diri. Untuk memastikan integritas pilkada, masalah ini harus diselesaikan agar pemilih pemula dapat memberikan suara mereka berdasarkan kredensial dan platform para kandidat, bukan karena tekanan politik.⁸

Pemilih yang belum berpengalaman sering kali terombang-ambing antara semangat politik dan ketidakpedulian. Selain itu, berbagai pihak sering kali membujuk mereka untuk ikut serta dalam kampanye politik. Selain itu, politik transaksional atau politik uang dapat dengan mudah menjangkau pemilih pemula. Sebagai pemilih pemula, Generasi Z harus mendapatkan pendidikan politik agar mereka mampu berpolitik dan menumbuhkan nilai-nilai demokrasi, kesadaran politik, dan kepribadian politik. Lebih jauh, pemilih pemula dituntut untuk menjadi pemilih cerdas yang mampu secara aktif menggunakan hak pilihnya dan memilih pemimpin yang cakap untuk masa depan bangsa dan negara. Oleh karena itu, pendidikan politik bagi pemilih pemula menjadi sangat penting untuk melahirkan generasi Z yang melek politik dan mampu terlibat dalam politik

⁶ Dwi Hadya Jayani, "Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia," (2021), Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/7ae7f59c2a738bb/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia> 12 Februari 2025.

⁷ Dwiana Binti Yulianti, Dian Suluh, Kusuma Dewi, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih "Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024 : Membangun Kesadaran Politik" 5 (2024): 528–33.

⁸ Dwiwana Binti Yulianti, Dian Suluh, Kusuma Dewi, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih.

berbangsa dan bernegara di masa depan dan ikut serta dalam Pilkada 2024.⁹

Salah satu aspek terpenting dari demokrasi perwakilan adalah keterlibatan pemilih. Praktik demokrasi representatif elektoral didasarkan pada keterlibatan politik. Para pemilih memainkan berbagai tanggung jawab dalam pemilihan kepala daerah, yang merupakan proses demokratis yang digunakan untuk memilih wakil rakyat atau pejabat pemerintah secara langsung dari antara penduduk suatu daerah. Tentu saja, tidak mungkin untuk memisahkan beragam peran yang dimainkan oleh berbagai kalangan, terutama Generasi Z, dari peran yang dimainkan langsung oleh penduduk disuatu daerah. Telah diketahui bahwa Generasi Z memiliki akses terhadap informasi, yang secara signifikan memengaruhi pemahaman dan penilaian mereka terhadap calon kepala daerah dan topik-topik terkait. Opini politik mereka sangat kuat dipengaruhi oleh media sosial. Namun, banyak faktor lain, seperti lingkungan sosial, latar belakang pendidikan, dan keterlibatan organisasi, yang mungkin juga akan memengaruhi cara Gen Z memberikan suara.¹⁰

Tabroni mengatakan Gen Z memiliki posisi penting dalam penyelenggaraan pilkada sebagai terobosan untuk mencapai tata kelola pemerintahan yang lebih baik. Banyak kursi di pilkada 2024 akan diisi oleh individu-individu muda yang belum pernah memberikan suara sebelumnya. Mereka dikenal sebagai pemilih pemula. Demokrasi Indonesia yang masih goyah diuntungkan oleh pemilih pemula. Para calon pemimpin daerah dan pusat mengincar hak suara mereka. Oleh karena itu, agar demokrasi dapat terus berlanjut, pemilih pemula harus memiliki pendidikan terhadap demokrasi.¹¹

Bobby-Surya merupakan pemenang pilkada 2024 di Sumatera Utara yang menarik perhatian publik dalam konteks pemilihan kepala daerah pada tahun 2024. Loyalitas pemilih, terutama di kalangan Generasi Z, dapat dipengaruhi oleh latar belakang, perspektif, dan taktik komunikasi politik. Politisi muda Bobby terkenal dengan gaya kampanye politiknya yang kreatif dan kontemporer. Ia memiliki pengalaman menangani isu-isu lokal dan pernah menjadi walikota. Bobby dikenal aktif di media sosial dan sering berinteraksi dengan para pemilih, terutama demografi muda, menggunakan saluran digital. Surya adalah profesional dengan pengalaman di sektor publik dan swasta. Ia menawarkan sudut pandang baru kepada tim kampanye dengan menekankan pada kesejahteraan masyarakat dan

⁹ Dwiwana Binti Yulianti, Dian Suluh, Kusuma Dewi, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih.

¹⁰ Putri Widia Ningsih., Ruth Yessika Siahaan, Dewi Romantika Tinambunan, Ture Ayu Situmeang, Jahya Adiputra Simbolon, Dules Ery Pratama Harahap, and Murniwati Lase "Perilaku Pemilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 (Studi Kasus Organisasi Gerkan Pramuka Mahasiswa UNIMED)," *Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS 2*, no. 2 (2024): 110–20.

¹¹ Putri Widia Ningsih., Ruth Yessika Siahaan, Dewi Romantika Tinambunan, Ture Ayu Situmeang, Jahya Adiputra Simbolon, Dules Ery Pratama Harahap, and Murniwati Lase

pembangunan ekonomi. Para pemilih yang menghargai keberlanjutan tertarik pada Surya karena reputasinya sebagai seseorang yang peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Tujuan dari pasangan Bobby-Surya adalah untuk membangun pemerintahan yang terbuka dan merespon kebutuhan masyarakat. Mereka berdedikasi untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan dan menggunakan teknologi untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al., 2024 yang berjudul “Partisipasi Politik Generasi Z Pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024” menunjukkan bagaimana pengetahuan, opini, dan keterlibatan politik Generasi Z sangat dipengaruhi oleh media modern. Sebagai generasi yang melek teknologi, Generasi Z menggunakan media baru sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas politik mereka selain menggunakannya sebagai sumber pengetahuan. Selain itu, generasi Z juga menggunakan media baru sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas politik mereka.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Aprilianti, 2024 yang berjudul “Pengaruh Partisipasi Politik Terhadap Perilaku Pemilih Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2024 Di Kalangan Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta” menunjukkan bahwa tingkat aktivitas politik generasi Z termasuk dalam kategori partisipasi aktif. Kepedulian terhadap isu-isu politik sangat kuat di kalangan Generasi Z, seperti mengikuti seminar politik dan berdiskusi dengan teman dan keluarga tentang politik adalah. Mereka juga secara konsisten menggunakan hak pilih mereka dalam pemilihan umum. Selain itu, generasi Z juga mahir dalam menggunakan kemampuan teknologi yang canggih untuk membuat dan membagikan pesan politik di media sosial dan mengikuti perkembangan politik.¹³

Penelitian ini mengkaji mengenai komunikasi politik pasangan Bobby-Surya dalam membentuk loyalitas Gen Z pada Pilkada 2024 yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian terdahulu berfokus di wilayah Sulawesi Tenggara serta fokus pembahasannya ialah pada Pilpres 2024. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memahami bagaimana komunikasi politik pemenangan pasangan Bobby-Surya dalam memenangkan Pilkada 2024 serta bagaimana komunikasi politik pemenangan mereka dalam membentuk loyalitas Gen Z pada Pilkada 2024.

¹² Indra Lestari, Iriyani Astuti Arief, And Muh.Djufri Rachim, “Partisipasi Politik Generasi Z Pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024” 7, no. 4 (2024): 2297–2308.

¹³ Yeni Cahyani Aprlianti, “Terhadap Perilaku Pemilih Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden,” 2024.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif adalah suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik yang tertulis maupun lisan yang berasal dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini berfokus pada konteks dan individu secara menyeluruh. Sedangkan studi kasus adalah pendekatan yang dilakukan secara mendalam terhadap individu, kelompok, organisasi, program, atau fenomena tertentu dalam jangka waktu tertentu. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mendapatkan deskripsi yang komprehensif dan mendetail mengenai entitas yang diteliti.¹⁴

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan yang dipilih merupakan perwakilan dari tim pemenangan Bobby-Surya yang terlibat dalam kampanye. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur dengan sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada model analisis Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga langkah utama. Pertama, reduksi data dilakukan dengan menyederhanakan dan menyoroti informasi yang signifikan sehingga peneliti dapat fokus pada data yang relevan. Kedua, penyajian data dilakukan dengan Menyusun informasi yang telah direduksi dalam tampilan terorganisir. Ketiga, penarikan Kesimpulan dilakukan untuk menyajikan temuan penelitian berdasarkan analisis yang telah dilakukan.¹⁵

C. Hasil dan Pembahasan

Komunikasi Politik Pemenangan Pasangan Bobby-Surya dalam Memenangkan Pilkada 2024

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pasangan Bobby-Surya menargetkan 70% suara dari pemilih Gen Z. Untuk mencapai target ini, mereka melibatkan beberapa aspek seperti dukungan dari partai politik, tim pemenangan, visi dan misi, serta program unggulan mereka.

a. Ruang Publik (*Public Sphere*) dalam Kampanye Bobby-Surya

Menurut Habermas, ruang publik (*public sphere*) merupakan tempat masyarakat dapat berdiskusi secara terbuka mengenai kepentingan publik. Dalam konteks kampanye Bobby-Surya, mereka melibatkan pemanfaatan media sosial sebagai ruang publik digital, event kampanye sebagai wadah partisipasi politik, serta pembangunan infrastruktur dan program unggulan

¹⁴ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: Syakir Media Press, vol. 11, 2021.

¹⁵ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D" Bandung: Alfabeta (2020).

sebagai bentuk komunikasi politik. Pasangan Bobby-Surya menggunakan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube untuk menjangkau pemilih Gen Z. Media sosial ini digunakan sebagai ruang diskusi yang terbuka dan partisipatif. Pasangan Bobby-Surya dalam komunikasi politiknya juga menggunakan event yang dekat dengan anak muda seperti turnamen *Mobile Legend* dan konser anak muda yang dapat meningkatkan keterlibatan pemilih serta membangun hubungan langsung antara kandidat dan pemilih muda. Pembangunan infrastruktur dan program unggulannya yang lain juga merupakan bentuk komunikasi politik pasangan Bobby-Surya dalam membangun citra sebagai pemimpin. Dengan melibatkan masyarakat di dalamnya, hal ini dapat mewujudkan komunikasi deliberatif.

Seperti ungkapan bapak Ikrimah Hamidy, S. T, M. Si:

“pasangan Bobby-Surya berkomunikasi dengan anak muda itu lewat acara-acara yang dibuatnya tadi, dia datang lalu memberi kata sambutan, kemudian aktif juga di media sosial. media sosial Bobby kan banya dikelola anak-anak muda. Lalu dalam pembangunan infratraktur dan program unggulannya itu kan, apa yang sudah dilakukan Bobby di Medan itu dibuktikannya, dibandingkan dengan kerja yang sudah dilakukan oleh gubernur sebelumnya. Itu kan yang selalu dibandingkan. Apa yang sudah dikerjakan oleh gubernur provinsi yang lama dan apa yang sudah dilakukan Bobby. Jadi itu yang paling komparasi, itu yang diutamakan diinformasikan ke masyarakat.”

Hal ini sejalan dengan pendapat Husain et al, yang mengatakan bahwa dalam upaya memenangkan pemilihan kepala daerah, diperlukan strategi pemenangan yang terencana dan sistematis, karena setiap langkah yang diambil dalam strategi tersebut bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pencapaian tujuan tersebut tentu tidak bisa dilakukan secara sembarangan, melainkan harus melalui pengorganisasian tindakan yang matang oleh tim pemenangan, relawan, dan partai pendukung.¹⁶

b. *Uses and Gratification* dalam Konsumsi Media Kampanye

Terdapat lima kategori utama kebutuhan yang mendorong Gen Z dalam mengonsumsi konten kampanye pasangan Bobby-Surya.

1. Kebutuhan kognitif

Gen Z memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi tentang kandidat, visi dan misi, serta program kerja Bobby-Surya. Untuk memenuhi kebutuhan ini, tim kampanye menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menyajikan konten yang menyoroti pencapaian dan program kerja pasangan tersebut.

2. Kebutuhan afektif

¹⁶ La aka Burasati, Laode Mustafa Husain, and Asriani, “Strategi Politik Kemenangan Surunuddin Dangga-Rasyid Sebagai Calon Bupati Konawe Selatan 2020-2025 Di Kecamatan Ranomeeto,” *JAPMAS : Jurnal Politik Dan Demokrasi* 1, no. 2 (2023): 84–89.

Kampanye Bobby-Surya tidak hanya berfokus pada pesan politik, tetapi juga menyertakan elemen hiburan, seperti acara musik dan turnamen *e-sports*. Gen Z cenderung lebih tertarik pada kampanye yang dikemas dengan cara yang menghibur, dibandingkan dengan pendekatan kampanye tradisional yang lebih kaku.

3. Kebutuhan integrasi personal

Pemilih muda sering mencari kandidat yang sejalan dengan nilai dan aspirasi mereka. Dalam hal ini, pasangan Bobby-Surya berusaha membangun citra sebagai pemimpin progresif yang dekat dengan generasi muda melalui kampanye yang berbasis gaya hidup, seperti konser musik dan turnamen *e-sports*.

4. Kebutuhan integrasi sosial

Gen Z menggunakan media sosial untuk berpartisipasi dalam diskusi politik, baik melalui komentar maupun interaksi di komunitas digital. Selain aktif di media sosial, pasangan Bobby-Surya juga banyak berkolaborasi dengan influencer muda di Sumatera Utara, seperti Filix Pratama, Sonupai, dan Joel Purba. Kolaborasi ini berfungsi sebagai jembatan untuk mendekatkan mereka dengan komunitas Gen Z.

Seperti ungkapan Bapak Ikrimah Hamidy, S. T, M.Si.:

“Program untuk menjangkau Gen Z, pertama, memang kan dari postingan para influencer yang menjangkau Gen Z nya. Jadi kegiatan Bobby itu mengikutsertakan influencer, kemudian nanti influencer itu juga bikin konten sendiri, atau memposting kontennya Bobby dan seterusnya itu ke pengikut-pengikutnya. Jadi polanya gitu”

5. Kebutuhan pelepasan ketegangan

Dalam konteks politik, beberapa pemilih muda mungkin mengonsumsi konten kampanye sebagai bagian dari rutinitas media sosial mereka tanpa memiliki minat yang mendalam terhadap politik. Kampanye yang berbasis hiburan membantu menjangkau segmen Gen Z yang tidak terlalu aktif dalam diskursus politik, tetapi tetap terpapar informasi mengenai pasangan Bobby-Surya.

Hal ini sejalan dengan pendapat Simanjuntak & Djuyanti yang mengatakan bahwa Gen-Z, melalui media sosial, dapat mengakses informasi politik, terlibat dalam diskusi politik, serta terhubung dengan kampanye dan aktivis politik. Media sosial memiliki potensi untuk memengaruhi pemilih pemula, dengan memperkuat pandangan politik yang sudah ada atau mengubah pandangan mereka. Informasi yang beredar di media sosial dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap partai politik, calon yang sedang berkompetisi, dan isu-isu politik yang relevan. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik juga dapat memengaruhi orientasi politik pemilih Gen-Z. Partai politik dan calon pemilihan

memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan kampanye, mempromosikan kebijakan, dan menggalang dukungan pemilih.¹⁷

Komunikasi Politik Pemenangan Pasangan Bobby-Surya dalam Membentuk Loyalitas Gen Z Pada Pilkada 2024

Loyalitas pemilih Gen Z tidak dapat dibangun hanya melalui promosi politik yang bersifat satu arah, tetapi harus melalui interaksi yang memungkinkan adanya dialog dan keterlibatan aktif di dalamnya. Habermas mengajukan konsep tindakan komunikatif untuk menganalisis cara komunikasi politik membentuk keterikatan pemilih.

a. Tindakan komunikatif dalam membangun loyalitas Gen Z

Komunikasi politik pasangan Bobby-Surya dikategorikan sebagai tindakan komunikatif karena mereka menggunakan media sosial sebagai ruang diskusi yang interaktif dengan pemilih Gen Z, bukan hanya sekedar menyampaikan pesan kampanye. Pasangan Bobby-Surya juga melibatkan *influencer* yang benar-benar memahami visi dan misi pasangan dan dapat menyampaikan gagasan politik secara kritis. Bentuk komunikasi politik mereka juga dengan mengadakan *event* yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memberikan ruang bagi diskusi mengenai kebijakan yang akan diterapkan.

b. Klaim kebenaran dalam komunikasi politik Bobby-Surya

Habermas mengajukan empat klaim kebenaran dalam komunikasi deliberatif, yaitu:

1. Klaim kebenaran (*truth claim*)

Pasangan Bobby-Surya mempublikasikan data yang akurat mengenai program yang akan mereka jalankan selama menjabat menjadi gubernur dan wakil gubernur Sumatera Utara. Hal ini dibuktikan dengan postingan-postingan dari Bobby dan Surya di akun Instagram pribadinya yang selalu memberikan informasi terkait program kerja yang sedang mereka jalankan selama masa jabatan.

2. Klaim ketepatan (*rightness claim*)

Kebijakan yang ditawarkan oleh pasangan Bobby-Surya relevan dengan kebutuhan Gen Z. Program kampanye mereka mencakup isu-isu seperti lapangan pekerjaan, pendidikan, ekonomi kreatif sehingga komunikasi politik yang mereka bangun efektif terhadap Gen Z.

Seperti ungkapan Bapak Ikrimah Hamidy, S. T, M.Si.:

“lapangan pekerjaan itu yang sifatnya umum merupakan program dari semua pslon, tetapi program seperti meningkatkan kualitas generasi muda untuk punya skill yang bagus untuk nanti masuk di dunia pekerjaan, ya itu merupakan bagian dari program pekerjaan yang sudah dibuatkan. Meningkatkan mutu sekolah-sekolah

¹⁷ Andreas Saut Simanjuntak and Yusa Djuyandi, “Gen-Z Dan Politik : Menelusuri Strategi Kampanye Media Sosial Atalia Praratya Dalam Pemilu Legislatif 2024” 3, no. 2 (2024): 62–74.

SMA, sekolah SMA diperbaiki. Itu masuk dalam program Bobby-Surya.”

3. Klaim kejujuran (*sincerity claim*)

Pasangan Bobby-Surya membuka ruang untuk pertanyaan kritis dan menjawabnya secara terbuka, sehingga komunikasi mereka dapat lebih dipercaya oleh Gen Z. Hal ini dibuktikan dengan pasangan Bobby-Surya membuka ruang untuk pertanyaan kritis dan menjawabnya secara terbuka dalam komunikasi dengan Gen Z. Dapat dilihat dari kolaborasi mereka dengan *influencer* muda dan partisipasi aktif di media sosial, mereka mendorong diskusi politik melalui platform digital, memungkinkan Gen Z untuk bisa berinteraksi dan mengajukan pertanyaan secara langsung.

4. Klaim komprehensibilitas (*comprehensibility claim*)

Pesan politik yang disampaikan oleh pasangan ini menggunakan bahasa dan format komunikasi yang sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z, seperti infografis dan video pendek yang di upload di Instagram pribadi mereka atau media sosial *influencer* yang berkolaborasi dengan mereka, sehingga pesan mereka lebih efektif tersampaikan kepada Gen Z.

Efektivitas media sosial dan influencer dalam meningkatkan loyalitas Gen Z

Dalam teori *uses and gratification*, keberhasilan kampanye Bobby-Surya dalam membangun loyalitas Gen Z bergantung pada bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan pemilih. Merujuk pada pelaksanaan pemilu di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, khususnya sejak 2017 hingga 2024, penggunaan media sosial dalam kegiatan kampanye menjadi aspek yang tak bisa diabaikan, terutama jika sasaran utamanya adalah kalangan generasi muda. Media sosial terbukti menjadi platform yang efektif dan sumber informasi aktual yang mampu merefleksikan pandangan publik terhadap kebijakan maupun posisi politik, sekaligus memperkuat dukungan terhadap kelompok politisi yang sedang berkampanye.¹⁸

Gen Z akan lebih loyal jika mereka merasa dapat berinteraksi langsung dengan kandidat melalui sesi tanya jawab di media sosial. *influencer* yang digunakan juga harus memiliki kredibilitas yang tinggi dikalangan Gen Z, agar pesan kampanye akan lebih mudah diterima dan dipercaya. Format kampanye harus dikemas dalam bentuk video pendek, meme, atau tren media sosial yang dapat menarik bagi Gen Z agar meningkatkan keterlibatan mereka.

¹⁸Maryam and Muh. Ruslan Ramli, “Penggunaan Media Sosial Instagram @Mardanielisera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Di Pemilihan Legislatif Tahun 2024” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2024): 85–108.

Hal ini sejalan dengan pendapat Novita et al, yang mengatakan bahwa platform media sosial memberi Generasi Z pengetahuan tentang topik-topik politik yang dapat menarik minat mereka. Menggunakan *influencer* adalah cara yang paling menarik untuk berkomunikasi karena banyak anggota Generasi Z yang lebih mudah menerima orang-orang yang mereka kagumi. Oleh karena itu, *influencer* dan platform media sosial dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan Generasi Z selama pilkada dengan menggunakan berbagai teknik, termasuk jajak pendapat, kuis, dan sesi tanya jawab. Selain itu, tagar yang relevan dan sedang tren terkait masalah politik yang sedang dibahas dapat ditemukan. Komunikasi politik dengan Generasi Z harus melibatkan aktor politik yang dekat terhadap generasi z tersebut untuk mendapat hati dan suara Generasi Z terkhususnya pada pilkada 2024, sesuai dengan komunikasi politik terhadap mereka. Komunikasi politik yang harus relevan yang melibatkan aktor politik harus menggunakan gaya komunikasi dua arah dan memberikan mereka platform untuk mengekspresikan diri, karena hal ini meningkatkan peluang mereka untuk mendapatkan kesempatan. Selain menggunakan platform media sosial dan mengikuti tren serta melibatkan *influencer*, saat ini informasi juga dapat diberikan dalam bahasa sederhana yang lebih mudah dipahami oleh Generasi Z.¹⁹

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik pasangan Bobby-Surya dalam pemenangan Pilkada 2024 dilakukan dengan strategi yang terintegrasi dan efektif. Mereka berhasil menggabungkan pendekatan konvensional, seperti tatap muka dengan strategi digital yang memanfaatkan media sosial dan *influencer* untuk menjangkau pemilih, terutama Generasi Z. Dalam upaya memenangkan Pilkada, pasangan Bobby-Surya menekankan isu-isu yang relevan bagi masyarakat, seperti pembangunan daerah, kesejahteraan ekonomi, serta transparansi dan akuntabilitas pemerintahan. Dengan merancang pesan kampanye yang tepat, mereka mampu menarik perhatian berbagai segmen pemilih.

Selain itu, komunikasi politik mereka juga berfokus pada membangun loyalitas Gen Z. Dengan pendekatan yang berbasis nilai, transparansi, dan keterlibatan aktif, pasangan Bobby-Surya berhasil menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan generasi muda. Interaktivitas melalui diskusi daring, webinar, dan program keterlibatan komunitas menjadi kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas di kalangan Gen Z. Secara keseluruhan, komunikasi politik pasangan Bobby-

¹⁹ Dona Dwi Novita, Kasiana Sianipar, Ahmad Tamrin Sikumbang, Windi Sakila Nazwa, Alya Azra Mutia Nasution, dan Al Syahdafi, "Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024," *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 2, no. 3 (2024): 106-115.

Surya tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memenangkan pemilihan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat, khususnya generasi muda yang akan menjadi pemilih utama di masa depan. Dengan strategi yang tepat, mereka dapat memperkuat posisi mereka dalam peta politik dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press. Vol. 11, 2021.
- Aditia, Rafinita. “Etika Diseminasi Informasi Dalam Perspektif Komunikasi Islam Dan Humanisme Di Era Digital.” *Jurnal Kopsis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2021): 10–16.
- Aprlianti, Yeni Cahyani. “Terhadap Perilaku Pemilih Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden,” 2024.
- Burasati, La aka, Laode Mustafa Husain, and Asriani. “Strategi Politik Kemenangan Surunuddin Dangga-Rasyid Sebagai Calon Bupati Konawe Selatan 2020-2025 Di Kecamatan Ranomeeto.” *JAPMAS: Jurnal Politik Dan Demokrasi* 1, no. 2 (2023): 84–89.
- Hariyanto, Bambang, Erman Anom, and Iswadi. “Peran Teknologi Informasi Dalam Mendukung Komunikasi Politik Melalui Media Digital Dalam Industri Musik Dangdut.” *Technomedia Journal* 8, no. 3 (2023): 14–25.
- Jayani, Dwi Hadya. “Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia.” (2021), Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/7ae7f59c2a738bb/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia> 12 Februari 2025.
- Kamil, Rusdan, and Laksmi. “Generasi Z, Pustakawan, Dan Vita Activa Kepustakawanan.” *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 9008, no. 105 (2023): 25–34.
- Lestari, Indra, Iriyani Astuti Arief, and Muh.Djufri Rachim. “Partisipasi Politik Generasi Z Pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024” 7, no. 4 (2024): 2297–2308.
- Maryam, and Muh. Ruslan Ramli. “Penggunaan Media Sosial Instagram @Mardanialisera Dalam Meningkatkan Elektabilitas Di Pemilihan Legislatif Tahun 2024” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 7, no. 2 (2024): 85–108.
- Mukarom, Zaenal. *TEORI-TEORI Komunikasi*, 2020.
- Muttaqien, M. “Konsep Komunikasi Jurgen Habermas Dalam Ide Demokrasi Deliberatif Dan Tindakan Komunikatif.” *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi* VOLUME VI, no. I (2023): 51–64.
- Ningsih, Putri Widia, Ruth Yessika Siahaan, Dewi Romantika Tinambunan, Ture Ayu Situmeang, Jahya Adiputra Simbolon, Dules Ery Pratama Harahap, and Murniwati Lase. “Perilaku Pemilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 (Studi Kasus Organisasi Gerkan Pramuka Mahasiswa UNIMED).” *Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS* 2, no. 2 (2024):

110–20.

- Novita, Dona Dwi, Kasiana Sianipar, Ahmad Tamrin Sikumbang, Windi Sakila Nazwa, Alya Azra Mutia Nasution, dan Al Syahdafi. “Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024.” *Mandub: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora* 2, no. 3 (2024): 106–115.
- Nuraliza, Vadhea, Andhi Nur Rahmadi, Alvan Mubaroq, Kristiyono Kristiyono, Alisyia Putri Melani, and Anila Ifana. “Peran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik Menghadapi Pemilu 2024.” *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan* 4, no. 1 (2024): 245–61.
- Saggaf, Muhammad Ilmi, Muhammad Wildan Arif, Muhammad Habibie, and Khairul Atqiya. “Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial.” *Journal of Communication Studies* 1, no. 01 (2021): 15–29.
- Sampurna, A, A Taufiqurrohman, A F Nasution, and ... “Konsep Dan Definisi Komunikasi Politik.” *Jurnal Pendidikan ...* 8 (2024): 26772–77.
- Siahaan, Sabarudin, Hasrat Efendi Samosir, and Anang Anas Azhar. “Strategi Komunikasi Politik Affan Alfian Bintang Dalam Pandangan Islam Untuk Memenangkan Pilkada Kota Subulussalam Tahun 2018.” *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study* 7, no. 1 (2021): 1–10.
- Simamora, Irma Yusriani, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, Rusydi Aulia Siregar. “Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 5918–5922.
- Simanjuntak, Andreas Saut, and Yusa Djuyandi. “Gen-Z Dan Politik: Menelusuri Strategi Kampanye Media Sosial Atalia Praratya Dalam Pemilu Legislatif 2024” 3, no. 2 (2024): 62–74.
- Siregar, A.S et al., “Analisis Uses And Gratification Dalam Menentukan Strategi Dakwah Virtual.” *An-Nadwah* 28, no.2 (2022): 1-12.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.” *Bandung: Alfabeta*. (2020).
- Sukma, Fadjar, and Saparuli. “Menimbang Demokrasi Deliberatif Dalam Proses Pembentukan Hukum Yang Demokratis Di Indonesia)” 01, no. 03 (2021): 140–54.
- Sumarni, Lilik. “Pemilu 2024 Dalam Agenda Media: Antara Simulakra, Hiperealitas, Dan Kekuasaan Oligarki.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 4843–64.
- Yulianti, Dwiana Binti, Dian Suluh, Kusuma Dewi, Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih, Program Studi, Ilmu Pemerintahan, and Universitas Muhammadiyah Ponorogo. “Pemilih Pemula Dalam Pemilu 2024 :

Membangun Kesadaran Politik” 5 (2024): 528–33.

Zulhilmi, Zulhilmi. “Pola Komunikasi Politik Eksekutif Dan Legislatif Dalam Proses Pembangunan Kesejahteraan Rakyat.” *Asia-Pacific Journal of Public Policy* 7, no. 1 (2021): 1–17.