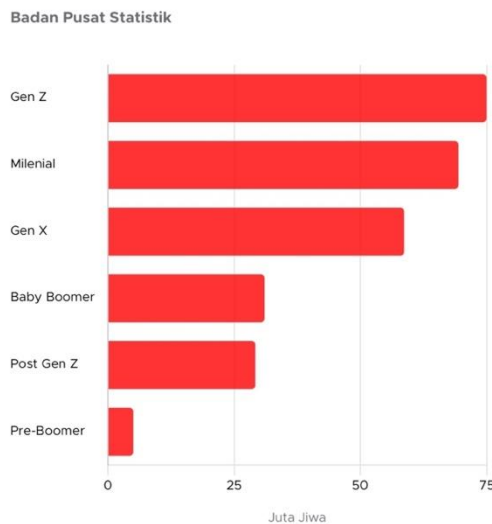


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), gen z atau yang dikenal juga sebagai gen z adalah mereka yang lahir di tahun 1997 – 2012. Diperkirakan saat ini usia gen z berkisar antara 8 – 23 tahun (Badan Pusat Statistik, 2024). Hasil Sensus Penduduk 2020 menunjukkan bahwa Gen z, adalah generasi terbesar di Indonesia, dengan jumlah penduduk sebanyak 74,93 juta atau 27,94% dari total penduduk. Gen z memiliki ciri khas yang membedakan dengan generasi sebelumnya. Salah satu ciri utama gen z adalah kecakapan dan minat yang tinggi dalam teknologi digital yang dengan mudah dapat mengakses segala informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan smartphone atau pun media sosial (Yustinus, 2023). Menurut Muhammad Danu Winata pakar Komunikasi Politik Universitas Negeri Surabaya, gen z menjadi salah satu faktor penentu Pemilu 2024, dari aspek kuantitas jumlah anak muda ini lebih banyak, sebanyak 60% pemilih itu dari gen z.



Gambar 1. data sensus badan pusat statistik

Sumber: www.data.goodstats.id , 2024

Pada pemilu 2024, data KPU menyatakan pemilih gen z dan milenial mendominasi sebanyak 55%. Menurut Elim (2024), Dengan adanya dominasi dari pemilih pemula dan juga pemilih muda, terdapat pergeseran gaya kampanye politik para politisi, alat peraga kampanye seperti baliho sudah tidak begitu efektif dan juga jargon kaku dinilai sudah tidak relevan. Berdasarkan hal tersebut, maka para kontestan pemilu 2024 “terpaksa” mengubah komunikasi mereka sesuai selera dominasi pemilih, agar pesan kampanye dapat diterima dengan baik salah satu metode kampanye yang strategis bagi para politisi adalah penggunaan media sosial.

Di era digital saat ini, kehidupan kita tidak dapat dipisahkan dari media sosial. Fakta tersebut telah dibuktikan dengan adanya dampak besar dari media sosial. Istilah media sosial sendiri tersusun dari dua kata, yakni “media” diartikan sebagai alat komunikasi Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Dari pengertian masing – masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial.

Media sosial bahkan menjadi “senjata baru” berbagai bidang. Khususnya pada kampanye politik pada Pemilu 2024 ini. Dengan memanfaatkan strategi kampanye digital yang efektif dan memastikan bahwa kampanye digital dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, pasangan calon presiden dapat meningkatkan elektabilitas mereka dan memastikan bahwa mereka mewakili kepentingan seluruh rakyat Indonesia (Faradis et al., 2023). Terlebih lagi dengan adanya fenomena munculnya influencer pada media sosial. Munculnya influencer ini membuka cara baru untuk meyakinkan, mempengaruhi, dan mengajak orang di media sosial bahkan di ranah politik, banyak influencer yang berkontribusi dalam membantu kemenangan pasangan calon presiden melalui kampanye media sosial (Mikail et al., 2024). Ada tiga aktor utama dalam dunia media sosial, yaitu buzzer, influencer, dan follower, yang semuanya merupakan elemen kunci dalam membentuk isu dan preferensi politik (Jati, 2016). Dalam konteks ini, influencer adalah pemilih akun media sosial dengan banyak pengikut dan berperan penting dalam menyebarkan isu ke masyarakat luas melalui media sosial (Jati, 2016).

Menurut Salman (2024) Kehadiran influencer dalam politik Indonesia membawa dampak yang beragam terhadap partisipasi politik masyarakat. Beberapa pihak memiliki pandangan yang beragam tentang fenomena maraknya influencer ini, contohnya pada partai politik dan juga pasangan calon presiden pada pemilu 2024 yang melihat influencer sebagai strategi atau cara yang efektif untuk menjangkau pemilih pemuda dan tidak ragu mengalokasikan anggaran yang signifikan untuk menggunakan jasa influencer marketing (Salman, 2024). Di era komunikasi digital, influencer di media sosial, terutama Instagram, memiliki posisi strategis dalam menyampaikan pesan – pesan kepada audiens. Penggunaan media sosial membuka peluang baru bagi individu berpengaruh untuk mengambil peran signifikan dalam membentuk opini public. Platform Instagram, yang mengutamakan konten visual dan interaksi, memungkinkan influencer untuk berkomunikasi lebih dekat dengan audiensnya. Akibatnya, pesan yang disampaikan oleh para influencer tidak hanya diterima dengan lebih baik tetapi juga seringkali dipercaya oleh masyarakat luas. Influencer kini digunakan oleh berbagai pihak, termasuk bisnis komersial, organisasi sosial, dan aktor politik untuk mempengaruhi persepsi public serta mendorong tindakan tertentu (Anjani dan Irwansyah, 2020).

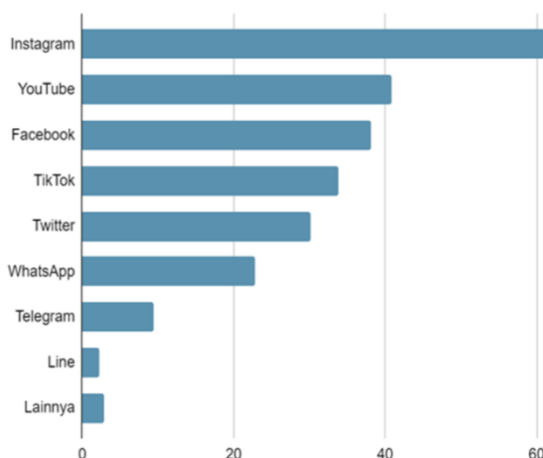
Dengan munculnya banyak influencer yang dapat mempengaruhi pandangan terhadap pengikutnya mulai bermunculan banyak persepsi terhadap influencer itu sendiri khususnya pada pemilu 2024. Persepsi adalah suatu proses pengorganisasian dan penafsiran oleh individu untuk memaknai kesan – kesan yang ditangkap oleh indera mereka terhadap lingkungannya (Sutrisman, 2019:76). Kunci untuk memahami persepsi adalah mengenali bahwa persepsi berisi penafsiran yang unik, bukan penilaian tentang kebenaran terhadap suatu situasi (Sutrisman, 2019:76). Persepsi tidak berusaha untuk mencari kebenaran dalam sebuah situasi, melainkan konsep persepsi ini hanya memberikan penafsiran unik yang dimiliki setiap sudut pandang individu (Rifa et al., 2022)

Proses pemenangan pasangan Prabowo – Gibran memiliki dukungan yang signifikan dari influencer dengan jumlah pengikut yang besar. Pasangan ini memiliki kelebihan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di platform instagram (Mikail et al., 2024). Pada pemilu 2024 para influencer berperan aktif dalam kampanye – kampanye calon presiden dan wakil presiden sehingga saat ini influencer menjadi sangat berpengaruh termasuk dalam bidang politik. KPU telah mengumumkan secara resmi bahwa pasangan nomor urut 02, yakni

Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, sebagai pemenang dengan suara terbanyak pada pemilihan umum 2024.

Berdasarkan data pasangan ini mendapatkan sekitar 96 juta suara atau sebesar 58%, pasangan ini mendapat pengaruh dan dukungan besar dari para influencer ternama di Indonesia. Hal inilah yang menjadi menarik dalam penelitian ini.

Penelitian ini membatasi diri pada media sosial instagram terkait pasangan Prabowo – Gibran yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi foto dan video kepada audiens secara luas. Dengan memanfaatkan instagram dengan baik, influencer dapat membangun citra diri dan menyampaikan pesan kampanye terkait pasangan Prabowo – Gibran.



Sumber: Databooks, 2024

Gambar 2. presentase pengguna media sosial 2024

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pembentukan preferensi politik Gen Z oleh influencer terhadap pasangan Prabowo – Gibran pada pemilu presiden 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini mendeksripsikan proses pembentukan

preferensi politik Gen Z oleh influencer terhadap pasangan Prabowo – Gibran pada pemilu presiden 2024

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dan pengetahuan baru khususnya terhadap ilmu politik dalam hal hal kajian mengenai persepsi gen z terhadap influencer politik dalam proses pemenangan presiden di era perkembangan teknologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi atau penelitian terdahulu bagi penelitian selanjutnya maupun sebagai informasi bagi pembaca.

1.5 Penelitian Terdahulu

Pada bab ini penulis menjadikan penelitian terdahulu sebagai acuan untuk membandingkan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu memberikan manfaat untuk menunjukkan urgensi dari sebuah penelitian. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, diantaranya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rifa Nabilah, Stevany Afrizal, dan Febrian Alwa n Bahrudin dengan judul Persepsi Masyarakat Desa Terhadap Fenomena Politik Uang Dalam Pemilihan Umum, ditemukan bahwa politik uang telah menjadi suatu kebiasaan di tengah masyarakat Desa Maja. Bahkan, dalam lingkungan desa yang memiliki solidaritas tinggi, praktik ini dianggap sebagai alat yang efektif untuk mengikat suara masyarakat dalam ajang pemilihan umum. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana masyarakat Desa Maja memandang fenomena politik uang, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap politik uang berbeda dengan norma hukum yang berlaku. Bagi mereka, politik uang bukanlah sesuatu yang melanggar aturan, melainkan lebih kepada bentuk penghargaan atau ucapan terima kasih atas dukungan suara yang diberikan, serta sebagai sarana pendekatan antara calon dan masyarakat. Dalam menganalisis fenomena ini, digunakan teori tindakan sosial dari Max Weber, khususnya konsep *verstehen*, yang menekankan pentingnya memahami makna di balik

tindakan seseorang. Dalam hal ini, masyarakat Desa Maja membentuk pandangan dan keputusan mereka berdasarkan interaksi dengan lingkungan sekitar serta figur-figur yang mereka teladani.

Kedua, Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mulkanor Rohim dan Amika Wardana dengan judul *Analisis Politik Milenial: Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia*, ditemukan bahwa generasi milenial memiliki empat sumber utama dalam membentuk persepsi politik mereka, yaitu media sosial, keluarga, teman, dan sekolah. Studi ini merepresentasikan generasi milenial melalui siswa SMA di Yogyakarta sebagai sampelnya. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan *grounded theory*, penelitian ini mengungkap bahwa isu-isu politik didiskusikan melalui berbagai bentuk interaksi, seperti diskusi, perdebatan, serta akses terhadap informasi. Dalam proses tersebut, persepsi politik individu terbentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari seleksi informasi, interpretasi, hingga akhirnya mencapai pembulatan pandangan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi yang terbentuk tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh isu politik yang sedang dibahas, melainkan lebih bergantung pada sosialisasi yang telah diterima individu sebelumnya. Dalam konteks ini, media sosial yang kini menjadi sumber informasi utama lebih berperan sebagai alat yang menegaskan pandangan yang telah ada atau justru menjadi wadah untuk memperdebatkan persepsi yang sudah terbentuk sebelumnya.

Keempat, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ariana, Sukri, dan Dian Ekawaty dalam jurnal dengan judul "Kebijakan Pendidikan dan Media Sosial Sebagai Faktor Pembentukan Preferensi Politik Pemilih Pemula di Kota.Makassar"

Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji proses pembentukan preferensi politik pada pemilih pemula. Preferensi politik merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku dan sikap politik individu. Oleh karena itu, memahami bagaimana preferensi politik terbentuk menjadi langkah krusial dalam menganalisis perilaku politik seseorang atau suatu komunitas, termasuk segmen pemilih pemula. Pemilih pemula merupakan kelompok strategis dalam dinamika politik, terutama karena mereka baru pertama kali akan menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum. Keberadaan mereka sering menjadi perhatian dalam berbagai strategi politik, mengingat potensi mereka dalam memengaruhi hasil pemilu. Selama ini, pemilih pemula sering dianggap sebagai kelompok yang relatif mudah diprediksi dalam perilaku politiknya. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa preferensi politik mereka cenderung

merefleksikan sikap politik orang tua atau lingkungan keluarga. Namun, dengan hadirnya media sosial dan penetrasinya yang sangat masif di kalangan generasi muda, terjadi pergeseran signifikan dalam dinamika pembentukan preferensi politik. Media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga arena diskusi dan pertukaran pandangan yang membentuk opini politik secara lebih mandiri dan variatif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kota Makassar terhadap pelajar di beberapa sekolah menengah atas, tulisan ini mencoba mengeksplorasi peran keluarga, institusi pendidikan (sekolah), dan media sosial dalam membentuk preferensi politik pemilih pemula. Ketiga elemen ini memiliki kontribusi yang berbeda-beda namun saling melengkapi dalam mempengaruhi kecenderungan politik generasi muda. Dengan memahami proses ini secara lebih mendalam, diharapkan kita dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai arah perilaku politik pemilih pemula serta faktor-faktor yang membentuknya.

1.6 Teori

1.6.1 Teori Persepsi

Persepsi itu sendiri berasal dari bahasa Indonesia yang merupakan serapan dari bahasa Inggris, yaitu "perception". Kata "perception" berasal dari bahasa Latin, yaitu "percepto" dan "percipio", yang berarti pengaturan, identifikasi, dan penerjemahan informasi yang diterima melalui panca indra manusia untuk mendapatkan pengertian dan pemahaman tentang lingkungan sekitar.

Semua persepsi dalam psikologi melibatkan sinyal dan sistem saraf. Sinyal ini muncul sebagai akibat dari rangsangan fisik dan kimiawi terhadap indra perasa (Siti et al., 2024). Persepsi juga bergantung pada beragam fungsi sistem saraf yang kompleks meskipun tampaknya tidak memerlukan usaha secara subjektif (Siti et al., 2024). Karena biasanya persepsi berasal dari luar kesadaran orang yang dinilai kepribadiannya. Dengan kata lain, persepsi adalah cara seseorang melihat atau sesuatu menurut pandangannya sendiri (Siti et al., 2024) Dalam arti luas, persepsi mencakup bagaimana seseorang memandang atau menilai sesuatu berdasarkan cara pandang atau penilaiannya sendiri (Siti et al., 2024).

Philip Kottler memberikan definisi persepsi sebagai proses seseorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan – masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Menurut Philip Kottler, Persepsi disini tidak

hanya tergantung pada hal fisik, tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut, sedangkan dalam proses memperoleh atau menerima informasi tersebut adalah juga berasal dari objek lingkungan.

Sukmana menjelaskan, persepsi timbul, selain akibat rangsangan dari lingkungan, persepsi juga lebih merupakan proses yang terjadi pada struktur fisiologi dalam otak.

Konsep teori persepsi memberikan pemahaman tentang bagaimana manusia menginterpretasikan informasi yang diterima dari lingkungan sekitar. Dalam psikologi, terdapat dua pendekatan utama dalam memahami proses persepsi, yaitu teori bottom-up dan teori top-down.

Teori bottom-up menjelaskan bahwa persepsi bermula dari informasi sensorik mentah yang diterima oleh indera, kemudian diproses secara bertahap hingga membentuk pemahaman yang bermakna. Dalam proses ini, stimulus dari lingkungan menjadi titik awal yang kemudian diolah melalui berbagai tahapan pemrosesan kognitif sebelum akhirnya mencapai kesadaran individu. Dengan kata lain, persepsi berkembang dari bawah ke atas, dimulai dari rangsangan inderawi hingga menghasilkan interpretasi.

Sebaliknya, teori top-down adalah konsep fundamental dalam psikologi kognitif yang menjelaskan bagaimana persepsi dipengaruhi oleh fungsi kognitif tingkat tinggi. Proses ini dimulai dengan pengetahuan, pengalaman, dan ekspektasi otak yang sudah ada, yang memandu interpretasi informasi sensorik. Berbeda dengan pemrosesan bottom – up, yang dimulai dengan data sensorik mentah dan berkembang menuju pemahaman kognitif. Pemrosesan top – down mengalir ke arah yang berlawanan, dimulai dengan proses mental dan memengaruhi fungsi sensorik tingkat rendah.

1.6.2 Konsep Gen z

Alexis Abramson berpendapat bahwa manusia memiliki karakter sesuai dengan periode waktu dimana manusia tersebut dilahirkan, jadi menurutnya, waktu atau periode kita lahir mempengaruhi perilaku, persepsi, nilai dan kebiasaan. Abramson membagi generasi menjadi lima kelompok, untuk kelahiran 1946-1964 masuk kedalam kategori baby boomers, kemudian untuk kelahiran 1965-1980 disebut generasi x, generasi Y atau dikenal dengan millenials adalah manusia atau individu yang dilahirkan pada rentang waktu 1981-1994 dan kemudian gen z

yang lahir pada tahun 1995 – 2010, sedangkan yang lahir dari rentang waktu 2011- sekarang adalah generasi alpha.

Gen z merupakan salah satu generasi yang penting di masa sekarang, karena gen z merupakan manusia atau individu yang menggerakkan organisasi dan perusahaan, dikarenakan usia mereka masuk kedalam usia produktif, sehingga seorang pemimpin harus melakukan berbagai pendekatan untuk bisa menjalankan kepemimpinan yang efektif (Febrianty & Muhammad, 2023).

Gen z ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (digital natives) dan memiliki karakter multitasking yang membedakan dengan generasi sebelumnya (Astuti, 2021). Hasil penelitian menurut Bencsik dan Machova (2016) menunjukkan bahwa perkembangan gen z bersamaan dengan digitalisasi sehingga gen z memiliki sifat cepat dalam mengakses informasi serta mereka juga tumbuh cerdas, terampil dalam penggunaan teknologi dan kreatif. Selain itu, faktor utama yang menjadi perbedaan dengan generasi lainnya adalah penguasaan dalam bidang informasi dan teknologi (Astuti, 2021). Digitalisasi dan adanya generasi internet ini memberikan tantangan dalam berbagai bidang, seperti media massa dimana mereka harus berusaha mengembangkan diri dengan memiliki platform digital agar dapat beradaptasi dengan perkembangan internet dan menyesuaikan karakter gen z sebagai salah satu konsumen media massa (Zuhra, 2017). Selain media massa, dunia industri yang lain juga harus mengubah strategi marketingnya agar menarik minat gen z (Astuti, 2021). Hal ini sesuai dengan pola komunikasi gen z, dimana mereka tidak lagi menggunakan gaya konvensional melainkan mereka lebih menyukai gaya komunikasi secara digital (Ramadhan & Simanjuntak, 2018).

1.6.3 Konsep Influencer

Di zaman globalisasi sekarang, media sosial sedang ramai dengan keberadaan influencer, yang memiliki banyak pengikut dan mempengaruhi gaya hidup (Haerunnisa et al., 2019). Seseorang yang terkenal dan memiliki skill tertentu yang biasa mereka tunjukkan di media sosial mereka juga bisa disebut dengan influencer (Nurhandayani et al., 2019). Influencer merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian dari audiens sasarannya melalui kompetensi, status, kredibilitas, reputasi atau hubungannya dengan audiensnya (Anjani et al., 2020). Menurut Anjani (2020) melalui unggahan foto, video, electronic word of mouth

(EWom) dan interkasinya dengan audiens di media sosial influencer mampu memberikan dampak bagi pengikutnya.

Para influencer biasanya membuat jadwal secara rutin untuk membuat konten dan memposting konten terkait bidang mereka di platforms media sosial yang mereka pilih (Risanti, 2023). Menurut Risanti (2023) influencer pada umumnya seing menggunakan akun mereka untuk membahas topik yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial dan influencer membagikan informasi tersebut membangun relasi dengan pengikutnya.

1.7 Skema Pikir

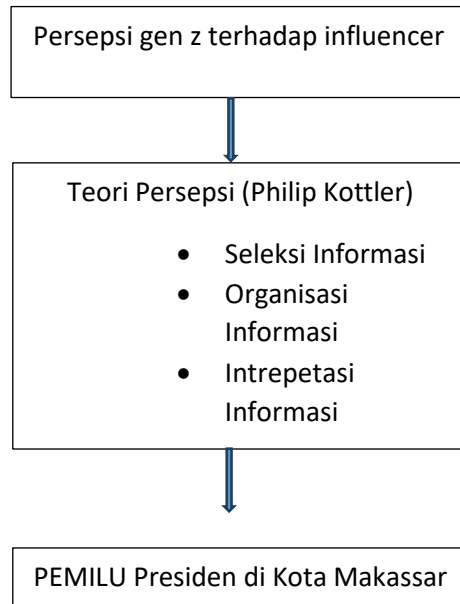
Dalam konteks Pemilu 2024, peran influencer dalam membentuk opini politik gen z menjadi semakin signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi utama. Gen z, sebagai pemilih muda yang memiliki pola pikir dan preferensi unik, cenderung menerima informasi politik melalui figur-figur yang mereka anggap kredibel dan relevan di platform digital. Dalam memahami bagaimana generasi ini membentuk persepsi terhadap influencer dalam pemenangan presiden terkhususnya dalam pemenangan Prabowo – Gibran, digunakan Teori Persepsi menurut Philip Kotler.

Menurut Kotler, persepsi merupakan proses kognitif di mana individu memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pandangan mengenai suatu objek. Dalam konteks ini, gen z melakukan seleksi terhadap informasi politik yang mereka anggap menarik dan relevan, kemudian menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh influencer berdasarkan pengalaman dan preferensi pribadi. Selain itu, terjadi kemungkinan distorsi persepsi akibat bias dalam menerima informasi dari influencer tertentu, yang dapat dipengaruhi oleh afiliasi politik maupun strategi komunikasi yang digunakan.

Dengan demikian, persepsi yang terbentuk pada gen z terhadap influencer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi politik mereka. Jika influencer dianggap kredibel dan autentik dalam menyampaikan pesan, maka gen z cenderung menerima dan mempertimbangkan informasi tersebut dalam menentukan pilihan politik. Namun, apabila mereka menilai adanya kepentingan politik yang kuat di balik pesan yang disampaikan, maka kepercayaan terhadap influencer dapat menurun, yang pada akhirnya berdampak pada efektivitas kampanye politik yang dilakukan. Oleh karena itu, dalam strategi kampanye politik yang menargetkan gen z, diperlukan pendekatan yang

memperhatikan faktor persepsi dan atribusi guna membangun kepercayaan serta memengaruhi keputusan pemilih secara efektif.

1.8 Skema Penelitian



BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang tipe penelitian, jenis penelitian, Lokasi dan objek penelitian, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, informan penelitian dan teknis analisis data. Penguraian di atas di gunakan untuk memenuhi tujuan penelitian.

2.1 Tipe dan Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dalam konteks yang alami, Creswell (1998) menyatakan bahwa penelitian kualitatif memberikan gambaran yang kompleks dengan meneliti kata – kata, menyajikan laporan terperinci berdasarkan pandangan responden, serta mengkaji fenomena dalam situasi yang sebenarnya, berdasarkan ini pandangan responden, serta mengkaji fenomena dalam situasi yang sebenarnya. Pendekatan ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis induktif dalam mengolah data yang diperoleh.

Sementara itu, menurut Helaluddin (2019) penelitian kualitatif berusaha memahami suatu fenomena dalam lingkungan yang alami tanpa melakukan manipulasi terhadapnya. Metode ini berfokus pada observasi yang mendalam, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait fenomena yang diteliti.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu teknik penelitian yang menggunakan narasi maupun kata – kata dalam menjelaskan dan menjabarkan makna dari beberapa fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari penelitian akan disajikan secara apa adanya. Selanjutnya peneliti ingin mendeskripsikan persepsi yang terjadi yang menggunakan data bantuan dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan gambaran tentang pemahaman mengenai persepsi gen z terhadap influencer terkhususnya pada pemenangan presiden Prabowo – Gibran pada PEMILU 2024.

2.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk lokasi penelitian akan dilakukan di Kelurahan Tidung yang merupakan salah satu wilayah yang ada di Kota Makassar.

Adapun untuk waktu penelitian yaitu akan dilaksanakan pada April – Mei 2025. Untuk penetapan Mei – Juni 2025. Untuk penetapan waktu penelitian ini dibuat berdasarkan agar peneliti dapat melakukan

penelitian terhadap gen z tentang apa persepsi terhadap influencer tersebut.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Data dapat didefinisikan sebagai informasi yang dikumpulkan dalam berbagai bentuk seperti grafik, tabel, gambar, kata, huruf, video, angka, suara, simbol, lambag, situasi, dan sebagainya. Data diperoleh dari berbagai jenis sumber yang memiliki karakteristik beragam. Dalam konteks penelitian ini, jenis data merujuk pada karakteristik intrinsik data, sementara sumber data menunjukkan asal – usul dari data yang telah dikumpulkan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam serta kuesioner dengan informan yang menggunakan kualitatif. Data ini memberikan kontribusi penting bagi peneliti dalam menggali lebih dalam mengenai topik yang sedang diteliti. Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara mendalam dan kuesioner yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi yang ada relevansinya dengan permasalahan peneliti. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data untuk memperoleh data langsung dari responden serta digunakan sebagai alat pemetaan awal untuk mengidentifikasi kecenderungan umum informan sebelum melakukan wawancara mendalam kepada Gen Z di Kelurahan Tidung, Kota Makassar. Berikut Informan dalam penelitian ini :

Tabel 1. Data yang diolah pada tahun 2025

No	Inisial Informan	Usi a	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Media Sosial	Memilih pada Pemilu 2024
1.	KFA	-	Perempuan	SMA	Instagram	Ya
2.	MRR	20	Perempuan	SMA	Instagram	Ya
3.	THS	-	Laki-Laki	SMA	Tiktok	Ya
4.	ADF	18	Laki-Laki	SMA	Tiktok	Ya

5.	FR	22	Perempuan	S1	Instagram	Ya
6.	AI	22	Laki-Laki	S1	Instagram	Ya
7.	MA	20	Laki-Laki	SMA	Tiktok	Ya
8.	MF	19	Laki-Laki	SMA	Instagram	Ya
9.	MSRP	-	Laki-Laki	SMA	Tiktok	Ya
10.	S	19	Perempuan	SMA	Instagram	Ya
11.	MAES	18	Perempuan	SMA	Instagram	Ya
12.	M	22	Perempuan	S1	Tiktok	Ya

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti yang dijadikan sebagai penunjang dari sumber pertama, yang artinya, data sekunder ini bukan yang dapat menjadi acuan akan tetapi dapat menunjang.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah proses terstruktur untuk mengumpulkan dan mendokumentasikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian tertentu. Proses ini merupakan komponen fundamental dalam penelitian, karena hasil dari analisis data tersebut akan memberikan jawaban atau solusi terhadap permasalahan penelitian yang sedang diteliti.

1. Wawancara

Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan secara langsung dengan informan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara terbukti sangat efektif untuk mendapatkan informasi secara mendalam. Metode ini memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan lanjutan dan mendalami pemahaman tentang responden.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2005), Kuesioner merupakan suatu metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara menyediakan sejumlah pertanyaan maupun pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk kemudian dijawab. Sedangkan, menurut Walgito (1987), Kuesioner adalah sebuah daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang bersangkutan dengan penelitian dan harus dijawab oleh para responden/informan. Dari kedua definisi kuesioner yang dikemukakan oleh kedua ahli, kita dapat menarik kesimpulan bahwa kuesioner pada dasarnya ialah sebuah cara yang bisa dipilih untuk mengumpulkan data yang mana berisi sekumpulan pertanyaan yang bersangkutan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi menjadi salah satu yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh gambaran dari perspektif subjek melalui media tertulis dan bentuk dokumen lainnya.

2.5 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seorang yang memahami masalah penelitian dan mampu memberikan informasi yang jelas, akurat, serta relevan dengan tema penelitian. Peneliti memilih informan berdasarkan pengetahuan mereka terkait penelitian yang diteliti untuk mendukung proses pengumpulan data.

informan pada penelitian ini yaitu seluruh masyarakat gen z tidung kemudian Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang hasil dari penyebaran kuesioner yang berjumlah 15 kuesioner yang seluruhnya termasuk dalam kategori gen z serta memenuhi kualifikasi penelitian. Informasi memiliki rentang usia antara 18 hingga 22 tahun, yang merupakan kelompok usia produktif serta paling aktif menggunakan media sosial.

2.6 Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data yang bertujuan untuk membantu peneliti memahami data yang telah terkumpul. Proses ini dilakukan dengan menyaring, mengelompokkan, dan memfokuskan data dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, serta sumber literatur lainnya. Peneliti mengambil intisari yang relevan

dengan topik penelitian agar data mentah menjadi lebih terstruktur, dan mudah dipahami

2. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti menyusun dan mengelompokkan data berdasarkan kategori, lalu menyajikannya dalam bentuk narasi, tabel, grafik, atau gambar. sehingga memudahkan pembaca memahami penelitian baik secara keseluruhan maupun sebagian.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan harus didasari oleh hasil data yang diperoleh di dalam penelitian, bukan berdasarkan keinginan dari peneliti itu sendiri. Dalam proses penarikan kesimpulan diperlukan verifikasi selama penelitian sedang berlangsung, dengan beberapa cara, yaitu memikirkan kembali selama penulisan, meninjau kembali catatan yang diperoleh di lokasi, mengkaji ulang dan berdiskusi dengan kawan sejawat dalam upaya menjabarkan kesepakatan intersubjektif, dan usaha keras untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.