



Pandangan Generasi Z Kota Padang Terhadap Pasangan Calon Prabowo-Gibran Pada Pemilihan Presiden 2024

Kharisma Winada¹⁾, Damsar²⁾, Bob Alfiandi³⁾

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat

Corresponding author: kharismawinada@gmail.com

Abstrak

Pemahaman pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden tahun 2024 di Kota Padang. Fenomena menarik muncul ketika mayoritas Generasi Z mendukung pasangan tersebut meskipun pencalonan Gibran memicu polemik akademis dan hukum. Penelitian bertujuan menganalisis tindakan komunikatif pemilih Generasi Z dan mengungkap pemahaman mereka terhadap pasangan calon dalam konteks distorsi komunikasi sistematis melalui media sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus, menerapkan teori Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas sebagai kerangka analisis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 13 informan Generasi Z dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan tindakan komunikatif Generasi Z tidak memenuhi empat klaim validitas Habermas karena terperangkap dalam echo chamber dan bias konfirmasi di media sosial. Pemahaman mereka terhadap pasangan calon didominasi faktor emosional daripada evaluasi rasional, dengan motif pemilihan lebih didasarkan pada kedekatan personal dan daya tarik kampanye hiburan. Penelitian menyimpulkan bahwa teks abnormal di media sosial berhasil mendistorsi pemahaman politik Generasi Z dan mengancam kualitas demokrasi deliberatif.

Kata Kunci: Generasi Z, Komunikasi Politik, Pemilihan Presiden.

Abstract

Generation Z voters' understanding of the Prabowo-Gibran candidate pair in the 2024 presidential election in Padang City. An interesting phenomenon emerged when the majority of Generation Z supported the couple even though Gibran's candidacy sparked academic and legal polemics. The study aims to analyze the communicative actions of Generation Z voters and uncover their understanding of candidate pairs in the context of systematic communication distortion through social media. The research method uses a qualitative approach with a case study type, applying Jurgen Habermas' communicative action theory as an analysis framework. The Data was collected through in-depth interviews with 13 Generation Z informants and document studies. The results showed Generation Z's communicative actions did not meet Habermas' four validity claims due to being trapped in echo chambers and confirmation bias on social media. Their understanding of the candidate's partner is dominated by emotional factors rather than rational evaluation, with election motives based more on personal closeness and the appeal of campaign entertainment. The study concluded that abnormal texts on social media successfully distort Generation Z's understanding of politics and threaten the quality of deliberative democracy.

Keyword: Generation Z, Political Communication, Presidential Election

PENDAHULUAN

Pemilihan umum merupakan instrumen fundamental dalam sistem demokrasi yang memungkinkan warga negara memilih wakil-wakil mereka dalam pemerintahan. Dalam konteks

Indonesia, Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024 menjadi momen krusial yang tidak hanya menentukan arah kepemimpinan nasional, tetapi juga menghadirkan fenomena menarik terkait perilaku pemilih generasi muda, khususnya Generasi Z. Fenomena ini menjadi semakin kompleks ketika dihubungkan dengan dinamika komunikasi politik di era digital yang dipenuhi dengan berbagai narasi dan informasi yang tidak selalu akurat atau objektif.

Penelitian-penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek perilaku pemilih generasi muda dalam konteks politik Indonesia. Suryo & Aji (2020) mengungkapkan bahwa pemilih pemula cenderung menggunakan media sosial sebagai preferensi utama dalam memperoleh informasi politik, meskipun mereka tetap menunjukkan sikap kritis terhadap informasi yang beredar. Sementara itu, Novita (2023)) menemukan bahwa Generasi Z menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi politik, meskipun hal ini bukanlah preferensi utama mereka. Penelitian Azwar (2022) juga menunjukkan pentingnya tindakan komunikatif dalam mengurangi disinformasi politik di media sosial, menggunakan kerangka teori Jurgen Habermas tentang klaim validitas dalam komunikasi. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik menganalisis bagaimana distorsi komunikasi sistematis mempengaruhi pemahaman pemilih Generasi Z terhadap kandidat tertentu dalam konteks pemilu yang sarat dengan polemik dan kontroversi (Habermas, 2012a).

Penelitian ini mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur yang ada, khususnya terkait analisis mendalam tentang bagaimana teks abnormal dan distorsi komunikasi sistematis mempengaruhi pemahaman politik Generasi Z. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan hermeneutik kritis Habermas untuk menganalisis fenomena komunikasi politik di era digital, dengan fokus pada kasus spesifik pemilih Generasi Z yang mendukung pasangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024 di Kota Padang (Stillman & Stillman, 2018). Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada pola konsumsi media atau verifikasi informasi, penelitian ini mengkaji secara komprehensif bagaimana tindakan komunikatif pemilih muda berinteraksi dengan teks abnormal yang disebarluaskan melalui media sosial untuk kepentingan elektoral tertentu (Firmanzah, 2012).

Transformasi fundamental dalam peran pemimpin tradisional (ninik mamak) di Sumatera Barat yang menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan otoritas mereka di era politik modern. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Syafiola & Ziqri (2025), fenomena *high cost democracy* telah menciptakan ketergantungan struktural antara elit politik dan penyandang dana, yang berimplikasi pada terbentuknya pola hubungan patron-klien yang mempengaruhi tata kelola pemerintahan. Pergeseran ini tercermin dari memudarnya otoritas ninik mamak dalam pengelolaan harta pusaka, berkurangnya peran dalam pendidikan adat, dan menurunnya partisipasi dalam penyelesaian konflik sosial, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti urbanisasi, perkembangan teknologi, sistem pendidikan formal, dan perubahan pola ekonomi yang lebih berorientasi individual. Transformasi ini menunjukkan kompleksitas dinamika antara tradisi dan modernitas dalam politik lokal, di mana institusi adat harus terus bernegosiasi dengan tuntutan zaman modern tanpa kehilangan esensi kulturalnya sebagai penjaga nilai-nilai adat Minangkabau.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena menarik dimana mayoritas pemilih Generasi Z di Indonesia, termasuk di Kota Padang, memberikan dukungan signifikan terhadap pasangan Prabowo-Gibran meskipun pencalonan Gibran Rakabuming Raka sebagai calon wakil presiden memicu polemik akademis dan hukum yang cukup serius. Polemik ini terkait dengan pelanggaran etik dalam proses pencalonan melalui Putusan Mahkamah Konstitusi yang melibatkan konflik kepentingan, namun dukungan Generasi Z terhadap pasangan ini tetap konsisten sepanjang periode kampanye (Hermanto, J., Purwatiningsih, A., & Rifa'i, 2020). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis tentang bagaimana informasi politik diinternalisasi oleh generasi yang dikenal melek teknologi dan kritis terhadap informasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tindakan komunikatif pemilih Generasi Z yang memilih pasangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024, serta mengungkap pemahaman mereka terhadap pasangan calon yang dipilih dalam konteks distorsi komunikasi sistematis yang

terjadi melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus, menerapkan teori Tindakan Komunikatif dan hermeneutik kritis dari Jurgen Habermas sebagai kerangka analisis utama. Melalui analisis mendalam terhadap pengalaman 13 informan Generasi Z di Kota Padang, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika komunikasi politik generasi muda di era digital, sekaligus mengidentifikasi implikasi dari fenomena distorsi komunikasi sistematis terhadap kualitas demokrasi Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus untuk menganalisis secara mendalam pemahaman pemilih Generasi Z terhadap pasangan calon Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden tahun 2024 di Kota Padang. Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada kemampuannya untuk menggali kompleksitas fenomena komunikasi politik dan distorsi sistematis yang dialami pemilih muda dalam mengakses informasi politik melalui media sosial (Afriзал, 2014). Populasi penelitian ini adalah pemilih Generasi Z (lahir 1995-2010) di Kota Padang yang memilih pasangan Prabowo-Gibran, dengan pemilihan informan menggunakan teknik snowball sampling yang dimulai dari empat kecamatan yang kelurahannya memenangkan pasangan tersebut, yaitu Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Lubuk Begalung, Padang Barat, dan Padang Selatan. Sebanyak 13 informan berhasil diwawancarai secara mendalam, dipilih berdasarkan kriteria usia Generasi Z yang telah menggunakan hak pilihnya pada Pilpres 2024 dan berdomisili di wilayah kemenangan pasangan Prabowo-Gibran.

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode yang meliputi wawancara mendalam dan studi dokumen untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian. Wawancara mendalam dilaksanakan pada periode April-Mei 2025 dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan teori Tindakan Komunikatif Jurgen Habermas, fokus pada empat klaim validitas: kejelasan (*understandbility*), kebenaran (*truth*), kejujuran (*sincerity*), dan ketepatan (*rightness*) dalam mengakses informasi politik (Habermas, 2012). Studi dokumen dilakukan terhadap data publikasi dari website KPU, Mahkamah Konstitusi, berita daring, postingan media sosial, dan data statistik BPS Kota Padang tahun 2023-2025. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan kodifikasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang diperkuat dengan pendekatan hermeneutik kritis untuk mengidentifikasi teks abnormal dalam informasi politik yang diinternalisasi informan (Hadirman, 2015). Keabsahan data dijamin melalui member checking dengan informan kunci dan triangulasi sumber untuk memastikan kredibilitas interpretasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Padang sebagai lokasi penelitian merupakan ibu kota Provinsi Sumatera Barat dengan luas wilayah administratif 694,96 km² yang terdiri dari 11 kecamatan dan 104 kelurahan. Secara demografis, Kota Padang memiliki jumlah penduduk sebanyak 965.052 jiwa pada tahun 2025 dengan mayoritas menganut agama Islam (873.257 jiwa) yang mencerminkan karakteristik masyarakat Minangkabau dengan falsafah "Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah" (BPS Kota Padang, 2025). Dalam konteks Pemilu 2024, Kota Padang memiliki 666.178 pemilih tetap dengan dominasi generasi milenial (33,39%) diikuti Generasi Z (25,74%) dan Generasi X (25,76%), menunjukkan besarnya proporsi pemilih muda dalam struktur elektoral kota ini.

Hasil Pilpres 2024 di Kota Padang menunjukkan kemenangan pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar dengan perolehan 300.680 suara (61,43%), diikuti Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka dengan 170.037 suara (34,74%), dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD dengan 18.772 suara (3,84%). Meskipun secara keseluruhan pasangan Anies-Muhaimin unggul telak di tujuh kecamatan, terdapat satu kecamatan yakni Bungus Teluk Kabung yang dimenangkan oleh pasangan Prabowo-Gibran dengan perolehan 7.279 suara berbanding 7.225 suara, mencerminkan adanya variasi preferensi politik di tingkat lokal yang menjadi fokus penelitian terhadap pemahaman pemilih Generasi Z (KPU Kota Padang, 2024). Fenomena ini

menunjukkan kompleksitas perilaku elektoral generasi muda yang tidak sepenuhnya mengikuti tren mayoritas di wilayah mereka.

A. Tindakan Komunikatif Generasi Z Pemilih Pasangan Calon Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Tindakan komunikatif pemilih Generasi Z yang memilih pasangan Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024 menunjukkan pola kompleks dalam mengakses dan menginternalisasi informasi politik melalui media sosial. Berdasarkan temuan penelitian, 13 informan Generasi Z di Kota Padang menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap platform TikTok sebagai sumber informasi utama, yang mencerminkan karakteristik mereka sebagai digital natives. Namun, tindakan komunikatif mereka tidak sepenuhnya memenuhi empat klaim validitas Habermas yaitu kejelasan (*understandability*), kebenaran (*truth*), kejujuran (*sincerity*), dan ketepatan (*rightness*), yang mengindikasikan adanya distorsi komunikasi sistematis dalam proses internalisasi informasi politik. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi digital, kemampuan mereka untuk melakukan refleksi kritis dan mencapai pemahaman yang objektif terhadap kandidat politik masih terbatas oleh echo chamber dan bias konfirmasi yang terbentuk melalui algoritma media sosial.

1. Tindakan Generasi Z Pemilih Pasangan Calon Prabowo-Gibran dalam Mengakses Informasi Pemilihan Presiden Tahun 2024

Pola akses informasi Generasi Z pemilih Prabowo-Gibran menunjukkan intensitas tinggi dalam mencari informasi politik melalui media sosial, khususnya platform TikTok yang menjadi sumber utama bagi 11 dari 13 informan. Ketertarikan mereka dalam mengakses informasi pilpres 2024 umumnya dipicu setelah menyaksikan debat capres pertama pada 12 Desember 2023, menandai dimulainya proses aktif mereka dalam mencari informasi politik. Intensitas akses informasi mereka cukup konsisten dengan frekuensi 1-3 kali per hari dan durasi 5-10 menit hingga 2 jam per sesi, mencerminkan karakteristik Generasi Z yang terbiasa dengan konsumsi konten digital dalam format pendek namun berkelanjutan. Sebagaimana diungkapkan informan NM (22 Tahun):

"Aku kan lihat informasi paling banyak dari TikTok. Awalnya informasi itu muncul sendiri dari booming-boomingnya debat pertama. Karena suasanannya memanas dan juga timbul rasa penasaran, makanya aku mulai cari tahu sendiri."

Temuan ini menunjukkan bahwa momen-momen politik tertentu menjadi trigger bagi Generasi Z untuk terlibat aktif dalam konsumsi informasi politik. Karakteristik media sosial sebagai sumber informasi utama Generasi Z tidak terlepas dari sifat mereka sebagai digital natives yang hidup dalam dunia digital, di mana batas antara realitas fisik dan virtual menjadi kabur. Platform TikTok menjadi pilihan dominan karena menawarkan informasi yang cepat, terbaru, dan disajikan dalam format video pendek yang menarik sesuai dengan preferensi generasi ini. Kecenderungan mereka menggunakan media sosial juga didorong oleh karakteristik *Fear of Missing Out* (FoMO) yang membuat mereka selalu ingin mendapatkan informasi terkini untuk menghindari ketinggalan isu-isu viral. Kebenaran data melalui observasi media sosial menunjukkan bahwa konten politik di TikTok memang didominasi oleh kampanye digital pasangan Prabowo-Gibran dengan positioning '*gemoy*' yang menarik perhatian generasi muda. Namun, ketergantungan terhadap satu platform utama ini menciptakan risiko echo chamber, di mana informan terpapar informasi yang cenderung bias sesuai dengan preferensi algoritma platform tersebut.

Motif Generasi Z dalam mengakses informasi pilpres 2024 menunjukkan kontradiksi antara pernyataan normatif dan tindakan faktual mereka. Secara verbal, mayoritas informan menyatakan bahwa mereka mengakses informasi untuk mengetahui ketiga paslon agar dapat memilih pemimpin yang tepat demi kemajuan bangsa, mencerminkan kesadaran civic engagement yang positif. Namun, analisis mendalam terhadap perilaku aktual mereka menunjukkan bahwa pencarian informasi lebih diarahkan untuk memperkuat keyakinan terhadap pilihan yang sudah ditetapkan sejak awal, yaitu

pasangan Prabowo-Gibran. Beberapa informan seperti NM dan MO mengakui secara terbuka bahwa mereka mencari informasi untuk "*menguatkan keyakinan memilih 02,*" yang mengindikasikan adanya bias konfirmasi dalam proses pencarian informasi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi, proses internalisasinya masih dipengaruhi oleh preferensi subjektif yang telah terbentuk sebelumnya.

Platform media sosial yang digunakan informan menunjukkan diversifikasi sumber dengan TikTok sebagai platform utama, diikuti Instagram (8 informan), Youtube (6 informan), dan X/Twitter (5 informan). Namun, fungsi masing-masing platform berbeda: TikTok dan X untuk sumber informasi utama, Instagram sebagai sumber tambahan, dan Youtube untuk verifikasi informasi. Pola penggunaan multi-platform ini sebenarnya menunjukkan potensi untuk kebenaran informasi, namun dalam praktiknya informan cenderung mengikuti akun-akun yang sejalan dengan preferensi politik mereka. Misalnya, beberapa informan mengikuti akun @partaigerindra di TikTok, @prabowo dan @raffinagita1717 di Instagram, yang kesemuanya merupakan pendukung pasangan Prabowo-Gibran. Fenomena ini memperkuat echo chamber effect di mana informan terpapar informasi yang memperkuat bias konfirmasi mereka.

Preferensi konten informan terhadap video pendek sebagai format informasi politik menunjukkan adaptasi generasi digital terhadap karakteristik media sosial kontemporer. Video pendek dengan durasi maksimal 10 menit di TikTok lebih disukai karena menyajikan informasi yang singkat, padat, dan mudah dipahami, sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang multitasking dan memiliki attention span yang relatif pendek. Konten visual berupa video lebih menarik dibandingkan teks panjang, karena memungkinkan mereka mengakses informasi sambil melakukan aktivitas lain. Namun, preferensi terhadap format singkat ini juga membawa konsekuensi pada superfisialitas pemahaman, di mana informasi kompleks tentang kebijakan dan program politik disederhanakan menjadi konten viral yang mudah dikonsumsi namun kurang mendalam, melalui analisis konten media sosial menunjukkan bahwa informasi politik dalam format video pendek cenderung menekankan aspek entertainment daripada substansi kebijakan.

Klaim kejelasan (*understandability*) dalam tindakan komunikatif Generasi Z memilih Prabowo-Gibran tidak sepenuhnya terpenuhi akibat ketergantungan mereka terhadap echo chamber di media sosial. Meskipun informan aktif mencari informasi dan menggunakan multiple platform, pola konsumsi informasi mereka didominasi oleh konten yang sejalan dengan preferensi politik yang telah terbentuk. Algoritma TikTok yang mengkonstruksi *For You Page* (FYP) berdasarkan preferensi pengguna memperkuat bias konfirmasi, sehingga informan terpapar informasi yang cenderung mendukung pasangan Prabowo-Gibran daripada informasi yang objektif dan seimbang tentang ketiga paslon. Kondisi ini mengakibatkan perspektif informan menjadi terbatas dan menghambat kemampuan mereka untuk melakukan evaluasi kritis terhadap kualifikasi semua kandidat yang berkontestasi. Echo chamber effect ini pada akhirnya mengurangi kualitas pemahaman mereka tentang dinamika politik yang sebenarnya dalam Pilpres 2024.

2. Tindakan Generasi Z Pemilih Pasangan Calon Prabowo-Gibran terhadap Informasi Pemilihan Presiden Tahun 2024

Refleksi diri Generasi Z pemilih Prabowo-Gibran terhadap informasi yang diterima menunjukkan kesadaran tentang potensi distorsi informasi di media sosial, meskipun tidak selalu diikuti dengan tindakan verifikasi yang memadai. Hampir semua informan mengakui keberadaan hoax, misinformasi, dan kampanye hitam di platform media sosial yang mereka gunakan, menunjukkan tingkat literasi media yang cukup baik pada level awareness. Namun, kesadaran ini tidak selalu diikuti dengan praktik verifikasi yang konsisten dan objektif. Sebagaimana diungkapkan ARS (19 Tahun):

"Sebelum terima informasi aku milih filter dulu kak. Karena kan banyak hoax, kadang ada juga orang-orang ini sengaja jelek-jelekin paslon yang gak dipilihnya."

Pernyataan ini menunjukkan adanya kesadaran tentang manipulasi informasi, namun sekaligus mengindikasikan adanya bias dalam proses filtering yang cenderung melindungi kandidat pilihan mereka dari kritik yang mungkin valid.

Proses verifikasi informasi yang dilakukan informan menunjukkan beragam strategi, mulai dari penggunaan search engine Google, penelusuran artikel berita online, hingga cross-checking melalui platform media sosial lain seperti X dan Youtube. Semua informan mengaku melakukan verifikasi terhadap informasi yang diterima, namun dengan tingkat konsistensi dan obyektivitas yang bervariasi. Strategi verifikasi melalui Google dan media berita online menunjukkan upaya untuk mencari sumber yang lebih kredibel, sementara verifikasi melalui media sosial lain seperti X digunakan untuk mendapatkan perspektif yang lebih beragam. Sebagaimana diungkapkan NM (22 Tahun):

"Biasanya setiap info yang aku terima di TikTok aku search dulu di Google. Jadi informasi yang ada itu gak mesti diterima langsung, disaring dulu gitu kak benar apa tidaknya, tidak ditelan mentah-mentah."

Praktik ini menunjukkan adanya upaya untuk mencapai klaim kebenaran (*truth*) dalam tindakan komunikatif mereka. Namun, analisis lebih mendalam terhadap proses verifikasi informan menunjukkan adanya bias konfirmasi yang kuat dalam praktik fact-checking mereka. Informan cenderung mencari konfirmasi untuk informasi yang mendukung pasangan Prabowo-Gibran sambil bersikap lebih skeptis terhadap informasi yang mengkritik pilihan mereka. Perilaku online informan menunjukkan bahwa mereka lebih aktif membagikan dan memverifikasi informasi positif tentang Prabowo-Gibran dibandingkan dengan informasi kritis. Pola ini mengindikasikan bahwa proses verifikasi tidak sepenuhnya objektif, melainkan dipengaruhi oleh kepentingan untuk mempertahankan konsistensi dengan pilihan politik yang telah ditetapkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa klaim kebenaran (*truth*) dalam tindakan komunikatif mereka belum sepenuhnya tercapai karena masih dipengaruhi oleh bias konfirmasi.

Diskusi informal tentang informasi politik yang diterima menunjukkan pola interaksi yang kompleks dengan lingkungan sosial mereka. Mayoritas informan melakukan diskusi dengan teman sebaya daripada keluarga, baik di lingkungan sekolah, kampus, maupun komunitas pergaulan. Namun, proses diskusi ini seringkali berujung pada perdebatan yang tidak produktif ketika berhadapan dengan teman yang memiliki pilihan politik berbeda. Pengalaman ADW dan DMF yang mengaku "*dibercandakan*" oleh teman sekolah, atau NR dan SMN yang mengaku mengejek pilihan teman diskusinya, menunjukkan bahwa diskusi politik di kalangan Generasi Z cenderung emosional daripada substansif. Kondisi ini mencerminkan belum terpenuhinya klaim ketepatan (*rightness*) dalam tindakan komunikatif mereka, karena norma-norma komunikasi yang sehat tidak terjaga dalam proses diskusi.

Beberapa informan bahkan memilih untuk menarik diri dari diskusi politik karena merasa dikecilkan atau disudutkan atas pilihan mereka, seperti yang dialami KAP, WTS, dan MO. Sikap defensif ini menunjukkan bahwa mereka belum mampu menjalankan diskusi politik yang sehat dengan menghargai perbedaan pandangan. SMN dan EN bahkan memilih merahasiakan pilihan politik mereka kepada keluarga untuk menghindari konflik, yang mengindikasikan adanya fragmentasi dalam komunikasi politik bahkan di lingkungan terdekat. Pola penarikan diri ini sebenarnya kontraproduktif dengan tujuan tindakan komunikatif yang seharusnya membangun pemahaman bersama melalui dialog yang terbuka dan egaliter, melalui wawancara dengan beberapa informan dari kelompok berbeda menunjukkan bahwa pola komunikasi yang polarisatif ini tidak hanya terjadi pada pendukung Prabowo-Gibran, melainkan merupakan fenomena umum di kalangan Generasi Z.

Kegagalan dalam memenuhi klaim ketepatan (*rightness*) juga terlihat dari ketidakmampuan informan untuk membangun ruang diskusi yang konstruktif dengan pemilih dari paslon lain. Idealnya, tindakan komunikatif harus dilandasi sikap egaliter dan

keterbukaan terhadap perbedaan perspektif, namun yang terjadi justru sebaliknya. Proses diskusi yang berujung pada saling mengejek, sikap defensif, dan penarikan diri menunjukkan bahwa mereka belum mampu menjalankan prinsip-prinsip komunikasi yang sehat dalam konteks politik. Fenomena ini mencerminkan polarisasi politik yang terjadi di kalangan generasi muda, di mana identitas politik menjadi begitu kuat sehingga menghambat dialog yang produktif. Kondisi ini pada akhirnya mengurangi kualitas demokrasi deliberatif yang seharusnya menjadi tujuan dari tindakan komunikatif dalam konteks politik.

3. Pemahaman Pemilih Generasi Z tentang Polemik Pencalonan Gibran dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024

Tingkat pengetahuan Generasi Z pemilih Prabowo-Gibran tentang polemik pencalonan Gibran menunjukkan variasi yang signifikan, dengan 12 dari 13 informan mengaku mengetahui adanya kontroversi seputar persyaratan usia calon wakil presiden. Sebagian besar informan memahami bahwa polemik tersebut berkaitan dengan usia Gibran yang belum memenuhi syarat minimal 40 tahun sebagaimana diatur dalam Pasal 169 huruf (q) UU Pemilu. Namun, pemahaman mereka tentang substansi hukum dan implikasi etis dari Putusan MK Nomor 90/PUU-XXI/2023 cenderung superfisial dan seringkali keliru. Sebagaimana diungkapkan ARS (19 Tahun):

"Tentang Gibran setahu ku gak bisa jadi cawapres Prabowo karena umurnya tidak mencukupi gitu sesuai apa yang ada dipersyaratkan. Terus juga ada yang bilang ada pengaruh bapaknya agar dia bisa jadi cawapres, itu aja sih."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun mereka menyadari adanya masalah, pemahaman tentang kompleksitas hukum dan etika di baliknya masih terbatas. Kesalahpahaman yang paling umum terjadi adalah anggapan bahwa Putusan MK tersebut menurunkan batas usia minimal dari 40 tahun, padahal yang sebenarnya terjadi adalah penambahan alternatif syarat berupa pengalaman jabatan yang dipilih melalui pemilu atau pilkada. Hanya NR yang menunjukkan pemahaman yang relatif akurat tentang substansi masalah ini, dengan menjelaskan bahwa secara hukum tindakan tersebut sah namun bermasalah dari segi etika karena adanya konflik kepentingan. Kesalahpahaman ini mengindikasikan bahwa klaim kejelasan (*understandability*) tidak terpenuhi dalam proses internalisasi informasi tentang isu kompleks ini, melalui analisis konten media sosial menunjukkan bahwa informasi tentang Putusan MK di platform seperti TikTok cenderung disederhanakan dan seringkali bias, sehingga tidak memberikan pemahaman yang komprehensif kepada audiens generasi muda.

Reaksi emosional informan terhadap polemik pencalonan Gibran menunjukkan pola yang menarik: meskipun mayoritas mengaku tidak setuju dan menganggap pencalonan tersebut bermasalah, mereka tetap memilih mendukung pasangan Prabowo-Gibran. ADW mengungkapkan:

"Sejujurnya aku kurang setuju kak, aku sampai punya pikiran kenapa harus dia yang jadi cawapres kan masih banyak yang lain. Tapi karena pasangan Prabowo gimana lagi, gitu aja sih kak."

Pernyataan ini mencerminkan inkonsistensi antara penilaian moral terhadap suatu isu dengan keputusan politik yang diambil. Beberapa informan seperti KAP dan EN bahkan sempat berharap bahwa cawapres yang mendampingi Prabowo bukan Gibran, namun tetap mempertahankan pilihan mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya disonansi kognitif di mana informan berusaha menyelaraskan pilihan politik mereka dengan informasi yang bertentangan.

Mekanisme rasionalisasi yang digunakan informan untuk mengatasi disonansi kognitif tersebut melalui internalisasi narasi-narasi pembenaran yang beredar di media sosial. Narasi yang paling umum adalah framing Gibran sebagai "*representasi generasi muda*" yang memberikan kesempatan bagi anak muda untuk berpartisipasi dalam pemerintahan. ESA mengungkapkan:

"Awalnya aku kan gak setuju, tapi aku pernah diskusi sama satu orang... selagi yang muda masih bisa melakukan sesuatu buat negara ini kenapa enggak. Siapa tahu dengan peraturan ini, banyak anak bangsa yang muda-muda ini yang bisa mimpin negara ini menjadi lebih baik."

Narasi lain yang digunakan adalah anggapan bahwa peran wakil presiden tidak terlalu penting, sehingga siapapun yang mengisi posisi tersebut tidak akan berdampak signifikan. Kedua narasi ini berfungsi sebagai teks abnormal yang membantu informan mengatasi ketegangan antara penilaian moral dan pilihan politik mereka.

Inkonsistensi yang ditunjukkan informan dalam menanggapi polemik Gibran mencerminkan kegagalan dalam memenuhi klaim kejujuran (*sincerity*) dalam tindakan komunikatif mereka. Di satu sisi, mereka mengaku menentang praktik yang melanggar etika dan norma konstitusional, namun di sisi lain tetap memberikan dukungan politik kepada pasangan yang terlibat dalam praktik tersebut. Pola ini menunjukkan adanya *self-deception* di mana informan menipu diri sendiri untuk mempertahankan konsistensi dengan pilihan politik yang telah ditetapkan. Fenomena ini juga mengindikasikan bahwa pertimbangan moral belum menjadi faktor dominan dalam keputusan politik mereka.

Implikasi dari pemahaman yang superfisial dan inkonsisten ini terhadap kualitas demokrasi cukup mengkhawatirkan. Ketika pemilih, khususnya generasi muda yang seharusnya menjadi agen perubahan, tidak mampu mengintegrasikan penilaian moral dengan keputusan politik mereka, hal ini berpotensi melanggar praktik-praktik yang merusak institusi demokrasi. Ketidakmampuan informan untuk mempertahankan konsistensi antara nilai-nilai yang mereka yakini dengan pilihan politik yang mereka buat menunjukkan belum matangnya kesadaran politik mereka. Kondisi ini diperparah dengan dominasi narasi-narasi pembenaran yang disebarluaskan melalui media sosial, yang berfungsi sebagai teks abnormal untuk melegitimasi praktik-praktik yang sebenarnya bermasalah. Fenomena ini menunjukkan pentingnya penguatan pendidikan politik kritis bagi generasi muda agar mereka mampu mengintegrasikan pertimbangan moral dan hukum dalam keputusan politik mereka.

B. Pemahaman Generasi Z tentang Pasangan Calon Prabowo-Gibran dalam Pemilihan Presiden Tahun 2024

Pemahaman pemilih Generasi Z Kota Padang tentang pasangan Prabowo-Gibran yang dipilihnya pada Pilpres 2024 menunjukkan karakteristik yang didominasi oleh persepsi emosional akibat terpapar teks abnormal yang disebarluaskan melalui media sosial untuk kepentingan elektoral. Analisis mendalam terhadap 13 informan mengungkapkan bahwa pemahaman mereka terbentuk melalui proses internalisasi informasi yang bias, di mana motif memilih pasangan Prabowo-Gibran lebih didasarkan pada faktor emosional seperti perasaan kedekatan, simpati, dan ketertarikan pada kampanye hiburan daripada evaluasi rasional terhadap kualifikasi dan program kerja kandidat. Pengetahuan informan tentang kedua tokoh tersebut cenderung superfisial dan terbatas pada aspek kepopuleran, sementara pemahaman mereka terhadap program kerja, strategi kampanye, dan isu-isu sensitif seringkali keliru atau tidak komprehensif. Fenomena ini mencerminkan kegagalan dalam mencapai pemahaman yang objektif dan kritis, yang seharusnya menjadi fondasi pengambilan keputusan politik yang rasional dalam sistem demokrasi yang sehat.

1. Motif Generasi Z Memilih Pasangan Calon Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Motif pemilih Generasi Z dalam memilih pasangan Prabowo-Gibran menunjukkan dominasi faktor emosional dan kedekatan personal dibandingkan pertimbangan rasional berbasis program dan kualifikasi kandidat. Faktor kondisi awal pemilih, khususnya latar belakang keluarga yang bekerja sebagai TNI AD, menjadi pengaruh signifikan bagi 4 dari 13 informan dalam menentukan pilihan politik mereka. ADW, ARS, WTS, dan RF mengakui adanya kedekatan emosional dengan Prabowo karena sama-sama memiliki

background militer, menciptakan sense of belonging yang mempengaruhi preferensi politik mereka. Sebagaimana diungkapkan RF (21 Tahun):

"Capres 02 kan bapak Menteri pertahanan kan kak, aku lebih suka yang berbau TNI sih kak."

Pernyataan ini menunjukkan bahwa identitas kelompok dan kedekatan sosio-kultural menjadi faktor determinan dalam pilihan politik, yang sejalan dengan teori pemilih tradisional yang mendasarkan keputusan pada kesamaan latar belakang dan sistem nilai.

Pengaruh media massa, khususnya narasi yang disebarluaskan melalui media sosial, menjadi faktor kedua yang membentuk motif pemilih Generasi Z. Narasi tentang Prabowo sebagai sosok yang *"pantang menyerah"* dan *"gigih demi rakyat"* berdasarkan perjuangan politiknya yang berulang kali mencalonkan diri dalam pilpres, berhasil membangun simpati di kalangan informan. MO menyatakan kekagumannya terhadap *"keikhlasan"* Prabowo yang dinilai konsisten memperjuangkan kepentingan rakyat meskipun berulang kali mengalami kekalahan. Narasi romantisasi perjuangan politik ini diperkuat dengan cerita tentang *"perjuangan cinta"* Prabowo untuk membuktikan diri kepada mantan mertuanya, yang menciptakan dimensi emosional yang menarik bagi generasi muda. Analisis konten media sosial menunjukkan bahwa narasi-narasi ini memang masif disebarluaskan di platform TikTok sebagai bagian dari strategi kampanye digital untuk membangun *emotional connection* dengan pemilih muda.

Faktor popularitas dan elektabilitas kandidat juga menjadi motif pragmatis bagi sebagian informan yang memilih Prabowo-Gibran karena dinilai sebagai kandidat terkuat dengan peluang kemenangan tertinggi. KAP mengungkapkan kalkulasi politiknya:

"Alasannya kalau untuk jujur-jujuran aku menilai kalau Prabowo itu sangat pantas jadi presiden karena latar belakangnya itu cukup banyak kak, seperti jendral... Sempelnya dia seornag kandidat terbaik."

Motif ini mencerminkan perilaku pemilih pragmatis yang mementingkan kepuasan personal dari mendukung kandidat yang berpeluang menang, meskipun tidak selalu didasari pemahaman mendalam tentang program kerja atau visi-misi kandidat. Melalui data survei elektabilitas menunjukkan bahwa persepsi tentang *"kandidat terkuat"* ini memang terbentuk melalui pemberitaan media dan hasil-hasil polling yang konsisten menempatkan Prabowo-Gibran di posisi teratas.

Motif yang mengejutkan adalah inkonsistensi antara pernyataan verbal informan tentang pentingnya program kerja dengan pengetahuan faktual mereka tentang program tersebut. ESA, NM, dan EN mengaku memilih Prabowo-Gibran karena tertarik dengan visi-misi dan program kerjanya, namun ketika ditanya secara spesifik, mereka hanya mengetahui program Makan Bergizi Gratis (MBG) dan itupun dengan pemahaman yang seringkali keliru. ESA bahkan mengaku menentang program MBG karena berpotensi korupsi, meskipun dia menyatakan bahwa program kerja menjadi salah satu alasan memilih pasangan tersebut. Inkonsistensi ini menunjukkan adanya post-hoc rationalization, di mana informan berusaha memberikan justifikasi rasional terhadap pilihan yang sebenarnya didasari faktor emosional. Fenomena ini mencerminkan belum matangnya kesadaran politik informan dan ketidakmampuan mereka untuk mengintegrasikan preferensi emosional dengan pertimbangan substantif.

Secara keseluruhan, motif Generasi Z pemilih Prabowo-Gibran mencerminkan karakteristik pemilih tradisional yang mendasarkan keputusan pada faktor-faktor non-rasional seperti kedekatan emosional, identitas kelompok, dan popularitas kandidat. Dominasi motif emosional ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan politik mereka belum didasari oleh evaluasi kritis terhadap kapabilitas, integritas, dan program kerja kandidat yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam sistem demokrasi yang sehat. Pembeneran data melalui observasi perilaku online dan analisis konten media sosial mengkonfirmasi bahwa informan lebih responsif terhadap konten yang membangun emotional engagement daripada konten yang menyajikan analisis substantif tentang

kebijakan publik. Kondisi ini mencerminkan tantangan serius dalam upaya membangun budaya politik yang rasional dan kritis di kalangan generasi muda Indonesia.

2. Pengetahuan Generasi Z tentang Pasangan Calon Prabowo-Gibran yang Dipilih pada Pemilihan Presiden 2024

Pengetahuan Generasi Z tentang sosok Prabowo Subianto menunjukkan fokus pada aspek rekam jejak karir militer dan politik yang telah membentuk citra popularitasnya di mata publik. Seluruh informan mengetahui latar belakang militer Prabowo sebagai mantan Jenderal TNI AD dan Danjen Kopassus, serta perjalanan politiknya yang panjang dalam berbagai kontestasi pilpres sejak 2004. Pengetahuan mereka tentang Prabowo umumnya dipicu sejak Pilpres 2019 ketika berkompetisi melawan Jokowi, dan semakin menguat setelah Prabowo menjadi Menteri Pertahanan pada periode kedua pemerintahan Jokowi. NM mengungkapkan:

"Bapak Prabowo Subianto kan Menteri Pertahanan, dan juga bapak itu background nya TNI angkatan darat dan dari pasukan khusus juga. Bapak itu kinerjanya bagus, orangnya juga tegas."

Citra yang terbentuk adalah sosok yang tegas, gigih, dan pantang menyerah, yang dikonstruksi melalui narasi perjuangan politik panjangnya. Perihal melalui analisis konten media sosial menunjukkan bahwa citra positif ini memang sengaja dibangun melalui kampanye digital yang masif di platform-platform yang diakses generasi muda.

Sebaliknya, pengetahuan informan tentang Gibran Rakabuming Raka cenderung terbatas dan awalnya bernuansa negatif karena statusnya sebagai anak Presiden Jokowi dan kontroversi pencalonannya. Seluruh informan mengetahui bahwa Gibran adalah anak Jokowi dan pernah menjabat sebagai Wali Kota Surakarta, namun pengetahuan mendalam tentang prestasi kepemimpinannya di Solo relatif minim. SMN mengungkapkan kesan pertamanya:

"Pertama kali tahu Gibran waktu jadi cawapres kemarin... Pertama kali lihatnya kayak orang linglung gitu, tampangnya itu lo. Jadi aku mikir loh kok kayak gini gak ada tegas-tegasnya."

Pandangan skeptis ini kemudian berubah setelah menyaksikan performa Gibran dalam debat cawapres, yang dinilai mampu mengubah persepsi negatif menjadi lebih positif. Perubahan persepsi ini menunjukkan bahwa pengetahuan informan tentang kandidat sangat dipengaruhi oleh momen-momen viral dan performance politik daripada track record kepemimpinan yang substantif.

Pemahaman informan tentang program kerja pasangan Prabowo-Gibran menunjukkan keterbatasan yang signifikan, dengan hampir seluruh informan hanya mengetahui program Makan Bergizi Gratis (MBG) tanpa pemahaman komprehensif tentang program-program lainnya. Yang lebih mengkhawatirkan, pemahaman mereka tentang program MBG seringkali keliru dalam hal tujuan dan target penerima program. Beberapa informan seperti NR, WTS, RF, dan NM keliru memahami bahwa program ini ditujukan untuk mengatasi kemiskinan, padahal tujuan utamanya adalah pencegahan stunting. NM bahkan menyatakan:

"Kalau paslon 02 punya program kerja yang memberi makan dan susu gratis... banyak dari masyarakat kita yang untuk makan aja susah, seperti pekerja di luar sana kayak pemulung, ojol yang tidak dapat orderan."

Kesalahpahaman ini menunjukkan bahwa informasi tentang program kerja yang mereka terima melalui media sosial tidak akurat atau telah terdistorsi. Dokumen resmi program kerja Prabowo-Gibran mengkonfirmasi bahwa informasi yang beredar di media sosial memang seringkali tidak sesuai dengan dokumen asli.

Pengetahuan informan tentang strategi kampanye pasangan Prabowo-Gibran menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap aspek hiburan dan viral, khususnya fenomena "gemoy" yang menjadi positioning utama kampanye digital mereka. Seluruh informan

familiar dengan kampanye “gemoy”, joget gemoy, dan keterlibatan artis-influencer dalam mendukung pasangan ini. ARS mengungkapkan:

"Aku lebih tahu kampanye di medsos sih kak, kayak di TikTok itu banyak video-video mereka yang dibikin jedag-jedug, goyang-goyang... Selain itu palingan yang gemoy itu kak. Aku lihatnya juga gemoy sih."

Respons positif mereka terhadap kampanye hiburan ini mencerminkan preferensi generasi digital terhadap konten yang entertaining dibandingkan substansif. Namun, hal ini juga menunjukkan bahwa perhatian mereka teralihkan dari aspek-aspek penting seperti visi-misi, program kerja, dan kapabilitas kepemimpinan kandidat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis hiburan ini memang efektif dalam menarik perhatian generasi muda, namun berpotensi mengurangi kualitas evaluasi politik mereka.

Secara keseluruhan, pengetahuan Generasi Z tentang pasangan Prabowo-Gibran yang mereka pilih menunjukkan karakteristik yang superfisial dan bias, di mana aspek popularitas dan daya tarik emosional lebih dominan daripada pemahaman substantif tentang kualifikasi, pengalaman, dan program kerja kandidat. Keterbatasan pengetahuan ini diperparah oleh ketergantungan mereka terhadap media sosial sebagai sumber informasi utama, yang cenderung menyajikan informasi dalam format singkat dan seringkali tidak akurat. Fenomena ini mencerminkan tantangan serius dalam upaya membangun electoral literacy di kalangan generasi muda, di mana kemampuan mengakses informasi tidak otomatis diikuti dengan kemampuan menganalisis dan mengevaluasi informasi tersebut secara kritis. melalui berbagai sumber mengkonfirmasi bahwa pola pengetahuan yang superfisial ini tidak hanya terjadi pada sampel penelitian, namun merupakan fenomena yang lebih luas di kalangan pemilih muda Indonesia dalam Pilpres 2024.

3. Teks Abnormal pada Generasi Z Pemilih Pasangan Calon Prabowo-Gibran pada Pemilihan Presiden Tahun 2024

Positioning “gemoy” sebagai strategi kampanye utama pasangan Prabowo-Gibran merupakan manifestasi teks abnormal yang paling signifikan dalam mempengaruhi persepsi Generasi Z pemilih. Transformasi citra Prabowo dari sosok militer yang tegas dan keras menjadi figur yang lucu dan menggemaskan menciptakan inkonsistensi fundamental yang tidak disadari oleh pelakunya maupun audiensnya. Perubahan drastis ini terkesan artificial dan tidak mencerminkan kepribadian asli Prabowo yang telah ditunjukkan selama puluhan tahun karir politik dan militernya. ESA mengungkapkan:

"Bagiku kampanyenya ini menghibur ya, maksudnya kadang kan kita mikir politik ini serius banget. Menurutku dengan ada lagu dan goyang gemoy cukup menghibur... Perubahan dia jadi gemoy menurutku namanya juga kampanye ya pasti dia narik suara."

Meskipun informan menyadari bahwa ini adalah strategi kampanye, mereka tetap terpengaruh dan bahkan terhibur oleh teks abnormal ini, yang menunjukkan efektivitas manipulasi emosi melalui konten yang menyenangkan namun menyesatkan substansi politik

Narasi “Prabowo sosok yang pantang menyerah demi rakyat” merupakan bentuk teks abnormal kedua yang berhasil membangun simpati emosional tanpa dasar faktual yang kuat. Konstruksi narasi ini mengromantisasi kegagalan berulang Prabowo dalam pilpres sebagai bentuk pengabdian dan perjuangan untuk rakyat, padahal motivasi sebenarnya bisa jadi lebih kompleks dan personal. SMN mengungkapkan:

"Tengok Prabowo udah mencalonkan saat Jokowi udah dua kali periode, tapi Prabowo tetap maju, maju, maju terus. Jadi pikiran aku oh ini berarti perjuangannya cintanya."

Narasi ini bahkan diperkuat dengan cerita romantis tentang “perjuangan cinta” untuk membuktikan diri kepada mantan mertua, yang sama sekali tidak relevan dengan kualifikasi kepemimpinan politik. RF juga terpengaruh narasi serupa:

"Bagi aku capresnya pantang menyerah sih kak, karena udah beberapa kali gagal mencalonin diri gitu... jadi kayaknya sekarang ini giliran dia."

Teks abnormal ini berhasil mengalihkan evaluasi politik dari aspek kompetensi dan integritas menuju aspek emosional yang tidak relevan dengan tugas kepresidenan. Framing Gibran sebagai *"representasi dan simbol anak muda"* menjadi teks abnormal ketiga yang digunakan untuk menetralkan kritik terhadap kontroversial pencalonannya. Narasi ini berhasil mengubah persepsi negatif tentang nepotisme dan pelanggaran etik menjadi sesuatu yang positif dan representatif bagi generasi muda. NM mengungkapkan:

"Alasan ketiga terkait wakilnya sih kak, menurutku tidak ada salahnya bagi generasi muda, seperti millennial masuk ke ranah politik karena pemikiran yang fresh itu perlu... ini juga membuktikan bahwa anak muda tidak hanya bisa berandai-andai saja."

ESA juga terpengaruh narasi serupa dalam mengatasi keraguan awalnya:

"Selagi yang muda masih bisa melakukan sesuatu buat negara ini kenapa enggak. Siapa tahu dengan peraturan ini, banyak anak bangsa yang muda-muda ini yang bisa memimpin negara ini menjadi lebih baik."

Teks abnormal ini berhasil mengaburkan perbedaan antara representasi generasi muda yang legitimate dengan nepotisme politik yang bermasalah, sehingga informan tidak lagi mempersoalkan aspek etika dan konstitusionalitas dalam pencalonan Gibran.

Kampanye berbasis hiburan dengan melibatkan artis dan influencer terkenal menciptakan teks abnormal yang mengaburkan batas antara politik substantif dengan entertainment. Strategi ini berhasil menarik perhatian Generasi Z namun mengalihkan fokus mereka dari evaluasi kritis terhadap program dan kualifikasi kandidat menuju aspek hiburan yang tidak relevan dengan governance. MO mengakui:

"02 itu banyak artis-artis yang mendukungnya, itu mungkin salah satu caranya. Paslon lain kan juga gandeng artis, tapi tidak sebanyak 02."

Keterlibatan figur-figur populer seperti Raffi Ahmad, Kiky Saputri, dan artis lainnya menciptakan emotional connection yang mengaburkan penilaian objektif terhadap kandidat. Konten kampanye yang melibatkan selebriti mendapat engagement jauh lebih tinggi dibandingkan konten yang membahas program kerja atau track record kandidat, menunjukkan efektivitas teks abnormal dalam mengalihkan perhatian publik dari substansi politik.

Narasi *"penyudutan Prabowo dalam debat capres"* merupakan teks abnormal terakhir yang berhasil membangun simpati melalui viktimisasi yang tidak akurat. Interpretasi bahwa Prabowo *"disudutkan"* oleh dua kandidat lain dalam debat capres sebenarnya tidak objektif, karena dalam debat politik memang wajar terjadi saling kritik dan pertanyaan kritis, terutama mengenai *track record* jabatan yang sedang diemban. SMN mengungkapkan:

"Saat debat itu aku juga sedih lihatnya. Kayak ngapain sih mereka kayak gitu, padahal dia lebih tua terus dia juga gak ngapa-ngapain... justru karena itu orang makin banyak mau milih dia."

NM juga terpengaruh narasi serupa:

"Ketika debat aku kurang suka dengan 01 ini kak yang menyerang personal paslon lain, seperti merendahkan bapak Prabowo Subianto dan Gibran."

Teks abnormal ini berhasil mengubah proses debat politik yang seharusnya menjadi arena evaluasi kritis menjadi drama emosional yang memicu simpati, sehingga mengaburkan kemampuan informan untuk menilai substansi argumen dan performa debat secara objektif. .

SIMPULAN DAN SARAN

Pemahaman Generasi Z di Kota Padang terhadap pasangan calon Prabowo-Gibran pada Pilpres 2024 lebih didominasi oleh faktor emosional daripada evaluasi rasional. Tindakan komunikatif mereka dalam mengakses informasi politik melalui media sosial, terutama TikTok,

tidak memenuhi empat klaim validitas Habermas karena terperangkap dalam echo chamber dan bias konfirmasi. Meskipun mereka menyadari adanya polemik pencalonan Gibran dan melakukan upaya verifikasi informasi, pemahaman mereka tetap superfisial dan inkonsisten antara penilaian moral dengan pilihan politik. Motif memilih pasangan Prabowo-Gibran lebih didasarkan pada kedekatan emosional, latar belakang keluarga militer, dan daya tarik kampanye "gemoy" daripada pemahaman mendalam tentang program kerja dan kualifikasi kandidat. Fenomena ini mencerminkan pengaruh kuat teks abnormal yang disebarluaskan melalui media sosial dalam membentuk persepsi politik generasi muda, sehingga mengancam kualitas demokrasi deliberatif.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, perlu dilakukan penguatan pendidikan politik kritis bagi Generasi Z melalui program literasi media yang tidak hanya mengajarkan cara mengakses informasi, tetapi juga kemampuan menganalisis dan mengevaluasi informasi politik secara objektif. Institusi pendidikan dan organisasi kemasyarakatan harus mengembangkan kurikulum yang mengintegrasikan pembelajaran tentang tindakan komunikatif yang sehat, cara menghindari bias konfirmasi, dan pentingnya konsistensi antara nilai moral dengan keputusan politik. Selain itu, diperlukan regulasi yang lebih ketat terhadap konten politik di media sosial untuk mencegah penyebaran teks abnormal yang dapat mendistorsi pemahaman publik, serta kampanye edukasi tentang pentingnya mengevaluasi kandidat berdasarkan program kerja, track record, dan integritas daripada faktor hiburan semata. Penelitian lanjutan juga diperlukan untuk mengkaji efektivitas berbagai strategi pendidikan politik dalam meningkatkan kualitas partisipasi Generasi Z dalam proses demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M. A. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- Azwar, A. (2022). Tindakan komunikatif komunitas virtual untuk mengurangi disinformasi pemberitaan politik di media sosial. *Jurnal Wacana Politik*, 7(2), 157–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jwp.v7i2.40336>
- BPS Kota Padang (atau Badan Pusat Statistik Kota Padang). (2025). *Kota Padang dalam angka 2025*.
- Firmanzah. (2012). *Marketing politik antara pemahaman dan realitas*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Habermas, J. (2012a). *Teori tindakan komunikatif II: Kritik atas rasio fungsionalis*. Kreasi Wacana.
- Habermas, J. (2012b). *Teori Tindakan Komunikatif II Kritik atas Rasio Fungsionalis* (Nurhadi (trans.)). Kreasi Wacana.
- Hadirman, F. B. (2015). *Seni memahami: Hermeneutik dari Schleiermacher sampai Derrida*. PT Kanisius.
- Hermanto, J., Purwatiningsih, A., & Rifa'i, M. (2020). Pengaruh isu, figur, rekam jejak dan partai politik terhadap partisipasi pemilih dalam pemilihan presiden tahun 2019. *REFORMASI*, 10(1), 85–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1765>
- KPU Kota Padang. (2024). *Rekapitulasi pemilihan umum 2024 di Kota Padang*.
- Novita, N. (2023). Generasi Z dalam pemilu: Pola bermedia generasi Z dalam pencarian informasi politik. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia*, 5(1), 63–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.29408/eg.v5i1.6891>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z: Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media sosial dan pesan politik: Persepsi pemilih pemula dalam menerima pesan politik pada pemilihan umum 2019 melalui media sosial. *Research Fair Unisri*, 4(1), 184–195. <https://doi.org/https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3390>
- Syafiola, M. F., & Ziqri, M. (2025). Realignment Politik Pasca Pilkada di Sumatera Barat. *Jurnal Niara*, 18(1), 146-158.