

Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024

by Dona Dwi Novita

Submission date: 26-Jun-2024 08:26AM (UTC+0700)

Submission ID: 2408721362

File name: MANDUB_Vol_2_no_3_September_2024_hal_106-115.pdf (395.44K)

Word count: 3316

Character count: 21035



Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024

Dona Dwi Novita¹, Kasiana Sianipar², Ahmad Tamrin Sikumbang³, Windy Sakila Nazwa⁴,
Alya Azra Mutia Nasution⁵, Al Syahdafi⁶, Zulkifli⁷
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: donaduwi56@gmail.com¹, kasianasianipar84@gmail.com², ahmadtamrinsikumbang@uinsu.ac.id³,
windsakilanazwa@gmail.com⁴, alyaazramutia21@gmail.com⁵, alsa.dafi86@gmail.com⁶,
zulkiflisiregar324@gmail.com⁷

Abstract. *In the current era of globalization, many problems occur when entering the political era. It needs to be realized that in the current era, providing information must be in the right pattern, especially to generation Z as young people who choose. Of course, it is necessary to know the things that need to be informed to Gen Z during the political period so that the information reaches the right target to Generation Z. Therefore, it is necessary to know the political communication patterns of Generation Z, especially during the 2024 election. Understanding the communication patterns of Gen Z, one of them is by providing space for expression for them and providing two-way communication that involves them, especially during political campaigns. The goal is that generation Z no longer chooses to be part of the white group and is more involved in the progress of this nation. This research uses a qualitative method with a descriptive approach involving several generation Z people in providing information which will later be explained in written form.*

Keywords: *Communication, Generation Z, Election*

Abstrak. Era globalisasi saat ini banyak permasalahan yang terjadi ketika memasuki masa politik. Perlu disadari bahwa pada era saat ini untuk memberikan informasi harus dengan pola yang tepat khususnya terhadap generasi Z sebagai kaula muda untuk memilih. Tentunya perlu diketahui hal-hal yang perlu untuk diinformasikan kepada gen Z pada masa politik agar informasi tersebut sampai dengan tepat sasaran kepada generasi Z. Maka dari itu diperlukan untuk mengetahui pola komunikasi politik terhadap generasi Z khususnya pada masa Pemilu 2024. Memahami pola komunikasi gen Z salah satunya dengan memberikan ruang berekspresi kepada mereka dan memberikan komunikasi dua arah yang melibatkan mereka terutama pada saat masa kampanye politik. Tujuannya agar generasi Z tidak ada lagi yang memilih untuk menjadi bagian dari golongan putih dan lebih terhadap kemajuan bangsa ini. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang melibatkan beberapa orang generasi Z dalam memberikan pandangannya yang mana nantinya akan dijelaskan dalam bentuk tulisan.

Kata kunci : Komunikasi, Generasi Z, Pemilu

PENDAHULUAN

Komunikasi yang baik sangat diperlukan dalam menjalani kehidupan sehari-hari agar informasi yang disampaikan kepada komunikan dapat dipahami dengan baik pula. Tidak hanya informasi tertentu saja, namun seluruh informasi dapat disampaikan lewat komunikasi yang baik,

Received Mei 16, 2024; Accepted Juni 22, 2024; Published September 30, 2024

*Dona Dwi Novita donaduwi56@gmail.com

tidak hanya melalui lisan tetapi lewat tulisan informasi yang ingin disampaikan juga dapat tersampaikan kepada komunikan atau khalayak luas.

Dalam komunikasi terdapat pola atau bentuk-bentuk komunikasi itu sendiri. Salah satunya dalam komunikasi politik terdapat pola yang bisa menggambarkan informasi yang ingin disampaikan terutama ketika khalayaknya adalah dari generasi Z. Perlu kita sadari bahwa generasi Z lahir ketika dunia digital sudah cukup matang dan mendominasi seluruh sendi kehidupan manusia.

Era generasi Z lahir sejak tahun 1997 sampai tahun 2010, kemudian dilanjutkan tahun 2011-2025 ditandai dengan generasi Alpha. Dua generasi yang lahir setelah matangnya dunia digital sehingga dalam penyampaian informasi diperlukan pola-pola tertentu agar informasi yang disampaikan sesuai dengan target tujuannya.

Masa remaja generasi Z ditandai dengan semakin populernya ponsel cerdas dan mengglobalnya jaringan komputer sehingga mereka bukan saja generasi digital tetapi sekaligus juga generasi internet. Beragam julukan lain pada generasi Z ini, antara lain: iGeneration, Gen Tech, Gen Wii, Net Gen, Digital Natives, dan Plurals.

Generasi Z atau biasa dikenal sebagai Gen-Z didefinisikan sebagai generasi yang mahir tentang digital, ambisius, percaya diri, banyak menggunakan bahasa gaul, suka menghabiskan waktu sendiri, memiliki rasa ingin tahu lebih tinggi namun memiliki mental yang lemah. Generasi Z ditandai dapat melakukan lebih dari satu aktivitas dalam satu waktu atau *multitasking* misalnya menggunakan komputer, memainkan sosial media, dan mendengarkan musik dalam satu waktu yang sama. Hal itu dapat terjadi karena generasi ini lahir langsung dikenalkan teknologi sehingga mampu mengaplikasikan teknologi dengan maksimal.

Generasi Z menurut Badan Pusat Statistik (BPS), memiliki populasi yang lebih tinggi daripada generasi sebelumnya. Generasi Z adalah mereka memiliki power yang sangat kuat. Selain itu, Generasi Z mudah bergaul dengan masyarakat atau sosial. Generasi Z mendominasi populasi penduduk Indonesia sebanyak 27,94% (Databoks, 2021).

Generasi ini tidak sepatasnya dipandang sebelah mata, terutama dalam hal pemungutan suara pada pemilu 2024. Generasi yang lahir era digital lebih sering berkomunikasi dengan orang lain lewat media sosial. Meskipun berkembang di era digital seperti saat ini, mereka tidak sepatasnya

bersantai ataupun tidak bersosialisasi dengan masyarakat, terlebih lagi untuk mengetahui informasi seputar pemilihan umum demi masa depan Indonesia.

Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia adalah sarana bagi masyarakat Indonesia dalam + pelaksanaan kedaulatan rakyat yang berlandaskan Pancasila dan UUD 45 yakni pada undang-undang no.12/2003, Bab I, pasal 1 ayat 1. Jika pada pengamatan politik, pemilu lebih luas artinya sebagai perjuangan untuk memperoleh kekuasaan dan kedudukan, tentu didalamnya terdapat persaingan dan perjuangan dalam memperebutkan kursi kekuasaan sehingga amat diperlukan strategi yang tepat untuk memperoleh suara, tentu ini tidak terlepas dari bagaimana cara berkomunikasi dalam politik.

Pada Pemilihan Umum 2024 terdapat beberapa faktor yang menjadi tantangan dalam menghadapi Generasi Z agar tetap ikut andil dalam memilih, yaitu kurangnya minat mereka untuk berkontribusi dalam pemilu sehingga mereka cenderung untuk menjadi bagian dari golongan putih (golput), kurangnya pengetahuan terkait info dari masing-masing pasangan calon (paslon), dan kebanyakan dari Generasi Z ketika memilih tidak berdasarkan pada pilihannya sendiri melainkan adanya bisikan dari pihak lain, sehingga sangat diperlukan komunikasi yang baik terhadap generasi Z agar mereka tetap mau mengikuti perkembangan pemilu untuk ke depannya ataupun dalam pemilihan kepala daerah, tentu menjadi harapan besar agar generasi Z timbul kesadaran sendiri untuk turut berpartisipasi.

Posisi Gen-Z dalam lingkaran politik menjadi sangat diperhitungkan saat ini, baik di Indonesia maupun di level internasional. Dalam masa-masa kampanye Pemilu para pemilih pemula didekati oleh para elit politik secara intensif melalui beragam cara. Para anak muda ini menjadi penting dalam sengitnya persaingan mendulang suara demi perebutan kursi kekuasaan.

Pada penelitian terdahulu oleh Nova Evita, 2023, dalam penelitiannya mengenai generasi Z dalam pemilu dengan judul penelitian: Pola bermedia generasi Z dalam pencarian informasi politik, didapatkan hasil bahwa meski tidak menjadi preferensi utama, generasi ini tetap mengakses informasi seputar politik. Media sosial menjadi tempat utama mereka mencari informasi politik. Konsumsi informasi seputar politik sifatnya insidental dan rentang perhatian hanya 8 detik. Meski rentang perhatian singkat, Generasi Z menganggap serius nilai seperti keaslian, reputasi, dan kredibilitas. Temuan ini menjadi masukan agar penyelenggara dan peserta dapat mengemas

informasi seputar politik dan pemilihan dengan ringan, mengedukasi, menghibur dan tentunya memiliki visual yang menarik.

Dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pola komunikasi politik terhadap generasi Z pada pemilu 2024, sehingga ini menjadi kebaruan dari penelitian sebelumnya yang hanya mengetahui pola penggunaan bermedia generasi Z dalam mencari informasi politik, dengan tujuan agar generasi Z semakin peduli terhadap masa depan negara ini dan tidak asal memilih untuk ke depannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu penggambaran yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status atau gejala mengenai populasi atau daerah tertentu, atau memetakan fakta berdasarkan cara pandang kerangka berpikir tertentu pada saat penelitian dilakukan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka (Denzin & Lincoln, 1994).

Penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Teknik pengumpulan datanya dilakukan secara gabungan serta analisis data yang digunakan oleh metode penelitian kualitatif bersifat induktif/kualitatif sehingga hasil dari penelitiannya lebih memfokuskan pada makna dibandingkan keseluruhan. (Sugiyono, 2007).

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Tugas utama penelitian deskriptif adalah memaparkan apa adanya dengan sesuai fakta. Dalam pendekatan deskriptif ini peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi terhadap generasi Z. Dengan cara mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi yang disampaikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan. Informasi yang disampaikan biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa kata

kata atau teks tersebut kemudian dianalisis. Hasil analisis dapat berupa penggambaran atau deskripsi. Dari data-data tersebut peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalam, hasil akhir dari penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk tertulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gen Z dan Politik

Dalam sebuah teori tentang generasi yang terdapat dalam buku "*The Problem of Generations*" Karya Mannheim disebut sebagai : "*the most systematic and fully developed*" and "*the seminal theoretical treatment of generations as a sociological phenomenon*". Generasi adalah sekumpulan kelompok yang berisikan individu yang memiliki kesamaan dalam rentang usia, dan mengalami peristiwa sejarah penting dalam suatu periode waktu yang sama (Karl Mannheim, 1923)

Penyebutan istilah generasi terus mengalami perkembangan seperti generasi Z yang merujuk pada pelabelan generasi yang diberikan secara berurut di mulai dari Generasi X (1965-1980), diikuti Generasi Y (1981-1994), kemudian Generasi Z (1995-2010) dan setelah Z masih ada satu generasi berikutnya yang terjadi sampai saat ini yakni dengan pelabelan Generasi Alpha (2011-sekarang). Bahkan sebelum generasi X, Y, dan Z terbentuk, terdapat pula Generasi *Baby boomer* (1946-1964).

Pemilihan umum adalah sarana dimana suara rakyat sangat diperlukan dalam hal memilih seorang pemimpin. Pemilu juga merupakan ajang dimana calon pemimpin akan memperlihatkan seberapa berkualitas dan layak nya menjadi pemimpin, dalam pemilu gen Z memiliki peran yang cukup penting sebagai prasarana aktif antara pemimpin dan masyarakat, oleh karenanya gen Z menjadi sasaran empuk oleh calon pemimpin, karena gen Z diyakini memiliki kekuatan yang cukup memumpuni dalam hal pemilihan.

Generasi yang telah lahir saat internet sudah sangat matang penggunaannya nyatanya sangat minim interaksi sosialnya, salah satunya mengenai politik yang sedang hangat menjelang pemilu 2024. Generasi ini mencari informasi seputar politik dan dunia yang sedang berkembang lewat media sosial. Sejauh yang telah kami wawancarai dengan beberapa narasumber yang disebut sebagai generasi Z menegani sejauh mana ketertarikan generasi Z pada pemilu

Pertama, Ketertarikan antara gen Z dan pemilu dapat dilihat pada pemimpin yang harus dari kalangan generasi sehat, yang masih segar dalam berproses dalam mengambil pola pikir yang bersifat objektif. Gen z tumbuh di era digital di mana informasi tentang apa yang terjadi di dunia bisa diakses dengan mudah. Media sosial juga semakin membuat gen z lebih sadar sama isu-isu sosial dan politik, jadi lebih peduli dan termotivasi buat ambil tindakan.

Kedua, Gen z adalah generasi kreatif yang aware dengan digital, sedangkan isu politik sangat gencar di medsos dan ini menjadi menarik bagi gen z, Adanya media sosial mempermudah untuk mendapatkan informasi yang akurat perihal politik, terutama ditengah beragamnya sudut pandang masyarakat mengenai pilihan politiknya masing-masing semakin menambah wawasan dan pengetahuan. marketing dan branding politik di sosial media yang mana platformnya digunakan oleh gen z ini. Sekarang sosial media banyak di susupi dengan kegiatan politik, yang mana sosial media dibuka 24/7 jadi mau tidak mau suka tidak suka hal itu menjadi konsumsi sehingga itu dapat menjadi landasan gen z tertarik dengan politik.

Ketiga, ketidakadilan sosial dan ekonomi yang makin terasa. Dimulai dari kebijakan yang tidak adil, seperti biaya pendidikan yang makin mahal, sulitnya dapat pekerjaan yang layak, dan akses kesehatan yang terbatas. Kemudian, ancaman terhadap kebebasan berpendapat dan hak asasi manusia juga bikin kita waspada. Kita lihat bagaimana beberapa kebijakan bisa membatasi hak-hak kita, dan itu bikin kita merasa harus terlibat untuk mempertahankan dan memperjuangkan hak-hak tersebut.

Gen Z dan pemilu merupakan dua hal yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Pada pemilu diperlukan kaula muda sebagai pemilih terhadap calon pemimpin yang akan memimpin bangsa ini. Tentunya sebagai generasi muda harus memiliki ketertarikan dengan pemilu yang akan menentukan masa depan bangsa, untuk membuat gen Z ikut tertarik dan ikut serta dalam pemilu harus dibekali dengan kematangan berpikir agar opini yang ingin disampaikan dapat terolah dan terorganisir dengan baik.

Pola Komunikasi Politik

Pola komunikasi merupakan cara individu atau kelompok untuk berkomunikasi. Pola komunikasi ialah bentuk atau struktur hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2002).

Pola komunikasi menjadi suatu cara kerja dalam berkomunikasi untuk mencari cara terbaik dalam proses dari penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Sehingga akan muncul timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan (Ngalimun, 2018). Pola komunikasi merupakan cara kerja suatu kelompok ataupun individu dalam berkomunikasi yang berlandaskan pada teori-teori komunikasi dalam menyampaikan pesan atau mempengaruhi komunikan (Purwasito, 2002).

Komunikator politik dapat dikategorikan sebagai Politikus (politician), Komunikator profesional, dan Aktivistis. Setiap kategori memiliki karakteristik sendiri namun tetap berujung kepada aspek politik yang melekat di dalamnya. Komunikator bertugas sebagai perwakilan aktor politik untuk menyampaikan suatu pesan politik yang berkaitan dengan kekuasaan, kebijakan, aturan dan kewenangan dari pemerintah, yang bertujuan mempengaruhi khalayak baik itu verbal maupun non verbal.

Pelaku komunikasi politik disebut dengan istilah komunikator politik. Komunikator politik dengan melakukan analisis dan membedakan komunikator politik dengan (Lasswel, 1930):

- a. Propagandis, adalah seorang spesialis dalam bidang yang menguasai atau memiliki kemampuan dalam teknik-teknik pengendalian terhadap masyarakat.
- b. Pendukung utama adalah mereka yang membantu atau memberi bantuan, dukungan keuangan kepada penampilan para propagandis
- c. Rakyat biasa (orang awam) adalah mereka yang menjadi sasaran dari pada propagandis.

Seorang komunikator politik sudah seharusnya memikirkan cara-cara berkomunikasi yang tepat sesuai dengan jangkauannya kepada generasi Z. Beberapa hasil wawancara terhadap gen Z terkait pola komunikasi politik yang efektif pada pemilu khususnya tahun 2024 yang dapat dijadikan pelajaran untuk ke depannya agar tepat sasaran dan generasi Z dapat tertarik dengan pemilihan umum

Membuat komunikasi dua arah, sehingga semua orang berhak berpendapat dan mengutarakan pendapatnya, hal ini dapat memberikan kesempatan pada gen Z untuk dapat berpartisipasi aktif dalam kampanye politik atau isu-isu yang mereka pedulikan. Kemudian menggunakan media sosial, softselling, dengan mengikuti trend yang sedang hangat dan jangan langsung memberikan informasi to the point. Terkadang kita tidak bisa fokus terhadap momentum yang terjadi, karena gen Z kerap kali bersikap acuh tak acuh pada situasi karena masih cenderung tertutup, hal yang perlu diperlukan adalah memberi ruang untuk berekspresi untuk menggali kemampuan gen Z

Dapat dilihat bahwasannya generasi Z memang merupakan generasi yang sangat ingin dipedulikan, sehingga perlulah kiranya sebagai komunikator politik untuk memberikan ruang berekspresi kepada generasi Z agar generasi tersebut merasa dipedulikan dan diajak untuk turut andil dalam pemilihan. Penggunaan media sosial juga harus lebih ditekankan agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan mudah untuk dipahami generasi Z salah satu polanya dengan mengikuti trend yang sedang hangat diperbincangkan.

Komunikasi Gen Z pada Pemilu 2024

Pada pemilu 2024 yang menjadi kekhawatiran atau masalah utama bagi Generasi Z adalah penyaringan informasi politik, yang dilatarbelakangi beberapa faktor seperti: informasi palsu beredar secara masif, banyaknya Generasi Z yang hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri dalam mendapatkan informasi tanpa mempertimbangkan pandangan lain, kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data pribadi mereka di dunia digital, dan kurangnya ketertarikan dan keterlibatan di dunia politik.

Namun, kendala tersebut dapat teratasi dengan memberikan informasi yang sesuai dengan data, menjadikan bahan diskusi yang memuat ide dan gagasan sehingga keaktifan demokrasi tetap berjalan dan melahirkan produk demokrasi yang sehat. Selain itu, dapat menggunakan strategi komunikasi seperti memberikan informasi secara jelas dan transparan mengenai sumber informasi, metodologi pengumpulan data, dan proses pengambilan keputusan, memberikan informasi dan sumber daya yang mampu mengenali dan menghindari penyebaran informasi palsu, mendorong Generasi Z untuk mencari informasi dari berbagai sumber berbeda, menggunakan teknologi secara

bijak untuk menyebarkan informasi yang akurat dan relevan, serta mengabarkan Generasi Z bahwa suara mereka penting dan dapat mempengaruhi proses politik.

Sebagai komunikator politik gunakan gaya bahasa yang sefrekuensi dengan gen Z. Kemudian turut aktif mengikuti perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan politik. Bantu Gen Z memahami implikasi kebijakan dan dampaknya terhadap kehidupan mereka. Kemudian, pahami terlebih nilai-nilai dari gen Z itu sendiri, mendengarkan aspirasi gen Z, dan juga komitmen untuk mensuarakan aspirasi gen Z, jangan sok asik dan berlebih, dengan ngikutin trend tetapi malah keliatan cringe.

Generasi Z ini menjadi bagian dari sebuah perjuangan politik, investasi jangka panjang dalam aktivitas politik di masa mendatang. Sehingga, penting untuk Generasi Z memahami politik sebagai bekal pembelajaran untuk masa mendatang. Karena, pembuat kebijakan akan dipegang, dikendalikan oleh kita Generasi Z. Memotivasi menggunakan platform media sosial, bergabung di kelompok massa, organisasi, bahkan partai politik untuk mengajak yang lainnya bahwa politik tidak sekaku itu.

Bagi Generasi Z, isu-isu politik yang dapat menarik perhatiannya yaitu informasi yang disajikan melalui platform media sosial. Bentuk komunikasi yang paling menarik dengan menggunakan *influencer* karena banyak generasi Z yang lebih mendengarkan orang yang diidolakannya. Sehingga untuk mendapatkan partisipasi generasi Z dalam pemilu dapat menggunakan komunikasi lewat *influencer* dan platform media sosial dengan berbagai metode seperti *polling*, kuis, atau tanya jawab, dan mengidentifikasi hashtag yang relevan dan populer yang berkaitan dengan isu-isu politik yang ingin disampaikan.

Selain itu, dapat pula dilakukan dengan membagikan aktivitas sehari-hari, baik pekerjaan dengan muatan positif dan sedikit santai, tidak terlalu kaku, dan bersifat ajakan untuk hal-hal yang bersifat positif dan membangun. Sehingga ketertarikan Generasi Z terhadap pemilu lebih mendorong untuk ikut serta dalam partisipasinya.

KESIMPULAN

Generasi Z, pada dasarnya dapat memberikan suara pada saat pemilu yang dapat memberikan pengaruh pada kemajuan bangsa ini. Pola komunikasi kepada Generasi Z

memerlukan sebuah sosialisasi untuk memperluas pengetahuan mereka akan dunia politik, terutama pada pemilu 2024. Edukasi terkait golput harus lebih ditingkatkan lagi karena ada beberapa dari Generasi Z masih melakukan tindakan tersebut, atau bahkan tidak memberikan suaranya di bilik suara (Tempat Pemilihan Umum) TPU.

Sebagai seorang komunikator politik dari penjelasan generasi Z sendiri dapat ditarik kesimpulan bahwa gunakanlah pola komunikasi dua arah dan juga memberikan ruang berekspresi kepada generasi Z karena dengan begitu mereka lebih merasa mendapatkan kesempatan. Dalam memberikan informasi dapat pula lewat platform media sosial dan mengikuti trend yang sedang hangat diperbincangkan, serta penggunaan bahasa yang sederhana lebih mudah untuk dipahami oleh generasi Z. Tentunya besar harapan ke depan untuk generasi Z agar lebih peduli dan tertarik untuk turut serta dalam pemilihan umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, Faridhian, 2013. *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*, Jurnal Komunikasi, Vol. 8, No.1
- Evita, Nona, 2023. *Generasi Z Dalam Pemilu : Pola Bermedia Generasi Z dalam Pencarian Informasi Politik*, Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia, Vol.5, No.1
- Karim Al Musa, dkk. 2020. *Partisipasi Politik Pemilih Pemula di Media Sosial (Studi Deskriptif Tingkat dan Pola Politik Partisipatif Gen-Z Kota Yogyakarta Melalui Pemanfaatan Aplikasi Instagram Tahun 2019)*, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Vol. 3, No. 2
- Nuruzzahra, Faizah, dkk. 2023. *Pola Komunikasi Generasi Z Melalui Direct Massage (DM) Instagran Kepada Idola*, Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya
- Prasanti, Ditha. 2018. *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencairan Informasi Kesehatan*, Jurnal Lontar, Vol. 6, No. 1
- Weninggalih, Prawiro dan Saniyah Nabila Fikriyah. 2023. *Strategi Komunikasi Persuasif pada Generasi Z Menjelang Pemilihan Presiden 2024*, Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Vol. 13, No.2
- Wiyaja, Farhan Yut, dkk, *Bentuk Komunikasi Politik Retorika Politik*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi Universitas Mataram, Vol. 5, No.1

Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024

ORIGINALITY REPORT

21 %

SIMILARITY INDEX

19 %

INTERNET SOURCES

12 %

PUBLICATIONS

10 %

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ ejurnalqarnain.stisnq.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On