



# 4.98%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2024, 12:28 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

|  |  |  |
|--|--|--|
| <span style="color: red;">●</span> IDENTICAL | <span style="color: orange;">●</span> CHANGED TEXT | <span style="color: blue;">●</span> QUOTES |
| 0.09%  | 4.88%  | 0.58%                                      |

## Report #22128165

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Di tengah adanya kompleksitas dinamika politik saat ini, pada tanggal 16 Januari 2024 terdapat sebuah talkshow yang diunggah melalui akun YouTube Mata Najwa berjudul “Adu Rayu Caleg Artis”. Episode ini menghadirkan empat Caleg selebritas dari latar belakang partai yang berbeda, yaitu Nafa Urbach dari Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Denny Cagur dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), Uya Kuya dari Partai Amanat Nasional (PAN), dan Melly Goeslaw dari Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra). Keempat Caleg selebritas tersebut diberikan panggung untuk beradu gagasan terkait visi dan misinya. Dengan format wawancara yang khas, Najwa Shihab menggali pandangan serta pemahaman para Caleg selebritas mengenai isu-isu politik yang terjadi saat ini. Hal ini menciptakan sebuah talkshow yang tidak hanya menginformasi, tetapi juga menghibur dan memberi gambaran lebih komprehensif mengenai pengetahuan Caleg selebritas di dalam ranah politik. Pada talkshow episode Adu Rayu Caleg Artis ini dibahas mengenai apa yang akan diperjuangkan untuk masyarakat dari masing-masing Caleg. Di akhir talkshow pada menit ke (1:25:23 - 1:25:34) terdapat pesan yang disampaikan terkait kompetensi Caleg selebritas, yaitu “ Please serius , please jangan kecewakan kalau jadi, aku tau banyak yang underestimate kalian, tapi aku justru ngundang karena aku kepengen temen-temen ini tuh tau bahwa harapan kita tuh banyak kesemuanya, jadi please belajar,



REPORT #22128165

please amanah, dan insyaAllah terpilih semuanya , ujar Najwa Shihab. Dapat disimpulkan bahwa meskipun banyak dari masyarakat Indonesia yang meremehkan Caleg selebritas, tetapi talkshow ini berupaya memberikan pandangan positif di tengah keraguan dan ketidakpastian, masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Maka dari itu, preferred reading pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube ini adalah masih ada harapan bagi Caleg selebritas untuk dapat membawa perubahan yang positif. Melalui talkshow tersebut, penonton dapat melihat bagaimana keempat Caleg selebritas menanggapi pertanyaan-pertanyaan kompleks dan mencoba untuk meyakinkan publik mengenai kompetensi mereka ketika nanti akan mengemban tugas legislatif. Setelah talkshow episode Adu Rayu Caleg Artis tayang di YouTube, terdapat 5.000 komentar per Juni 2024. Namun, ketika dilihat lebih jauh pada kolom komentar terdapat tanggapan yang bersifat positif dan negatif, seperti dari akun @myono-ft7zh “ AMIN kan aja dulu, mari kita dukung niat baik mereka yang SEPAKA T menginginkan perubahan dengan sistem pemerintahan yang ada saat ini, SEMANGAT UNTUK PERUBAHAN . @notbad5189 “ Alhamdulillah dengan adanya Mata Najwa a kita bisa tau sendiri kapasitas, retorika, visi misi caleg artis tu seperti apa. Tadinya kita beranggapan bahwa artis yang nyaleg tuh hanya memanfaatkan popularitasnya doang, sisi retorika, 1 kompetensi, visi misi, kita tu kaya memandang sebelah mata karena kita beranggapan artis nyaleg tau apa soal politik. Setelah nonton Mata Najwa, mata hati kita terbuka ternyata retorika dari beberapa artis melebihi caleg-caleg yang memang dari orok udah di bidangnya. NB, Mbak Nafa Urbach keren banget aku suka , sedangkan terdapat komentar negatif, seperti dari @hermansyah5276 “ Dengan tida k memilih artis kita sudah menyelamatkan RI yang tercinta ini dan @user-ie3to3ut8j “Ini nih kualitas artis Indonesia, kalo udah gak laku ya nyaleg. Makin gak nyangka kok bisa dapet kursi juga . Fenomena maraknya partisipasi Caleg selebritas dalam kontestasi politik Indonesia pada akhirnya menjadi sorotan publik.

1 7 14 Calon legislatif atau yang sering disebut dengan Caleg merupakan individu yang akan mencalonkan diri sebagai anggota legislatif atau calon

dari anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), atau Dewan Perwakilan Daerah (DPD) (Ratnasara, 2019, p. 1). Dewan Perwakilan Daerah (DPR) nantinya akan memegang kekuasaan legislatif, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) nantinya akan menjadi perwakilan rakyat daerah yang menjadi unsur penyelenggara pemerintahan di Provinsi/Kabupaten/Kota di Indonesia, serta Dewan Perwakilan Daerah (DPD) nantinya akan mewakili kepentingan otonomi daerahnya (Ratnasara, 2019, p. 1), sedangkan calon legislatif selebritas atau yang seringkali disebut dengan “Caleg Selebritas” merupakan individu yang tersohor (terkenal, ternama, termansyur) yang tidak luput dari sorotan media (Badriyah, 2023). Memiliki latar belakang dan berkarir dalam dunia seni, hiburan, serta media yang pada akhirnya memutuskan untuk dapat bergabung dalam dunia politik khususnya menjadi perwakilan masyarakat di DPR, atau DPRD (Maulana, 2024, p. 340). Pada dasarnya, fenomena selebritas yang terjun ke dalam dunia politik atau mendaftarkan diri menjadi calon legislatif umumnya sudah lama terjadi, seperti pada zaman orde baru terdapat beberapa selebritas dari latar belakang pemusik, presenter, dan tokoh agama yang memang pernah menduduki Senayan untuk mewakili fraksi, kemudian pada era reformasi, keberadaan Caleg selebritas mulai terus meningkat. Hal ini disebabkan karena banyaknya politisi yang terseret kasus korupsi, sehingga para partai menghadirkan selebritas sebagai alternatif pilihan bagi masyarakat (Nabilah, 2022, p. 82). Umumnya, pemilihan anggota legislatif ditandai dengan sebuah pemahaman yang mendalam terkait dengan pengetahuan, kebijakan publik, aturan hukum, dan tugas dari legislator itu sendiri, tetapi adanya tren keterlibatan Caleg selebritas yang semakin meningkat setiap tahun menimbulkan dinamika yang berbeda dalam pentas demokrasi (Ratnasara, 2019, p. 55). Tercatat per 21 Agustus 2023, 76 nama selebritas Indonesia dari berbagai macam latar belakang, seperti penyanyi, pembawa acara, mantan atlet, komedian, dan pemain sinetron sudah dipublikasikan oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai daftar untuk maju sebagai calon legislatif (Putri, 2023). Jumlah ini meningkat jika

dibandingkan dengan Pemilihan Legislatif (Pileg) 2019 yang mengajukan 71 nama selebritas dari 10 partai politik (Parpol) dan menghasilkan 152 orang selebritas yang terpilih sebagai dewan perwakilan rakyat (DPR) (Nabilah, 2022, p. 83). Banyaknya selebritas yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif ternyata menjadikan fenomena ini menuai pro dan kontra dari kalangan masyarakat. Sejumlah masyarakat mendukung keterlibatan Caleg selebritas dengan pandangan bahwa mereka di sini dapat memberi nuansa segar dan menarik dalam politik, meningkatkan elektabilitas dari sisi partai politik, serta adanya krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik menjadikan Caleg selebritas sebagai alternatif pilihan masyarakat ( Nabilah, 2022, p. 82). Akan tetapi, di sisi lain, adanya pandangan bahwa Caleg selebritas hanya dapat mengandalkan popularitas dan ketenaran dirinya di dunia hiburan daripada kompetensinya (Hidayat, 2023). Kompetensi di sini diartikan sebagai kemampuan, kecakapan, keterampilan, serta kepribadian dari Caleg selebritas tersebut yang dirasa tidak mampu memahami terkait kebijakan publik, isu-isu politik, serta kebijakan yang nantinya dapat menghambat proses legislasi (Novi, 2023). Pengamat politik Lucius Karus dari Forum Masyarakat Peduli Parlemen Indonesia (Formappi) menyebutkan bahwa adanya Keputusan partai politik untuk mengusung selebritas sebagai Caleg di 2024 hanya berlandaskan nafsu untuk dapat mendokrak jumlah kursi di parlemen. <sup>2</sup> “ Parpol yang punya nafsu besar untuk meraih kursi di DPR, mengusung orang yang memiliki potensi dipilih akan diambil daripada mengusung kader sendiri, tapi menjualnya setengah mati <sup>93</sup> ujar Lucius Karus (Hidayat, 2023). Menurut Lucius Karus, anggota legislatif yang berasal dari kalangan selebritas juga tidak cukup menonjol ketika menyampaikan gagasannya di parlemen. “Kemampuan menyanyi, bermain film, ngelawak memang baik, namun kapasitas sebagai legislator kurang memadai, sebab menjadi anggota legislatif itu tidak instan ujar Lucius Karus. Jika dilihat secara keseluruhan pun kinerja DPR dari tahun 2019 hingga 2023 juga dapat dikatakan kurang baik bahkan memprihatinkan karena di tahun 2022, DPR hanya mengesahkan tiga

Undang-Undang (UU), sedangkan targetnya 40 Rancangan Undang-Undang (RUU) dan di tahun 2023 hanya menuntaskan 1 UU prioritas, yaitu RUU Landas Kontinen (Hidayat, 2023). Berdasarkan bukti kerja beberapa anggota legislatif dari kalangan selebritas dan kinerja Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) secara keseluruhan tersebut mempengaruhi pandangan beberapa masyarakat terhadap Caleg selebritas. Masyarakat menjadi ragu untuk memilih calon legislatif yang berasal dari kalangan selebritas karena dianggap kurang memiliki kompetensi. Di sisi lain, keberadaan platform media sosial, terutama YouTube memainkan peranan besar dalam menyebarkan sebuah informasi melalui media audio visual dan telah digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat di Indonesia (Wibisono, 2022, p. 74). 83 Menurut data We Are Social, per Oktober 2023 jumlah dari pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta jiwa. Hal ini menjadikan Negara Indonesia sebagai negara keempat dengan pengguna platform YouTube terbanyak di dunia (Annur, 2023).<sup>3</sup> Berdasarkan angka tersebut tentu tidak dapat dipandang sebelah mata dari sudut pandang Parpol dan Caleg. Dalam hal ini, YouTube menjadi salah satu media yang efektif digunakan para Parpol dan Caleg untuk menyampaikan pesan serta mempromosikan diri mereka melalui komunikasi politiknya (Setiawan, 2017, p. 1). Efektivitas yang ada, seperti dapat menyebarkan informasi secara cepat melalui unggahan atau siaran langsung guna diseminasi kepada khalayak ramai dan ketika berkampanye akan lebih hemat secara anggaran jika dibandingkan terjun langsung ke lapangan (Wibisono, 2022, p. 74). YouTube yang saat ini berkebang dengan pesat pada akhirnya juga merubah cara calon legislatif dalam berkampanye karena pesan kampanye ini dapat secara langsung dikomentari dan dinilai publik apakah suka atau tidak suka, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dari program kampanye (Wirga, 2016, p. 16). Ketika berbicara tentang YouTube dan politik maka terdapat channel YouTube Mata Najwa yang dikenal dapat menyajikan talkshow dalam format wawancara mendalam dan berbobot. Talkshow pada prinsipnya merupakan program acara yang menampilkan dialog atau argumentasi antara pembawa acara dengan narasumber

(Esfandari, 2021, p. 100). Melalui serangkaian wawancara cermat, talkshow ini seringkali dapat memberikan pemahaman yang lebih serta pandangan baru akan isu-isu aktual kepada masyarakat. Berdasarkan data jejak pendapat dari Indikator Politik, per November 2023 dari 1.220 responden menunjukkan bahwa Najwa Shihab menjadi sosok atau tokoh perempuan yang dianggap paling memiliki pengaruh di Indonesia dengan 26,3% (Santika, 2023). Maka dari itu, kepercayaan masyarakat pada Najwa Shihab di sini dapat mencerminkan daya tarik akan talkshow yang dibuat sebagai wadah informasi bagi masyarakat. Peneliti memilih episode "Adu Rayu Caleg Artis" dari talkshow Mata Najwa sebagai objek penelitian. Selain merujuk pada data-data yang sudah disajikan sebelumnya, alasannya adalah tayangan tersebut disajikan dengan serius dan dipersiapkan dengan matang, serta pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bersifat kritis. Hal ini berbeda dengan talkshow lain yang mengundang calon legislatif dari kalangan selebritas, di mana pertanyaan yang diajukan seringkali bersifat candaan. Komunikasi melalui media baru salah satunya dengan platform YouTube saat ini juga telah menjadi salah satu kekuatan signifikan dalam membentuk opini serta kesadaran politik, terutama di kalangan Gen Z. Komunikasi media baru sendiri merupakan istilah untuk bentuk pertukaran informasi maupun interaksi yang prosesnya terjadi melalui teknologi digital (Prasetya, 2022). Melalui YouTube, para politikus dan Parpol melakukan komunikasi politiknya dengan mengunggah konten informatif, program kerja, debat untuk menarik perhatian Gen Z (Wibisono, 2022, p. 74). Komunikasi politik di sini memiliki artian sebagai jenis dari penyampaian pesan khususnya yang terdapat muatan informasi politik (Pureklolon, 2016, p. 138). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran dalam mengakses informasi di kalangan Gen Z. Gen Z sendiri merupakan kelompok generasi yang lahir di tahun 1997 hingga awal 2012 (Rakhmah, 2021). Data statistik menunjukkan 4 bahwa 51,5% minat Gen Z terhadap politik Indonesia dipengaruhi oleh terpaan program yang dibuat oleh Najwa Shihab pada channel Mata Najwa karena dianggap memiliki kredibilitas yang baik

(Fauzi, 2022, p. 84). Berdasarkan Katadata Insight Center (KIC) per Oktober 2023, 80,1% dari 1.005 responden di kalangan Gen Z menyatakan tertarik mengikuti berita dengan tema politik (Annur, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki ketertarikan dan sadar akan politik Indonesia. Masyarakat khususnya di kalangan Gen Z juga memiliki stereotip terhadap Caleg selebritas, yaitu hanya mempunyai modal popularitas, modal finansial, dan intelektual yang tidak diketahui dengan jelas. Stereotip tersebut hadir karena Gen Z memiliki karakteristik yang kritis dan tidak mudah didikte, sehingga mereka akan jauh lebih selektif serta menggunakan akal sehatnya ketika memilih wakil rakyatnya (Nabilah, 2022, p. 83). Terdapat pula anggapan bahwa faktor popularitas dari selebritas harus diikuti oleh kompetensi agar nantinya hal tersebut tidak dipermasalahkan oleh khalayak mengapa selebritas tersebut dapat masuk ke dalam politik. Tak hanya itu, ketika nantinya Caleg selebritas tersebut bergabung dalam kursi parlemen, namun tidak mengerti akan fungsi legislatif atau tidak dapat menjalankan fungsi legislasi, seperti pengawasan dan mengatur anggaran maka hal ini dapat dianggap sangat menyedihkan (Nabilah, 2022, p. 83). Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan saat ini, Gen Z menempati posisi terbanyak, yaitu 74,93 juta populasi di Indonesia, di atas generasi milenial yang hanya mencapai 69,38 juta. Diperkiraan sekitar tujuh tahun lagi Gen Z akan memasuki usia produktif, sehingga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Partai Politik (Parpol) berbondong-bondong membidik Gen Z sebagai penentu Pemilu di tahun 2024. Dari sudut pandang masa politik serta kekuasaan, di tahun 2039 generasi milenial akan berakhir masa politik serta kekuasaannya sehingga akan beralih ke Gen Z (Evita, 2023, p. 48). Tak hanya itu, pentingnya peran dari pemilih pemula khususnya yang memang termasuk dalam Gen Z semakin mencuat di dalam konteks Pemilu 2024. Pemilih pemula yang termasuk Gen Z ini memiliki pengaruh besar atas kemenangan atau kekalahan dari calon legislatif yang diusung. Para Parpol dan KPU di tahun 2024 pun membuat program kampanye serta sosialisasi

khusus yang ditujukan untuk mendekati para pemilih pemula dari kalangan Gen Z (Arsika, 2024). 25 Berdasarkan Undang-Undang No. 25 28 56 10 tahun 2008 Bab IV pasal 19 ayat 1 & 2 serta pasal 20 menyebutkan bahwa pemilih pemula merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang pada hari pemungutan suara sudah genap berusia 17 tahun atau lebih, sudah atau pernah menikah, dan memiliki hak memilih (Arsika, 2024). Perlu diketahui pula bahwa Pemilihan Umum (Pemilu) memiliki artian sebagai sebuah momentum krusial dalam menjalankan sebuah prinsip demokrasi di mana masyarakat Indonesia mempunyai hak untuk memilih siapa yang menjadi wakilnya dalam berbagai tingkatan pemerintahan (Rustatama, 2023, p. 2). Pemilu 2024 di Indonesia merupakan peristiwa penting yang bukan hanya dapat menentukan pemimpin tertinggi Negara Indonesia, tetapi akan menjadi penanda proses pemilihan 5 dari calon legislatif, sedangkan Pemilihan Legislatif (Pileg) yang termasuk ke dalam Pemilu merupakan sarana dari kedaulatan rakyat untuk dapat memilih anggota DPR, DPD, dan DPRD yang nantinya juga akan mewakili aspirasi dari masyarakat Indonesia (Wibawana, 2023). Terbelahnya pandangan masyarakat terkait adanya Caleg Selebritas di dalam dunia politik menjadi sorotan yang menarik untuk diulik. Di satu sisi, terdapat beberapa orang yang setuju dan mendukung Caleg selebritas. Namun di sisi lain, ada juga yang tidak sependapat karena rekam jejak sejumlah selebritas di politik tidak terlihat cemerlang karena tidak memiliki kompetensi, sehingga menimbulkan keraguan. Di Pemilu tahun 2024, masyarakat juga seharusnya tidak hanya fokus pada Pemilihan Presiden (Pilpres), tetapi juga harus memberikan perhatian yang sama pentingnya pada Pemilihan Legislatif (Pileg). Lalu, melihat paparan data terkait pemilih pemula yang termasuk ke dalam Gen Z maka penelitian ini nantinya akan menggunakan informan pemilih pemula dari kalangan Gen Z yang mengikuti Pemilu satu kali, memiliki ketertarikan dalam politik yang dibuktikan dengan tergabung pada partai, dan yang telah menonton minimal satu kali dari awal hingga akhir talkshow untuk mengetahui pemaknaan dari talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis. Penonton



talkshow acara ini tentu akan memiliki pemaknaan sendiri atas apa yang mereka tonton. Penelitian ini menjadi penting karena nantinya akan diketahui perbedaan pemaknaan pada pemilih pemula di kalangan Gen Z terhadap kompetensi dari Caleg selebritas di dalam politik. Adapun tiga laporan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan rujukan pada laporan penelitian ini. Rujukan penelitian pertama berjudul “Strategi Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) dalam Pemilihan Anggota Legislatif 2024 oleh Muhammad Firsyad Alif Maulana, Sendikha Dwi Anggara, dan Austin Silitonga dengan tujuan mendeskripsikan strategi PAN yang dikenal memiliki banyak calon legislatif yang berlatar belakang artis dalam memenangkan Pilpres 2024 khususnya di daerah pemilihan Dapil Jawa Timur 1 Surabaya-Sidoarjo menggunakan metode kualitatif deskriptif (2024, p. 335). Perbedaan penelitian rujukan dengan penelitian ini adalah penelitian di sini menggunakan metode berbeda, yaitu analisis resepsi dan fokus terhadap pemaknaan kompetensi Caleg selebritas tidak kepada strategi partai politik. Rujukan penelitian kedua milik Glenys Octania berjudul “Pemaknaan Janji Politik Calon Presiden Prabowo Subianto - Sandiaga Uno di Kompas TV (Analisis Resepsi pada Komunitas Jurnalis Berhijab) . Perbedaan antara penelitian rujukan dan penelitian di sini adalah Subjek penelitian rujukan merupakan janji politik Prabowo - Sandi di Kompas TV (2019, p. 75). Sedangkan subjek penelitian di sini adalah kompetensi Caleg selebritas pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Terakhir, rujukan penelitian ketiga berjudul “Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019 oleh Silvanus Alvin yang membahas terkait fenomena unik dari salah satu Caleg PSI, Yoel Yosaphat yang lolos ke DPRD Kota Bandung dengan dana kampanye Rp 3 Juta (2022, p. 312). Perbedaannya, penelitian 6 rujukan menggunakan metode studi kasus, sedangkan penelitian di sini menggunakan analisis resepsi dan konsep-konsep yang berbeda, seperti komunikasi politik, komunikasi media baru, YouTube, talkshow , calon legislatif selebritas, dan Gen Z dalam politik. Penelitian ini nantinya akan menggunakan teori resepsi Stuart Hall di

mana ada proses penciptaan makna pesan dari penonton, yaitu encoding dan decoding .

Encoding terjadi ketika informan mengkonsumsi talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis dengan mencari sumber pesan, sedangkan decoding terjadi ketika informan menerjemahkan pesan dari talkshow yang ditonton, sehingga terjadi pemaknaan. Pada teori ini juga terdapat tiga posisi pemaknaan, yaitu posisi hegemoni dominan yang mana menunjukkan bahwa penonton memiliki pemaknaan yang sama dengan apa yang dimaksud oleh pengirim pesan, posisi negosiasi yang mana menunjukkan bahwa penonton dapat menerima ideologi dominan, tetapi ada beberapa hal yang menjadi pengecualian, dan posisi oposisi yang mana menunjukkan bahwa penonton tidak memiliki pemaknaan yang berbeda dari apa yang ingin disampaikan oleh sang pembuat pesan.

35 Dalam memaknai sebuah pesan juga terdapat faktor kontekstual yang mempengaruhi, yaitu pendidikan, jenis kelamin, budaya, etnis, dan pengalaman (Tunshorin, 2016, p. 71). Konsep yang digunakan pada penelitian ini meliputi, komunikasi media baru, YouTube, komunikasi politik, talkshow , calon legislatif selebritas, dan Gen Z dalam politik. Komunikasi media baru, yang salah satunya menggunakan platform YouTube, saat ini telah menjadi sarana efektif untuk melakukan komunikasi politik. Media ini digunakan untuk mempromosikan citra dan menyampaikan pesan politik melalui video (Wibisono, 2022, p. 74).

Talkshow yang menampilkan proses dialog antar beberapa orang yang memang memiliki kompetensi dalam suatu pembahasan, kemudian dipandu oleh pembawa acara (Nabila, 2022). Caleg selebritas yang merupakan individu yang tersohor (terkenal, ternama, termasyur) yang tidak luput dari sorotan media (Badriyah, 2023), serta Gen Z yang akan berfokus pada pemilih pemula. Nantinya penelitian ini akan menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mendapatkan dan mengetahui mengenai pandangan-pandangan terkait resepsi pemilih pemula di kalangan Gen Z terhadap kompetensi calon legislatif selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube.

39 Lalu peneliti di sini akan menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Maka dari itu, berdasarkan

latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 (Analisis Resepsi Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube). 1.2.

1 Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube . 7 1.3. Tujuan Penelitian Tujuan

penelitian ini adalah untuk mengetahui pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. 1.4. Manfaat Penelitian Setelah penelitian ini selesai dikaji, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini dibagi ke dalam 2 kategori: 1.4.1. Manfaat Akademis Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian literatur terkait bidang komunikasi media baru, seperti YouTube, komunikasi politik, Caleg selebritas, dan pemaknaan Gen Z. 1.4.2. Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan dapat digunakan menjadi panduan bagi pihak terkait, seperti partai politik dan calon legislatif selebritas dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif melalui konten YouTube untuk menjangkau Gen Z. 91 92 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Penelitian Terdahulu Tabel 2.1. Rujukan Penelitian

Terdahulu Judul Penelitian, Penulis, Tahun Publikasi Afiliasi Universitas/ Instansi Metodologi, Teori, dan Konsep Penelitian Kesimpulan Saran Perbandingan dengan Penelitian Anda Strategi Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Pemilihan Anggota Legislatif 2024 Muhammad Firsyad Alif Maulana 1, Sendikha Dwi Anggara 2, Austin Silitonga 3 Kultura, Vol. 2 No. 1: 335-342, 2024 Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Surabaya Metode yang digunakan pada rujukan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teori dan konsep yang digunakan, yaitu kampanye, partai politik, legislatif, dan strategi Strategi PAN dalam mengkampanyekan caleg artisnya, yaitu dengan

penggalangan massa secara langsung bertatap muka dan melalui berbagai media, seperti radio, televisi, dan media sosial. Dengan menggabungkan popularitas dan dedikasi politik maka berhasil dalam membangun pesan politiknya kepada pemilih potensial. Kajian mengenai calon legislatif di Indonesia masih jarang ditemukan, tidak sebanyak kajian calon presiden. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dikembangkan dengan fokus studi kepada sejauh mana popularitas seorang caleg khususnya dari kalangan artis yang dikampanyekan oleh partainya. Hal ini dapat melibatkan analisis sentimen melalui media sosial, survei, dan wawancara dengan responden.

39 46

Penelitian rujukan menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian di sini menggunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian rujukan adalah kampanye, partai politik, legislatif, dan strategi, sedangkan penelitian di sini menggunakan teori resepsi, komunikasi politik, komunikasi media baru, Youtube talkshow, calon legislatif selebritas, dan Gen 9 Z. Pemaknaan Janji Politik Calon Presiden Prabowo Subianto - Sandiaga Uno di Kompas TV (Analisis Resepsi pada Komunitas Jurnalis Berhijab Glenys Octania JIKE: p- ISSN 2614- 0829, e- ISSN 2615- 7950. Vol. 3 No. 1, 2019

Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, Universitas Budi Luhur Metode yang digunakan pada rujukan penelitian ini adalah analisis resepsi Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian rujukan ini, yaitu teori resepsi Stuart Hall, janji politik, pemilu, emak- emak, komunitas jurnalis berhijab, dan televisi. Komunitas Jurnalis Berhijab memiliki posisi pemaknaan yang berbeda- beda. Dua informan berada pada posisi dominan hegemoni dan dua informan lagi berada dalam posisi negosiasi. Posisi pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh adanya pemikiran bahwa janji politik tidak dapat sebatas strategi politik saja, tetapi harus dapat mewakili dan melibatkan seluruh elemen masyarakat. Penelitian ini dapat dikembangkan dalam penelitian lainnya dengan menggunakan informan dari komunitas yang beragam dan calon presiden lainnya. Penelitian mengenai janji politik dapat dilakukan pula dengan metode yang berbeda agar

nantinya memperkaya analisis terhadap strategi politik dari bakal calon presiden lainnya. Subjek penelitian rujukan adalah janji politik Prabowo - Sandi di Kompas TV, sedangkan subjek penelitian di sini adalah Caleg selebritas pada talkshow Mata Najwa di YouTube. Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019 Sivanus Alvin MUKASI: e-ISSN 2828- 3449. p- ISSN 2828- 3589. Vol. 1 No. 4, Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara Metode yang digunakan pada rujukan penelitian ini adalah studi kasus. Teori dan konsep yang digunakan pada rujukan penelitian ini, yaitu komunikasi politik dan kampanye Strategi komunikasi politik dari Caleg PSI yang lolos ke DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019 dengan bermodal Rp3 juta dan mendapat 3.321 suara, terinspirasi oleh duet Jokowi - Ahok di DKI Jakarta. Kemudian Yoel bergabung ke dalam partai PSI yang memiliki branding anak muda dan Pemilu di setiap tahun sejatinya menjadi lahan basah bagi para akademisi dalam menjadikannya fokus penelitian. Oleh karena itu akan menarik jika melakukan penelitian lainnya dengan mengeksplorasi berbagai fenomena Penelitian rujukan menggunakan metode studi kasus, sedangkan penelitian di sini menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian rujukan 10 2022 e politik idealis. Kemudian modal sosial sebagai modal utama yang digunakan oleh Caleg PSI tersebut untuk membangun kepercayaan dan modal finansial sebagai penunjang yang terjadi melalui kaca mata komunikasi politik yang berbeda. adalah komunikasi politik dan kampanye politik, sedangkan penelitian di sini menggunakan teori resepsi, komunikasi politik, komunikasi media baru, Youtube talkshow, calon legislatif selebritas, dan Gen Z. Sumber: Olahan Peneliti Rujukan penelitian pertama berjudul "Strategi Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) dalam Pemilihan Anggota Legislatif 2024" oleh Muhammad Firsyad Alif Maulana, Sendikha Dwi Anggara, dan Austin Silitonga. Peneliti rujukan pertama di sini mencoba untuk mendeskripsikan strategi PAN yang dikenal memiliki banyak calon legislatif yang berlatar belakang artis

dalam memenangkan Pilpres 2024 khususnya di daerah pemilihan Dapil Jawa Timur 1 Surabaya-Sidoarjo menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi kampanye PAN menggunakan pendekatan holistik, seperti pemilihan strategi kandidat Caleg, penggunaan media konvensional dan sosial, mobilisasi basis pemilih, serta beradaptasi dengan perubahan politik (2024, p. 335). Sedangkan, rujukan penelitian kedua milik Glenys Octania berjudul “Pemaknaan Janji Politik Calon Presiden Prabowo Subianto - Sandiaga Uno di Kompas TV (Analisis Resepsi pada Komunitas Jurnalis Berhijab) penelitian yang menggunakan metode analisis resepsi ini menyimpulkan bahwa Komunitas Jurnalis Berhijab (KJB) mempunyai pemaknaan berbeda karena dipengaruhi oleh pandangan bahwa janji politik harus mewakili dan melibatkan masyarakat secara langsung. 62 Maka dari itu, terdapat dua posisi, yaitu dominan dan negosiasi (2019, p. 75). Terakhir, rujukan penelitian ketiga berjudul “Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019 oleh Silvanus Alvin yang membahas terkait fenomena unik dari salah satu Caleg PSI, Yoel Yosaphat yang lolos ke DPRD Kota Bandung dengan dana kampanye Rp 3 Juta. Diketahui bahwa strategi komunikasi yang digunakan, yaitu modal sosial sebagai modal utama untuk membangun kepercayaan dan modal finansial sebagai penunjang (2022, p. 312).

91 95 2.2 Teori dan Konsep 11 1.4 5 52 3. Teori Resepsi Teori resepsi diperkenalkan oleh Stuart Hall pada tahun 1973, teori ini pada dasarnya digunakan untuk menganalisis khalayak yang kemudian dipasangkan dengan analisis resepsi. Fokus teori ini adalah bagaimana khalayak dapat menafsirkan konteks pesan dari media serta mengambil sudut pandang khalayak atas pesan yang disampaikan oleh media itu sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi pemahaman khalayak atau penonton di sini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor dalam konteks proses menciptakan makna dari sebuah pesan (Sakina, 2014, p. 12). Terdapat dua proses yang dilakukan dalam penciptaan sebuah makna oleh khalayak atau penonton, yaitu encoding dan decoding . 5 Encoding sendiri merupakan sebuah kegiatan pencarian sumber yang menerjemahkan ide serta gagasan ke dalam indra

yang diterima oleh penonton, proses ini juga dapat dikatakan sebagai penciptaan pesan yang ingin disampaikan, sedangkan decoding merupakan proses atau kegiatan untuk menginterpretasikan atau menerjemahkan pesan ke dalam bentuk yang memiliki arti bagi penerima pesan. Decoding di sini diperlukan sebagai proses interpretasi dan menjelaskan pesan yang memiliki makna tertentu (Morissan, 2021, p. 457). Menurut Morissan (2021, p. 457) ketika melihat pengkodean dari penonton terhadap pemaknaan sebuah pesan, Stuart Hall mengkategorisasikan dalam tiga posisi pemaknaan yang berbeda. Adapun tiga posisi pengkodean sebagai berikut: 1. Posisi Hegemoni Dominan Posisi hegemoni dominan di sini menunjukkan bahwa penonton memiliki pemaknaan, nilai, sikap, keyakinan, asumsi, serta kode program yang dapat menginterpretasikan makna yang dimaksud oleh pengirim pesan. Pada posisi ini, tidak ada kesalahpahaman antara pengirim pesan dan penerima pesan. 2. Posisi Negosiasi Pada posisi negosiasi di sini menunjukkan bahwa penonton dapat menerima ideologi dominan, tetapi ada beberapa pengecualian. Ketika penonton sebagai penerima pesan dapat menguraikan preferred reading dan pesan tersebut Sebagian dipahami oleh penerima pesan, tetapi sebagiannya lagi tidak. Penonton di sini memodifikasi dan menyampaikan pesan dengan cara yang mencerminkan sesuai dari pengalaman serta minat mereka sendiri. 3. Posisi Oposisi Pada posisi oposisi di sini menunjukkan bahwa penonton tidak memahami atau memiliki pemaknaan berbeda dari pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan. Jika penerima pesan dapat menafsirkan pesan seperti yang dimaksud untuk diterjemahkan, tetapi pada dasarnya keyakinan yang mereka pegang berbeda maka makna preferred reading akan berbeda. Pada kesimpulannya, posisi oposisi ini terjadi ketika penerima pesan memahami kode pesan yang dimaksud, tetapi mendeskripsikan pesan dengan cara yang berlawanan, sehingga mereka dapat menolak pesan-pesan tersebut berdasarkan dari pengalaman yang telah dijalani. 12 Menurut Trisdani (2017, p. 5) Dalam memaknai pesan terdapat faktor kontekstual yang dapat mempengaruhinya, yaitu identitas dari khalayak. Adapun yang dimaksud dengan identitas

khalayak adalah terdiri dari beberapa aspek, yaitu jenis kelamin, pendidikan, budaya, etnis, dan pengalaman: 1. 54 Jenis Kelamin Jenis kelamin merupakan perbedaan dari bentuk, fungsi biologis, dan sifat antara perempuan dan laki-laki yang nantinya menentukan peran dari masing-masing individu dalam menyelenggarakan upaya dari meneruskan garis keturunan. 2. Pendidikan Pendidikan merupakan cara edukasi untuk dapat mengembangkan potensi di dalam diri individu, berlaku mulai dari kekuatan keagamaan, spiritual, pengendalian dan kecerdasan emosional, kecerdasan otak, dan beberapa keterampilan lain. 3. Budaya Budaya merupakan sebuah konsep kehidupan yang dianut oleh suatu kelompok dan memiliki aturan yang telah dibuat dalam kelompok, sehingga anggota kelompok harus dapat memahami arti dari dunia serta diri mereka sendiri. 73 4. Etnis Etnis merupakan identifikasi sosial untuk dapat mengartikan konsep yang diciptakan oleh kelompok berdasarkan ciri khas sosial yang dimiliki. Identifikasi etnis ini dapat dilihat dari perbedaan asal daerah, bahasa, dan nilai-nilai. 5. Pengalaman Pengalaman merupakan sebuah peristiwa yang ditangkap oleh panca Indera serta disimpan dalam ingatan. Pengalaman dapat diperoleh ataupun dirasakan. Pengalaman yang diperoleh maka akan menjadi pembelajaran hidup dan pedoman dari setiap individu. Peneliti menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall karena teori di sini dapat membantu memahami proses penciptaan makna dari pesan yang disampaikan di media dengan proses encoding dan decoding. Encoding terjadi ketika informan mengkonsumsi talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis dengan mencari sumber pesan, sedangkan decoding terjadi ketika informan menerjemahkan pesan dari talkshow yang ditonton hingga terjadi pemaknaan. Teori ini juga memperhitungkan adanya faktor identitas khalayak, seperti jenis kelamin, pendidikan, budaya, etnis, dan pengalaman yang nantinya akan mempengaruhi pemaknaan mereka. Adanya tiga posisi pemaknaan, seperti dominan, negosiasi, dan oposisi juga membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di



YouTube. 1.4.4. Komunikasi Media Baru Komunikasi media baru merupakan istilah yang muncul sebagai bentuk pertukaran informasi ataupun interaksi yang prosesnya terjadi melalui teknologi digital 13 . 76 Media baru yang ada saat ini, yaitu website , media sosial Twitter (X), Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok, YouTube, dan lain sebagainya. Komunikasi media baru di sini menimbulkan cara baru bagi seseorang dalam berbagi informasi, berinteraksi, maupun terlibat di dalam dialog lain. Hal ini dikarenakan individu-individu dapat secara instan untuk terhubung dengan orang di berbagai seluruh dunia. Karakteristik yang kuat dalam komunikasi media baru, yaitu sifatnya yang partisipatif dan interaktif. Pengguna dapat secara aktif membuat konten dengan berbagai macam ide dan dapat mengomentari konten orang lain, serta terlibat dalam diskusi online pada kolom komentar (Prasetya, 2022, p. 29). 60 72 Media baru adalah istilah yang umumnya digunakan untuk berbagai macam teknologi komunikasi yang sudah bersifat digitalisasi dan ketersediaannya luas sebagai alat komunikasi. Adanya media baru di sini memunculkan manfaat dari sifat kebaruannya tersebut. Pertama, proses komunikasi yang berbasis pengguna, di sini publik tidak hanya dapat menonton atau sekadar mendengarkan, tetapi media baru berbicara mengenai pengguna ( users ) yang dapat menciptakan konten. Kedua, proses komunikasi berbasis dengan karakteristik dari mediana, hal ini terjadi karena media baru memiliki “cara bercerita” yang berbeda , beragam, dan interaktif. Ketiga, proses komunikasi yang bersifat segmentasi serta serempak kepada masyarakat (Luik, 2020). Media baru juga memiliki pengertian yang merujuk kepada media berbasis internet atau online . Dalam operasionalisasinya, dapat menggunakan telepon seluler, komputer, laptop, maupun gadget lainnya. 75 Media baru atau new media umumnya digunakan oleh komunikator untuk memberikan pesan kepada komunikan melalui jaringan internet. Media baru memiliki sifat fleksibel, interaktif, dapat digunakan secara privat maupun publik (Prasetya, 2022, p. 3). Menurut Prasetya (2022, p. 4) media baru memiliki empat karakteristik, seperti: 1. Desentralisasi, publik dapat memilih secara leluasa atas apa

yang mereka ingin tonton atau mencari tahu informasi yang mereka inginkan. Informasi yang ada juga tidak terpusat dan publik memiliki kebebasan untuk memilih apa yang ingin mereka akses. 2. Kemampuan tinggi, informasi pada media baru menggunakan transmisi dari satelit, sehingga informasi dapat disebarluaskan secara cepat serta dengan jumlah yang tidak terbatas. 3. Interaktivitas, adanya proses komunikasi yang bersifat timbal balik dari pengirim pesan dan penerima pesan. 4. Fleksibel, dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Komunikasi media baru digunakan sebagai payung besar atau konsep dalam penelitian ini karena menaungi berbagai media baru, salah satunya adalah YouTube yang saat ini digunakan sebagai media untuk mengakses berbagai informasi di kalangan Gen Z. 2.2.2.1 YouTube 14 YouTube merupakan sebuah laman yang digunakan dengan internet untuk menjalankan fungsinya. Melalui YouTube, pengguna dapat mengunggah konten yang dapat dilihat serta dinikmati oleh publik. Tak hanya itu, YouTube juga merupakan situs yang berfokus pada konten audio visual dengan tujuan utamanya adalah sebagai media untuk mencari, melihat, dan berbagi video asli ke seluruh dunia melalui jejaring sosial (Perdana, 2018, p. 3). YouTube saat ini juga telah menjadi platform yang efektif untuk melakukan komunikasi politik di era digital untuk mempromosikan citra dan pesan politik melalui sebuah video. Dalam hal ini, YouTube tidak hanya membuka jalan untuk mengunggah konten video, tetapi juga dapat memberikan informasi secara cepat melalui unggahan langsung kepada khalayak luas, sehingga dapat menjadi perhatian para calon politisi ataupun politisi yang ingin menggunakan platform tersebut untuk berkampanye secara digital dan di sisi lain dapat lebih menghemat waktu serta biaya yang dikeluarkan (Wibisono, 2022, p. 74). Menurut Majid (2023) terdapat beberapa cara di mana YouTube di sini dijadikan sebagai alat untuk melakukan komunikasi dalam konteks politik, seperti: 1. Membuat Konten Kampanye Politik Calon politisi, politisi, partai politik dapat menggunakan YouTube sebagai media untuk membuat serta mendistribusikan konten kampanye politik. Video kampanye dapat

dibuat dengan format pidato, wawancara, cuplikan yang memperlihatkan kegiatan kampanye, atau potongan klip singkat yang menyoroti pandangan politik dari calon politisi, politisi, dan partai politik serta pencapaian yang diraih. 2. Debat Politik Beberapa stasiun televisi, kanal, ataupun organisasi dapat menggunakan media Youtube untuk dapat menyelenggarakan debat politik. Debat-debat ini dapat melibatkan ahli, calon politisi, politisi, dan tokoh masyarakat yang nantinya akan membahas isu-isu penting maupun mengadakan perbandingan gagasan antara calon politisi. 3. Video Politik Bertema Edukatif Politisi serta kelompok politik dapat memanfaatkan media Youtube untuk membuat video yang memberikan informasi dan penjelasan mendalam mengenai kebijakan, isu-isu politik yang sedang terjadi, atau penjelasan terkait keputusan dan tindakan politik. Penelitian yang akan dilakukan berjudul “Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 (Analisis Resepsi pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube)”. Penelitian ini menggunakan konsep YouTube karena platform tersebut merupakan salah satu media sosial yang menayangkan talkshow Mata Najwa yang berjudul “Adu Rayu Caleg Artis”. YouTube tidak hanya menjadi sumber hiburan. Akan tetapi, juga sebagai sumber informasi bagi Gen Z untuk mengetahui penjelasan mendalam terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024. Konsep YouTube digunakan dalam penelitian ini juga untuk melihat 15 bagaimana YouTube sebagai media dapat menyampaikan pesan kepada informan dalam penelitian ini.



1.4.5. Komunikasi Politik Komunikasi politik memiliki dua artian, terdapat pengertian sempit, yaitu setiap bentuk penyampaian pesan yang dalam bentuk lambing-lambang, tulisan, kata-kata yang terucap, maupun bentuk isyarat yang dapat mempengaruhi kedudukan dari seseorang yang ada dalam struktur kekuasaan, sedangkan dalam artian luas, komunikasi politik, yaitu setiap jenis dari penyampaian pesan khususnya yang terdapat muatan informasi politik (Pureklolon, 2016, p. 138). Saat ini, komunikasi politik juga sudah megarah ke arah digitalisasi, sebagaimana para calon legislatif (Caleg) dan partai politik memanfaatkan jangkauan luas YouTube

untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama generasi muda. YouTube memungkinkan mereka untuk menyajikan konten yang lebih kreatif, mendalam, dan terjangkau, serta berinteraksi langsung dengan pemilih melalui komentar dan siaran langsung (Wibisono, 2022, p. 75). Menurut McNair dalam Pureklolon (2016, p. 139) komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai sebuah komunikasi tentang politik dan memiliki tujuan tertentu, seperti: 1. Semua bentuk komunikasi yang di dalamnya melibatkan politikus maupun para pelaku politik yang memiliki tujuan tertentu 2. Komunikasi ini ditujukan bagi pelaku politik kepada pihak yang bukan sebagai pelaku politik, seperti para pemilih ketika terjadi pemilu 3. Komunikasi tentang para pelaku politik yang membahas mengenai aktivitas mereka. Umumnya berada pada berita, editorial, serta media diskusi politik lain. Menurut Pureklolon (2016, p. 139) komunikasi politik juga memiliki tiga fungsi dasarnya tersendiri, yaitu: 1. Memberikan informasi untuk masyarakat mengenai apa yang terjadi di sekitarnya. Media komunikasi di sini memiliki peran penting sebagai pengamat atau monitoring 2. Mendidik masyarakat atas fakta yang ada. Jurnalis diharapkan dapat melihat fakta dan berusaha membuat liputan dengan objektif 3. Menyediakan sebagai platform untuk dapat menampung masalah politik sehingga dapat menjadi wacana dalam pembentukan opini publik Berdasarkan definisi-definisi yang ada maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi politik merupakan komunikasi yang melibatkan para pelaku politik ataupun para pihak lain, seperti masyarakat awam, jurnalis, wartawan dalam media massa yang mendiskusikan politik dengan aspek kenegaraan. Komunikasi politik di sini menyalurkan aspirasi yang menjadi input dari sistem politik. Melalui komunikasi politik, masyarakat dapat memberi dukungan, menyampaikan pandangannya, serta mengawasi dari jalannya sistem politik yang sedang berlangsung ataupun yang akan datang (Pureklolon, 2016, p. 212). 16 Konsep dari komunikasi politik digunakan karena pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di sini terdapat beberapa Caleg selebritas yang dapat dikategorikan sebagai para pelaku politik yang beradu gagasan menggunakan

komunikasi politik untuk dapat menyampaikan visi dan misinya dalam Pileg 2024. 1.4.6. Talkshow Talkshow merupakan salah satu dari tayangan program yang umumnya diproduksi oleh media massa televisi. Formatnya menggabungkan kemampuan berbicara dan hiburan. Tak hanya itu, talkshow juga disajikan dengan menampilkan proses dialog antara beberapa orang yang memang memiliki kompetensi dalam suatu pembahasan serta dipandu oleh pembawa acara sekaligus menjadi moderator untuk dapat bertindak dalam melontarkan pertanyaan, pendapat, atau membagikan topik pembicaraan dan nantinya akan mencoba untuk menemukan jawaban dari narasumber sesuai konteks secara akurat, faktual, dan efisien (Selviana, 2014, p. 24).

Menurut Selviana (2014, p. 25) talkshow memiliki karakteristik sesuai dengan jenisnya dan syarat dalam pengemasannya sebagai berikut: 1. The talk program The talk program atau program pernyataan merupakan program di mana seorang presenter di sini akan menyajikan sebuah cerita yang menarik di tengah program feature, umumnya akan menguraikan permasalahan yang nantinya menjadi bahan perbincangan secara umum dan uraian penjelasan tersebut harus dapat membangkitkan semangat penonton. 2. Program vox-pop Program ini identik dengan mengetengahkan pendapat publik mengenai suatu masalah. Pada pelaksanaannya, dilakukan oleh reporter dengan mengajukan sebuah pertanyaan dan kemudian narasumber menyatakan kesiapannya serta memberi tanda tangan kepada kameramen. 3. Program wawancara Pada program ini, narasumber atau tamu sudah ditentukan terlebih dahulu sesuai dengan topik pembahasan, program dikemas secara interaktif dengan menghadirkan penonton ataupun tanpa penonton di dalam studio. 4. Program panel diskusi Program panel diskusi umumnya mengundang tokoh, narasumber, atau ahli yang menguasai bidang mereka masing-masing mengenai permasalahan yang nantinya diangkat, kemudian mereka akan saling berbicara untuk mengemukakan pendapat. Konsep talkshow digunakan pada penelitian ini sebab talkshow sendiri merupakan format yang digunakan dalam menampilkan proses dialog antara para Caleg selebritas yang kemudian dipandu oleh pembawa acara, sehingga menampilkan sebuah tayangan dalam bentuk talkshow di

Youtube Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis yang menjadi fokus penelitian. 17 1.4 

 7. Calon Legislatif Selebritas Calon legislatif (Caleg) merupakan seorang individu yang mencalonkan diri untuk masuk sebagai anggota legislatif, calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Dewan Perwakilan Daerah (DPD) adalah lembaga legislatif yang mewakili kepentingan otonomi daerahnya, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) adalah lembaga negara yang memiliki kekuasaan legislatif, sedangkan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) adalah lembaga perwakilan rakyat daerah yang memiliki kedudukan sebagai penyelenggara pemerintahan daerah di tingkat provinsi atau kabupaten atau kota di Negara Indonesia (Ratnasara, 2019, p. 1). Calon legislatif (Caleg) sendiri juga merujuk pada individu yang mencalonkan diri sebagai untuk menjadi anggota legislatif pada pemilihan umum (Maulana, 2024, p. 340). Caleg di sini dapat berasal dari berbagai macam latar belakang, salah satunya termasuk kalangan selebritas. “Caleg Selebritas” merupakan individu yang tersohor (terkenal, ternama, termasyhur) yang tidak luput dari sorotan media (Badriyah, 2023). Calon legislatif selebritas juga merupakan mereka yang memiliki latar belakang dari berbagai kategori, seperti penyanyi, pemusik, atlet, pesulap, presenter, sutradara, dan hiburan lainnya yang memutuskan untuk dapat terlibat di dalam dunia politik (Badriyah, 2023). Caleg selebritas di sini menciptakan sebuah dinamika unik di dalam politik Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir dan puncaknya di tahun 2024, kehadiran Caleg selebritas dalam politik semakin bertambah. Para Caleg selebritas ini pun disinyalir memiliki tujuan untuk memperjuangkan masyarakat, agenda-agenda partai, dan meningkatkan popularitas dari sebuah partai (Maulana, 2024, p. 340). Adanya keterlibatan Caleg selebritas disinyalir untuk dapat menarik perhatian pemilih muda.  Caleg selebritas tentu memiliki daya tarik tersendiri, terutama di kalangan para generasi muda yang lebih cenderung terkoneksi dengan media sosial. Dengan adanya Caleg selebritas, partai memiliki harapan dapat memperluas jangkauan pesan politik serta

menarik perhatian dari segmen pemilih (Ratnasara, 2019, p. 50). Menurut Ratnasara (2019, p. 15) untuk menjadi calon legislatif telah diatur dalam Pasal 240 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 yang menyatakan bahwa untuk menjadi calon legislatif harus memenuhi prasyarat yang sudah ditetapkan sebagai berikut: 1. 7 31

Telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun ataupun lebih 2. 7 16 24 31 38 67 96 Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa 3. 7

Bertempat tinggal di Negara Kesatuan Republik Indonesia 4. 16 24 31 38

Dapat berbicara, membaca, dan menulis dalam Bahasa Indonesia 5. 16 24 31 63

Berpendidikan paling rendah sudah tamat Sekolah Menengah Atas (SMA),

Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah

Kejuruan, ataupun sekolah lain yang sederajat 6. 16 24 25 38 64 Setia kepada

Pancasila, Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945,

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), dan Bhineka Tunggal Ika. Konsep Caleg

selebritas menjadi penting dalam penelitian ini sebab Caleg selebritas

dijadikan sebagai sebuah objek yang digunakan oleh peneliti dalam melihat

pemaknaan informan terkait kompetensi Caleg selebritas yang maju di Pileg

2024. 1.4.8. Gen Z dalam Politik Generasi Z atau yang umumnya

disingkat menjadi Gen Z merupakan kelompok generasi yang lahir di

sekitar pertengahan tahun 1997 hingga awal 2012. Gen Z dikenal sebagai

generasi yang tumbuh serta berkembang di dalam era digital yang mana

teknologi informasi dan internet di sini memainkan peranan penting untuk

kehidupan sehari-hari mereka (Rakhmah, 2021). Diketahui di tahun 2024 ini

Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah menetapkan jumlah daftar pemilih tetap

(DPT) 46,8 juta orang berasal dari kalangan Gen Z dan menempati

posisi ketiga tertinggi di bawah generasi X dan generasi milenial

(Muhammad, 2023). Keterlibatan yang kuat dari kalangan Gen Z dalam

pemilihan umum (Pemilu) di tahun 2024 menjadi sangat penting, mengingat

generasi ini tumbuh serta berkembang di era digital, memiliki kepekaan

terhadap isu- isu sosial politik, dan memiliki semangat dalam proses

demokrasi (Wardani, 2023, p. 3996). Gen Z juga memiliki karakteristik

yang vokal, proaktif, dan kritis. Vokal menyampaikan pendapatnya karena

Gen Z termasuk digital native sehingga dapat dengan cepat menyebarkan pendapatnya melalui media sosial, proaktif dengan terlibat secara sosial serta mengadvokasi tujuan yang mereka anggap benar, seperti mudah bagi mereka untuk memboikot suatu hal karena bertentangan dengan nilai-nilai, dan kritis terutama dalam konteks informasi karena sudah terbiasa mendapatkan berbagai informasi dari internet yang memicu kemampuan kritis dalam menilai informasi yang diterima (Carnegie, 2022). Tak hanya itu, Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan saat ini, Gen Z menempati posisi terbanyak, yaitu 74,93 juta populasi di Indonesia, di atas generasi milenial yang hanya mencapai 69,38 juta. Diperkiraan sekitar tujuh tahun lagi Gen Z akan memasuki usia produktif, sehingga Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Partai Politik (Parpol) berbondong-bondong membidik Gen Z sebagai penentu pemilu di tahun 2024. Dari sudut pandang masa politik serta kekuasaan, di tahun 2039 generasi milenial akan berakhir masa politik serta kekuasaannya sehingga akan beralih ke Gen Z (Evita, 2023, p. 48). Partisipasi aktif dari Gen Z bukan hanya mencerminkan antusiasme kalangan tersebut, tetapi terhadap tanggung jawab warga negara, membentuk wacana politik, mendorong ke arah perubahan politik positif, dan menegaskan bahwa suara serta aspirasi Gen Z memiliki bobot yang besar dalam membentuk masa depan bangsa (Hardian, 2022). Maka dari itu, peran Gen Z pada pemilihan umum menjadi pilar utama 19 untuk mewujudkan demokrasi yang inklusif serta dinamis untuk menentukan arah dan nilai-nilai yang dianut oleh Negara Indonesia. Di sisi lain, pada tahun 2024 ini terdapat pemilih pemula yang termasuk ke dalam usia Gen Z yang memiliki perananan mencuat di dalam konteks politik Indonesia (Arsika, 2024). Pemilih pemula yang termasuk Gen Z ini memiliki pengaruh besar atas kemenangan atau kekalahan dari calon legislatif yang diusung. Para Parpol dan KPU juga membuat program kampanye serta sosialisasi khusus yang ditujukan untuk mendekati para pemilih pemula dari kalangan Gen Z (Arsika, 2024). **28** Pemilih pemula terdiri dari kaum muda alias Gen Z yang sudah berusia genap 17 tahun hingga 21 tahun. **28**



Rata-rata kelompok ini berada dalam masa studi SMA atau sedang duduk di bangku perkuliahan (Arsika, 2024). Berdasarkan data-data yang dipaparkan maka konsep Generasi Z khususnya pemilih pemula digunakan pada penelitian ini sebagai subjek atau informan yang nantinya akan ditanya mengenai pemaknaannya terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube.

#### 1.5. Kerangka Berpikir Gambar 2.1 Kerangka Berpikir (Dok. Pribadi)

Berangkat dari talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis yang memiliki preferred reading bahwa meskipun banyak dari masyarakat Indonesia yang 20 Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis Kontroversi Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 Bagaimana Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube? Teori Resepsi Stuart Hall Komunikasi Media Baru YouTube Komunikasi Politik Talkshow Analisis Resepsi Posisi Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Calon Legislatif Selebritas Gen Z dalam Politik meremehkan Caleg selebritas, tetapi masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Di sisi lain terdapat fenomena kontroversi kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 yang menjadi fokus utama. Kemudian, dalam menerima sebuah pesan, tentu akan ada perbedaan pemaknaan yang bervariasi yang didasarkan oleh faktor kontekstual. Maka dari itu, terdapat rumusan masalah yaitu “Bagaimana Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube . Peneliti menggunakan teori resepsi Stuart Hall untuk mengetahui tiga posisi pemaknaan, konsep komunikasi media baru yang memiliki turunan ke media Youtube, komunikasi politik, talkshow , calon legislatif selebritas, dan Gen Z dalam politik, sehingga nantinya terdapat diketahui posisi pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube.

Pendekatan Penelitian Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. 3

4 10 11 13 34 47 48 69 Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi serta memahami makna sejumlah individu atau kelompok dari masalah kemanusiaan atau sosial. 3 4 10 13 20 33 Proses pendekatan kualitatif di sini melibatkan cara-cara penting, seperti dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan prosedur, mengumpulkan data-data yang spesifik dari informan, menganalisis data dengan cara induktif mulai dari tema khusus lalu ke umum, serta nantinya akan menafsirkan makna- makna dari data yang telah terkumpul (Khoiron, 2018, p. 2). 3 10

Pendekatan kualitatif pada penelitian berkaitan dengan penilaian yang bersifat subyektif, seperti dilihat dari sikap, perilaku, dan pendapat. Desain penelitian dengan situasi yang seperti ini menghasilkan bentuk yang non-kuantitatif. Umumnya, teknik yang akan digunakan adalah wawancara kelompok fokus, wawancara yang bersifat mendalam, maupun menggunakan teknik proyektif (Khoiron, 2018, p. 4) Terdapat alasan yang melatarbelakangi mengapa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu peneliti ingin menggali pemahaman lebih mendalam, dengan pendekatan kualitatif yang memungkinkan untuk dapat memahami pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg artis dalam konteks Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Dengan melakukan wawancara, peneliti berharap dapat mengeksplorasi berbagai pemaknaan yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. 49 84 Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme meyakini bahwa individu-individu dapat mengembangkan makna secara subjektif berdasarkan pengalaman-pengalaman yang sebelumnya pernah dijalani dan membentuk sebuah makna-makna pada suatu objek tertentu. 68 Dalam konteks konstruktivisme di sini bertujuan untuk berusaha memaknai atau menafsirkan makna-makna yang dimiliki oleh individu lain mengenai suatu hal. (Anwar, 2023). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena seperti yang dibahas sebelumnya bahwa peneliti ingin mendapat serta mengeksplorasi atas pandangan atau pemaknaan-pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi calon

legislatif artis di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg artis di YouTube, sehingga nantinya pada akhir penelitian menghasilkan pemaknaan dari masing-masing individu. 1.7. Metode Penelitian

Kata resepsi berasal dari bahasa latin *recipere*, yang artinya adalah penyambutan atau penerimaan pembaca. Secara luas, resepsi memiliki arti cara-cara 22 pemberian makna, sehingga nantinya dapat diberikan respon (Ghassani, 2019, p. 129). Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi yang menjelaskan mengenai bagaimana penonton atau khalayak dapat menafsirkan tentang apa yang mereka lihat dan rasakan. Analisis resepsi digunakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman serta pembentukan makna penonton yang menerima pesan dari media. Pada analisis resepsi akan terbentuk pemaknaan penonton melalui proses *encoding - decoding* (Prakoso, 2022, p. 6). Terdapat tiga klasifikasi posisi pemaknaan penonton saat memberikan makna atas sebuah pesan yang dikembangkan Stuart Hall, yaitu posisi dominan di mana penonton sepenuhnya menerima dan memahami atas pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan, posisi negosiasi sebagaimana penonton sudah memiliki kecenderungan untuk mendapatkan pemaknaan yang sama, tetapi ada pertimbangan lainnya, dan posisi oposisi di mana khalayak tidak setuju dengan pesan yang disampaikan serta memiliki pemaknaan yang berlawanan (Prakoso, 2022, p. 6). Melihat adanya tiga posisi pemaknaan tersebut maka jika dilihat dari penelitian ini posisi dominan akan terjadi apabila Gen Z khususnya pemilih pemula sebagai informan setuju, meskipun banyak dari masyarakat Indonesia yang meremehkan Caleg artis, tetapi masih ada harapan terhadap Caleg artis untuk dapat membawa perubahan yang positif. Posisi negosiasi akan terjadi apabila Gen Z khususnya pemilih pemula sebagai informan tidak sepenuhnya setuju dengan *preferred reading* karena ada aspek- aspek pertimbangan lainnya, sedangkan posisi oposisi akan terjadi apabila Gen Z khususnya pemilih pemula sebagai informan tidak setuju dengan *preferred reading* dan beranggapan bahwa tidak ada harapan terhadap Caleg artis untuk dapat membawa perubahan ke

arah yang positif. 1.8. Informan Penelitian Informan penelitian adalah individu yang diyakini mempunyai pengetahuan luas mengenai permasalahan yang nantinya akan diteliti oleh peneliti. Umumnya setelah menetapkan lokasi dari penelitian, maka berikutnya akan dipilih informan sebagai subjek penelitian. Dalam menetapkan sebuah informan dapat menggunakan sebuah metode yang disebut purposive sampling yang mana peneliti di sini menetapkan informan berlandaskan anggapan bahwa informan tersebut dapat memberikan informasi yang peneliti inginkan sesuai dengan masalah yang diteliti.

30 Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa informan yang dipilih merupakan informan kunci yang baik atas pengetahuan dan keterlibatan mereka dengan permasalahan yang diteliti (Rukin, 2019, p. 53) Penelitian ini nantinya akan menggunakan teknik purposive sampling ketika menentukan informan. 4 8




18 19 20 26 30 37 39 40 43 47 51 53 55 78 Purposive sampling merupakan teknik pengambilan data menggunakan sumber yang memiliki alasan serta pertimbangan tertentu.

Maksud dari adanya pertimbangan tersebut adalah informan di sini harus memahami, mengetahui, maupun menguasai objek yang akan diteliti agar dapat masuk ke dalam kriteria penelitian, sehingga nantinya dapat memudahkan peneliti dalam menelusuri realitas 23 atau objek sosial yang diteliti. Oleh karena itu, kriteria-kriteria informan yang diterapkan pada penelitian ini tentu sesuai tujuan maupun permasalahan penelitian, sehingga nantinya dapat memperoleh jawaban yang mampu mendeskripsikan serta menjelaskan tema utama pada beberapa variasi jawaban (Aryanto, 2018, p. 32). Pada penelitian ini, peneliti memiliki kriteria informan yang dianggap cocok, mengetahui, dan menguasai mengenai objek penelitian, seperti: 1. Informan berasal dari kalangan Gen Z (1997 - 2012) dengan batasan umur informan yang digunakan usia 17 - 21 (kelahiran 2003 - 2007) yang di tahun 2024 menjadi bagian dari pemilih pemula. Hal ini digunakan sebab pemilih pemula di tahun 2024 baru pertama kali mengikuti Pemilu, sehingga dapat mengurangi potensi bias akibat pengalaman sebelumnya dengan Caleg tertentu. Perspektif dan penilaian mereka terhadap Caleg selebritas juga akan lebih netral karena belum

memiliki kekecewaan yang muncul dari pengalaman sebelumnya. 2. Informan sudah atau pernah mengikuti Pemilu satu kali 3. Informan memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam partai yang berfokus pada pembahasan isu-isu politik 4. Informan telah menonton minimal satu kali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di Youtube dari awal hingga akhir.

1.9. Teknik Pengumpulan Data Dalam pengumpulan data terdapat beberapa teknik yang meliputi upaya untuk membatasi penelitian, sama halnya dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara, baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dalam bentuk dokumen, visual, atau merekam informasi. 40 Teknik pengumpulan data digunakan sebagai alat bantu yang dipilih serta digunakan oleh peneliti ketika proses kegiatan mengumpulkan data agar menjadi sistematis dan dipermudah perolehannya (Firdaus, 2015, p. 12). 1 23 41 42 48 50 53 57 70 80 Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah menggunakan dua jenis data kualitatif, yaitu primer dan sekunder. Kedua jenis data tersebut, meliputi kata-kata, pernyataan, kalimat, dan gambar yang nantinya akan dikumpulkan oleh peneliti saat melakukan penelitian di lapangan maupun melalui kajian literatur.

79 Berikut merupakan rincian dari jenis-jenis data primer dan sekunder dalam teknik pengumpulan data, yaitu: 1. 51 57 77 Data Primer Data primer dikatakan sebagai sumber data utama dalam penelitian kualitatif yang mana data dapat dilihat dari kata-kata serta tindakan. Kata-kata serta perbuatan yang ada adalah sumber data yang nantinya diperoleh di lapangan melalui cara observasi ataupun wawancara mendalam (Moleong, 2015). 43 Pada penelitian ini nantinya akan dilakukan wawancara mendalam yang mana hasil bertanya dan jawaban akan dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui telepon untuk mendapatkan informasi untuk penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam bersama informan yang 24 memiliki kriteria sesuai dengan penelitian, seperti informan berasal dari kalangan Gen Z khususnya pemilih pemula, sudah atau pernah mengikuti Pemilu satu kali, memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam partai yang berfokus pada pembahasan isu-isu

politik, serta telah menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir. 2. Data Sekunder Data sekunder adalah jenis data yang akan peneliti gunakan selanjutnya. Data sekunder sendiri mengacu kepada data-data yang didapatkan dan digali melalui hasil studi lapangan melalui pengolahan data oleh pihak kedua. Sumber data sekunder di sini berupa artikel, kajian literatur, ataupun informasi dari luar atau dalam organisasi (Moleong, 2015). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan adalah data yang didapatkan melalui artikel serta kajian literatur yang berkaitan dengan pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di Youtube. 1.10. Metode Pengujian Data Pada penelitian kualitatif, metode pengujian data merupakan sebuah langkah di mana terdapat proses yang dijalani untuk mendapatkan data yang memiliki kredibilitas. Hal tersebut dikarenakan keabsahan data khususnya dalam penelitian kualitatif memerlukan sebuah pembuktian yang lebih besar agar hasil dari penelitian yang dilakukan tidak diragukan lagi kebenarannya. Di saat penelitian kualitatif dilakukan dan tidak ada keabsahan data maka akan sulit bagi seorang peneliti untuk dapat mempertanggung jawabkan hasil dari apa yang sudah diteliti. Tujuan dari adanya keabsahan data adalah untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar bersifat ilmiah (Mekarisce, 2020, p. 147). Menurut Mekarisce (2020, p. 150) terdapat empat cara untuk menilai tingkat dari keabsahan data yang dilakukan pada penelitian kualitatif, yaitu: 1.  Kredibilitas (credibility) Kredibilitas atau kepercayaan disebut sebagai validitas internal. Pada penelitian kualitatif, data dinyatakan kredibel jika adanya persamaan antara apa yang disampaikan peneliti dengan apa terjadi di lapangan.  Uji kredibilitas dapat dikatakan sebagai proses uji keabsahan pada data hasil dari penelitian yang diperoleh dan disajikan oleh peneliti, sehingga hasil dari data penelitian yang menjadi sebuah karya ilmiah tidak diragukan kembali.  2. Transferabilitas (transferability) Transferabilitas atau keteralihan merupakan sebuah

validitas eksternal yang digunakan di dalam penelitian dengan jenis kualitatif. 9 15 17

29 65 Pada hal ini, sebuah validitas eksternal dapat memperlihatkan derajat yang tepat, sehingga nantinya dapat digunakan untuk hasil penelitian ke dalam populasi di mana sampel tersebut diambil. 2 9 15 Pada penelitian kualitatif, nilai dari transferabilitas 25 terkandung dari pembaca, sampai sejauh mana hasil dari penelitian dapat diterapkan di situasi sosial atau konteks lainnya.

18 61 3. Dependabilitas ( dependability ) Dependabilitas atau konsistensi adalah sebuah uji yang dilakukan menggunakan cara audit mengenai keseluruhan proses penelitian dari awal hingga akhir. Dependabilitas diartikan sebagai sebuah uji penelitian yang jika penelitian dilakukan dengan pihak lain melalui sebuah proses atau tahapan yang sama maka akan mendapatkan hasil yang serupa juga. 2

4. Konfirmabilitas ( confirmability ) Konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai sebuah konsep transparansi atau intersubjektivitas yang mana bentuk kesediaan dari peneliti dalam mengungkapkan data kepada publik dari proses dan elemen- elemen di dalam penelitiannya, kemudian memberikan kesempatan bagi pihak lain untuk melakukan penilaian atau assessment temuan tersebut. Konfirmabilitas atau kepastian juga merupakan sebuah teknik dari keabsahan data yang dilakukan dengan cara pengujian hasil dari penelitian dihubungkan atau dikaitkan dengan proses yang sebelumnya dijalankan. 9 17 22 23 27 36 55 74

Jika hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian, maka penelitian yang dilakukan sudah memenuhi standar dari konfirmabilitas. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik keabsahan data, uji konfirmabiliti ( confirmability ) yang bertujuan untuk melihat serta menguji sebab akibat dari penelitian yang dilakukan dan menerima persetujuan dari pihak lain, Peneliti nantinya akan melihat apakah hasil uji konfirmabilitas ini dapat sejalan atau sinkron dengan penelitian yang dilakukan. Setelah proses pengumpulan data telah dilakukan maka peneliti akan mengecek atau mengkonfirmasi kepada informan terkait apakah data-data yang ada sudah benar serta sesuai dengan yang mereka sudah jawab, serta mengkonfirmasi kembali apakah ada tambahan atau pengurangan dari data yang sudah

dikumpulkan oleh peneliti. 1.11. Metode Analisis Data Analisis data adalah sebuah kegiatan yang dilakukan menggunakan cara pencarian serta penyusunan data dengan sistematis. Data di sini didapatkan melalui hasil wawancara, observasi lapangan, dan lain sebagainya, sehingga nantinya data dapat dipahami dan hasilnya juga dapat dibagikan kepada orang lain. Maka dari itu, analisis data dapat diartikan sebagai tahapan penelitian untuk mencari dan menyusun data secara sistematis, kemudian membagikannya ke dalam kategori, lalu dibuat sebuah kesimpulan dari data tersebut (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) data- data kualitatif yang diperoleh dapat diolah dengan menggunakan model interaktif yang terdiri dari empat jenis kegiatan atau tahapan, yaitu: 1. Pengumpulan data Proses pengumpulan data di sini dilakukan dengan cara adanya pencatatan data secara menyeluruh, objektif, serta apa adanya. Pencatatan data ini 26 diperlukan ketika peneliti turun ke lapangan. Saat proses wawancara berlangsung, peneliti akan melakukan analisis data yang sebelumnya sudah dilakukan, wawancara di sini juga terus dilakukan sampai data yang dikumpulkan dirasa sudah cukup dan bersifat kredibel. 11 19 21 32 2. Reduksi Reduksi adalah tahapan di mana peneliti melakukan kegiatan merangkum dari data yang telah diperoleh sebelumnya, kemudian memilih serta menetapkan data pokok, tema, dan pola. 11 21 Melalui tahapan reduksi ini, data yang dirangkum akan menghasilkan gambaran yang jelas, sehingga mempermudah peneliti. 1 8 11 12 17 18 19 21 22 26 29 32 34 37 41 44 49 58 3. Penyajian data Data display atau penyajian data adalah tahapan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menyajikan data dalam berbagai bentuk, seperti uraian singkat, narasi, bagan, dan hubungan antar kategori. Di tahap penyajian data ini peneliti akan melakukan pengembangan deskripsi atas informasi yang disusun agar dapat menarik sebuah kesimpulan yang jelas. 1 8 12 82 4. Penarikan kesimpulan Penarikan kesimpulan merupakan tahapan terakhir yang dilakukan oleh peneliti. 1 8 12 22 27 50 Penarikan kesimpulan yang dibuat memiliki sifat sementara, sehingga masih dapat berubah ketika tidak ditemukan bukti kuat yang dapat mendukung penelitian. 1 3 4 8 12 26 44 Akan tetapi, jika di tahap awal sudah terdapat bukti



yang mendukung valid, maka kesimpulan sudah kredibel. Penelitian kualitatif yang memiliki hubungan dengan usaha dari peneliti agar dapat mengenal subjek penelitian di setiap fenomena serta situasi alam yang diteliti, umumnya data yang didapatkan dalam penelitian berbentuk kata, teks, skema, ungkapan, gambar, menafsirkan simbol, menafsirkan tindakan, serta menafsirkan kejadian kehidupan, sehingga menjadikan analisis data sebagai upaya dari peneliti untuk mencari sebuah pola-pola dari data yang sudah dikumpulkan, kemudian pola tersebut diidentifikasi agar nantinya dapat diinterpretasikan menjadi sebuah makna (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, dengan judul “Pemaknaan Gen Z Terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 (Analisis Resepsi pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube , tentunya peneliti akan menggunakan pergerakan dari deskripsi yang berdasar realitas sosial, yaitu kompetensi Caleg selebritas menuju pada interpretasi umum dari makna.

81 Pengkodean atau tahap penyusunan koding data yang nantinya akan dilakukan, yaitu open coding , axial coding , dan selective coding . 50 70 97 Adapun penjelasannya sebagai berikut: 1. Open Coding Open coding adalah langkah awal yang dilakukan oleh peneliti setelah berhasil mengumpulkan data-data. Dalam tahap ini, dibuat laporan lengkap tentang sebuah data penelitian yang telah didapat dengan mengantarkannya ke beberapa tema pada penelitian. Data penelitian di sini berupa transkrip 27 wawancara bersama narasumber, kemudian peneliti akan melakukan observasi dan memberikan kode yang sesuai dengan poin yang ingin dijabarkan (Djiwandono, 2015, p. 110). 2. Axial Coding Axial coding adalah langkah kedua setelah proses pengkodean. Peneliti di sini memeriksa serta mengatur kode tema sesuai kategori, menghubungkan konsep-konsep, serta mendeteksi kategori kunci. Tahapan ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi serta mengatur Kumpulan konsep yang berfokus pada data melalui open coding dengan cara bertanya tentang interaksi, kondisi, proses dalam membentuk rumusan teoritis, walaupun akan ada ide yang muncul di tahap ini (Djiwandono, 2015, p. 110). 3. Selective Coding Selective coding adalah langkah ketiga di mana dilakukan setelah mendapat konsep atau tema utama.

Selanjutnya, peneliti akan meninjau semua data serta kode-kode terbaru. Dalam tahap ini, peneliti harus selektif dalam melihat masalah atau perkara yang menggambarkan subjek berbeda, melakukan perbandingan data yang berbeda setelah semua data dikumpulkan. Selective coding dimulai setelah peneliti mengembangkan konsep serta mengorganisir, generalisasi, atau analisis holistic dari sebuah ide inti. Pada akhirnya, berbagai konsep atau tema inti akan memandu sebuah penelitian selama proses pengkodean (Djiwandono, 2015, p. 110). Tiga tahapan coding tersebut dilakukan setelah kegiatan wawancara bersama informan. Pada intinya, pada open coding, peneliti akan mengkategorikan hasil wawancara dengan informan sesuai dengan teori dan konsep yang digunakan. Kedua, axial coding, peneliti akan melakukan interpretasi dari hasil open coding dari seluruh informan dan mengkategorisasikan. Ketiga, selective coding, peneliti membuat narasi dari kategorisasi sebelumnya. Kegunaan tiga proses di atas adalah dapat mempermudah pembaca dalam memahami hasil analisis di pembahasannya.

1.12. Keterbatasan Penelitian Terdapat keterbatasan pada penelitian ini, yaitu penelitian ini hanya menggunakan informan berasal dari kalangan Gen Z khususnya pemilih pemula dengan batas usia 17 - 21 tahun (di tahun 2024), memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam partai politik yang artinya tidak berlaku untuk Gen Z secara umum.

42 59 28 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Pada bab IV ini, peneliti akan menyajikan hasil dan pembahasan penelitian yang mengkaji fenomena kompetensi Caleg selebritas melalui penelitian yang berjudul

5 “Pemaknaan Gen Z terhadap Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube

42 59 . Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan informan yang berasal dari kalangan Gen Z khususnya pemilih pemula dengan rentang usia 17 – 21 tahun dengan tiga kemungkinan posisi pemaknaan yang dapat diidentifikasi, seperti hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Artinya ketiga posisi tersebut merujuk pada cara bagaimana berbagai informan dalam menafsirkan atau memaknai pesan yang ingin disampaikan dalam

talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis terkait kompetensi Caleg selebritas. Peneliti menganalisis bagaimana dari ketiga posisi pemaknaan ini dapat tercermin dalam wawancara mendalam. Pada bab ini juga berisi deskripsi serta analisis mengenai jawaban-jawaban atas pertanyaan wawancara dari empat informan yang memiliki latar belakang yang berbeda, meliputi usia, pendidikan yang sedang dijalani saat ini, dan pandangan mereka terkait kompetensi Caleg selebritas sebagai seorang Gen Z khususnya pemilih pemula. Pemaknaan yang disajikan pada penelitian di sini tidak mencakup seluruh aspek pengalaman informan, melainkan dipilih melalui relevansi tertinggi serta rumusan masalah yang diajukan pada penelitian. Lebih lanjut, seluruh hasil pemilihan pemaknaan informan di dalam penelitian ini adalah hasil interpretasi yang bersifat subyektif dan memungkinkan adanya fokus dan aspek yang tidak sama.

#### 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Pada sub-bab ini akan dijelaskan latar belakang informan yang terlibat dalam penelitian ini. **35** Informan di sini dipilih berdasarkan dengan kriteria yang sebelumnya sudah ditentukan dan dengan jenis kelamin dan tingkat pendidikan saat ini yang berbeda. Hal ini bertujuan agar dapat memberi pandangan yang beragam serta komprehensif terkait dengan kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024. Adapun informan yang digunakan di dalam penelitian ini berjumlah empat orang yang berasal dari kalangan Gen Z khususnya pemilih pemula dengan rentang usia 17 – 21 tahun, pernah mengikuti Pemilu satu kali, memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam partai, serta minimal satu kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir. Berikut deskripsi latar belakang dari setiap informan:

1. Informan 1 Informan pertama dalam penelitian ini bernama Andi Nurhakim kelahiran tahun 2003 yang saat ini berusia 21 (dua puluh satu) tahun. Andi saat ini berstatus sebagai mahasiswa semester 8 (delapan), jurusan Manajemen di Universitas Gunadarma. Andi sudah pernah mengikuti Pemilu sebanyak 1 (satu) kali dan memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam

Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dengan ketertarikannya pada politik membuat Andi menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir sebanyak 2 (dua) kali.

2. Informan 2 Informan kedua dalam penelitian ini bernama Farid Attar Ridwan kelahiran tahun 2004 yang saat ini berusia 20 (dua puluh) tahun. Attar saat ini berstatus sebagai mahasiswa semester 4 (empat), jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Attar sudah pernah mengikuti Pemilu sebanyak 1 (satu) kali dan memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam Partai Solidaritas Indonesia (PSI), dengan ketertarikannya pada politik membuat Attar menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir sebanyak 2 (dua) kali.

3. Informan 3 Informan ketiga dalam penelitian ini bernama Winda Sintia kelahiran tahun 2005 yang saat ini berusia 19 (sembilan belas) tahun. Winda saat ini berstatus sebagai mahasiswi semester 2 (dua), jurusan Manajemen di Universitas Pamulang. Winda sudah pernah mengikuti Pemilu sebanyak 1 (satu) kali dan memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), dengan ketertarikannya pada politik membuat Winda menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir sebanyak 2 (dua) kali.

4. Informan 4 Informan keempat dalam penelitian ini bernama Syifa Aulia kelahiran tahun 2006 yang saat ini berusia 18 (delapan belas) tahun. Syifa saat ini berstatus sebagai pelajar kelas 12 di SMAN 28 Kab. Tangerang. Winda sudah pernah mengikuti Pemilu sebanyak 1 (satu) kali dan memiliki ketertarikan dengan politik yang dibuktikan dengan tergabung dalam Partai Persatuan Indonesia (Perindo), dengan ketertarikannya pada politik membuat Syifa menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir sebanyak 2 (dua) kali.

Tabel 4.1  
Deskripsi Umum Informan  
Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I-2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Usia 21 Tahun 20 Tahun

REPORT #22128165

19 Tahun 18 Tahun Jenis Kelamin Laki-Laki Laki-Laki Perempuan Perempuan  
Tingkat Pendidikan Saat Ini Mahasiswa Semester 8 Mahasiswa Semester 4  
Mahasiswi Semester 2 Pelajar Kelas 12 SMA Keikutsertaan Pemilu 1  
kali 1 kali 1 kali 1 kali 30 Tergabung dalam Partai PSI PSI PDIP  
Perindo Jumlah Menonton Talkshow 2 kali 2 kali 2 kali 2 kali  
Sumber: Olahan Peneliti 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian 4.2.1  
Identifikasi Kebiasaan dalam Mengonsumsi YouTube Sebelum masuk ke  
pemaknaan kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata  
Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, peneliti melakukan  
kajian terlebih dahulu mengenai konsep komunikasi media baru yang di  
dalamnya terdapat media YouTube yang menghasilkan pertanyaan terkait  
kebiasaan dalam mengonsumsi YouTube, seperti intensitas menonton YouTube  
serta intensitas dalam memberi like, dislike, dan komentar (interaksi  
online). Keempat informan menjelaskan terkait intensitas atau kebiasaan  
konsumsi mereka dalam menonton YouTube. Berdasarkan hasil wawancara,  
keempat informan memiliki jawaban yang sama terkait intensitas atau  
kebiasaan konsumsi mereka dalam menonton YouTube, yaitu dalam seminggu  
tidak terhitung banyaknya. Berikut penjelasan informan 1: “Banyak, gak kehitung,  
sering pokoknya sering, emang tiap hari buka YouTube, pokoknya tiap  
hari buka laptop, YouTube langsung dibuka juga, lagu YouTube, semua di  
YouTube, jadi gak keitung.” (Informan 1, wawancara mendalam An  
di Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan  
1 di atas, intensitas atau kebiasaan konsumsi YouTube dalam seminggu  
tidak dapat terhitung jumlah banyaknya. Hal ini disebabkan karena  
informan 1 setiap harinya selalu membuka laptopnya dan menonton YouTube.  
Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa informan 1 merupakan pengguna  
aktif media YouTube. Sama halnya dengan informan 2,3, dan 4. Berikut  
penjelasan informan 2: “Lumayan banyak ya dalam seminggu nonton YouTube  
karena kayak misal makan aja harus sambil nonton YouTube kan”  
(Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024).  
Berdasarkan penjelasan informan 2, tidak berbeda jauh dengan jawaban

informan 1, sebab untuk melakukan aktivitas seperti makan harus ditemani dengan menonton YouTube. Maka dari itu, sama halnya seperti informan 1 yang juga pengguna aktif dari media YouTube. Tidak hanya penjelasan dari informan 1 dan 2, berikut terdapat penjelasan dari informan 3: “Sering sih kak, jadi kayak gak kehitung deh kayaknya”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024).<sup>31</sup> Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, informan 3 menjelaskan bahwa sering sekali menonton YouTube, sehingga tidak dapat terhitung jumlahnya, maka dapat disimpulkan ia sering menggunakan media YouTube dan tergolong dalam pengguna aktif YouTube, sama halnya dengan informan 1 dan 2. Selain itu, terdapat penjelasan informan 4 sebagai berikut: “Kalau nonton YouTube sih sering ya gak bisa kehitung untuk berapa kalinya, karena di sela waktu aku selalu nonton YouTube kak”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4, sama halnya dengan jawaban informan 1,2, dan 3, yaitu intensitas atau kebiasaan konsumsi YouTube dalam seminggu tidak dapat terhitung karena di sela-sela waktu informan selalu menyempatkan dirinya untuk menonton YouTube. Maka dari itu, keempat informan dapat dikatakan sebagai pengguna aktif media YouTube. Keempat informan menjelaskan terkait intensitas dalam memberi like, dislike, dan berdiskusi pada kolom komentar video-video yang diunggah oleh Caleg selebritas di YouTube. Informan 1 menjelaskan bahwa tidak pernah memberikan like, dislike, dan komentar pada konten video Caleg selebritas. Berikut penjelasan dari informan 1: “Buat komen di YouTube enggak sih, paling like dislike pernah, tapi jarang juga sih. Konten politik juga cuma nonton aja gak like, dislike, atau komen. Lebih sering komen di media sosial lain, kayak TikTok, Instagram, itu juga komen di konten-konten tentang game gitu aja”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 di atas, intensitas dalam memberikan like dan dislike jarang dilakukan, tetapi informan pernah melakukan hal tersebut di konten lain, tidak pada konten jenis

politik. Jika pada konten berjenis politik, seperti video- video yang diunggah oleh Caleg selebritas di YouTube sama sekali tidak memberikan like, dislike , dan komentar apapun. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa informan 1 tidak aktif dalam interaksi online pada konten atau video-video yang diunggah oleh Caleg selebritas, berbeda dengan informan 2, 3, dan 4 yang cukup aktif memberi like . Berikut penjelasan dari informan 2: “Iya-iya sekarang banyak Caleg selebritas yang ngonten ya, hm paling nonton terus like aja sih kalo kontennya bagus, kalo dislike hampir gak pernah ya soalnya gak ngaruh juga sama algoritma YouTubanya. Kalo like kan cukup berpengaruh buat nanti algoritma YouTubanya. Kalo komentar sih jarang, soalnya introvert jadi males aja komen-komen gitu, gak suka keributan”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Dari pernyataan di atas, informan 2 hanya sekedar memberi like dan tidak pernah memberikan dislike. Komentar-komentar di video Caleg selebritas pun jarang dilakukan. Hal ini disebabkan karena informan merasa tidak mempengaruhi algoritma dari YouTubanya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa informan 2 cukup aktif 32 dalam interaksi online dalam konteks memberikan like , sama halnya dengan informan 3 dan 4 yang suka memberikan like . Berikut penjelasan informan 3: “Kalo misalnya like mungkin sering ya, cuman kalo misalnya dislike sama interaksi di komentar sih jarang-jarang ya. Kemarin kan lagi Pemilu gitu juga ya, jadi beberapa minggu sebelumnya lagi sering banget nonton konten-konten politik ya kasih like aja” . (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3, dirinya suka memberikan like , jarang memberi dislike dan komentar. Hal ini mirip dengan informan kedua yang suka memberikan like , tetapi berbeda pada kategori dislike . Informan 2 tidak pernah memberi dislike , tetapi informan 3 jarang memberi dislike , maka jika ‘ jarang ’ artinya informan pernah melakukan hal tersebut, tetapi dengan intensitas yang sedikit dibandingkan dengan informan 2 yang ‘ hampir gak pernah ’ . Hal ini menjadikan adan

ya kesamaan antara informan 2 dan 4, berikut penjelasan informan 4:

“Kalau untuk like sih aku sering ya kalau menurut aku isi dari konten tersebut bagus aku suka like kontennya, tapi untuk dislike aku gak pernah. Untuk komentar sih aku jarang karena gak suka aja komentar-komentar begitu”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Menurut penjelasan informan 4 dalam berinteraksi online pada video Caleg selebritas, yaitu hanya pernah memberikan like, tidak pernah memberikan dislike, dan jarang untuk berkomentar. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa interaksi online hanya dilakukan dengan memberikan like, sama halnya dengan informan 2. Tabel 4.2 Ringkasan Kebiasaan Informan dalam Mengonsumsi YouTube Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I-2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Dalam seminggu berapa kali menonton YouTube Banyak, tidak terhitung karena setiap hari menonton YouTube. Banyak, sebab setiap kali makan harus dengan menonton YouTube. Sering sekali, tidak terhitung jumlahnya. Sering, tidak dapat terhitung karena di sela waktu selalu menonton YouTube Seberapa sering terlibat interaksi online, seperti memberi like, dislike, dan komentar di video Caleg selebritas Tidak pernah melakukan like, dislike, ataupun komentar di konten politik. Like saja, jika kontennya dianggap bagus. Tidak pernah memberi dislike dan jarang memberi komentar, sebab dirasa tidak mempengaruhi algoritmanya. Sering memberi like, tetapi jarang memberi dislike dan berkomentar Sering memberi like, jika konten dianggap bagus. Tidak pernah memberi dislike dan jarang memberi komentar. Sumber: Olahan Peneliti 33 Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh keempat informan maka diketahui bahwa keempat informan sangat aktif dalam menonton YouTube. 6 Aktivitas seperti menonton YouTube telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. Gen Z khususnya pemilih pemula yang termasuk ke dalam informan-informan tersebut setiap harinya membuka YouTube, mendengarkan lagu, bahkan untuk makan perlu ditemani YouTube. Maka dari itu, YouTube dapat dikatakan berhasil menjadi media yang sering ditonton oleh



kalangan Gen Z. YouTube saat ini juga telah menjadi platform yang efektif untuk melakukan komunikasi politik di era digital untuk mempromosikan citra dan pesan politik melalui sebuah video, sehingga dapat menjadi perhatian para calon politisi ataupun politisi yang ingin menggunakan platform tersebut untuk berkampanye secara digital, sebab dapat lebih menghemat waktu serta biaya yang dikeluarkan (Wibisono, 2022, p. 74). Seperti halnya informan 2 dalam wawancaranya menyatakan “iya-iy a sekarang banyak Caleg selebritas yang ngonten”, yang mengindikasikan bahwa konten-konten kampanye yang dibuat oleh para Caleg selebritas ini berhasil menembus halaman YouTube mereka. Kemudian, dari keempat informan, informan 1 diketahui tidak aktif dalam interaksi online dan hanya menonton atau mengamati konten dari Caleg-Caleg selebritas saja. Sebaliknya, informan 2, 3, dan 4 aktif dalam interaksi online dengan memberikan like pada konten Caleg selebritas yang mereka tonton, jika mereka menganggap konten tersebut bagus, informatif, dan sesuai selera mereka. Fenomena ini menunjukkan bahwa YouTube saat ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media informasi untuk menyampaikan pesan politik. Konten kampanye yang diunggah ke YouTube memiliki potensi untuk menjangkau atau mempengaruhi audiens muda, khususnya kalangan Gen Z yang tidak dapat lepas dari YouTube dalam kehidupan sehari-hari.

#### 4.2.2 Identifikasi Kebiasaan dalam Mengkonsumsi Talkshow

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan konsep talkshow yang merupakan format acara dalam menampilkan proses dialog antara para Caleg selebritas yang menjadi fokus penelitian. Maka dari itu, peneliti memberikan pertanyaan terkait intensitas menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, kapan terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis, serta recalling memory dengan meminta informan untuk menceritakan kembali talkshow tersebut. Keempat informan menjelaskan terkait intensitas menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dengan jawaban yang semuanya sama, tidak ada keberagaman. Keempat informan juga telah

menonton dari awal hingga akhir talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Informan 1, 2, 3, dan 4 sama-sama menonton talkshow tersebut sebanyak 2 kali. Berikut penjelasan informan 1: 34 “Buat nonton talkshow ini dua kali ya, yang pertama itu pas baru banget rilis, sama semalem karena untuk acara wawancara ini”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan 1 di atas, sudah 2 kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, yaitu pada saat perilisan dan semalam sebelum dilaksanakannya wawancara. **7** Sama halnya dengan informan 2. Berikut penjelasan dari informan 2: “Hmm udah nonton 2 kali sih sebenarnya. Hmm sebelum dikabarin diminta wawancara itu sebenarnya udah nonton, nah kemarin setelah diminta tolong wawancara nonton lagi biar lebih fresh aja ingetannya”. (Informan 2, wawancara mendalam Fari d Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan 2 di atas, sudah 2 kali menonton. Sebelumnya informan 2 sudah pernah menonton talkshow tersebut. Kedua kalinya menonton talkshow sebelum dilakukannya wawancara. **9** Hal tersebut dilakukan agar informan 2 dapat lebih mengingat isi dari talkshow tersebut. Sama seperti yang dilakukan oleh informan 3 dan 4. Berikut penjelasan dari informan 3: “Aku nonton 2 kali kak, waktu yang mau ke pemilu itu yang panas-panasnya Pileg sama baru kemarin sih ini sehari sebelum wawancara”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan 3 di atas, sudah 2 kali pula informan 3 menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dan kedua kalinya menonton talkshow tersebut dilakukan sehari sebelum wawancara. Hal ini juga dilakukan oleh informan 4. Berikut penjelasan dari informan 4: “Untuk nonton videonya sih aku udah 2 kali, dari awal kontennya baru di upload terus kemarin diminta untuk wawancara yaudah aku nonton lagi biar aku ga lupa isi-isinya”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan kutipan wawancara dengan informan 4 di atas, sama halnya

dengan informan 1, 2, dan 3, yaitu intensitas dalam menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube sebanyak 2 kali pada saat awal konten tersebut diunggah dan sehari sebelum wawancara. Hal ini dilakukan oleh informan 4 agar dirinya dapat mengingat isi-isi dari talkshow tersebut. Keempat informan menjelaskan terkait kapan terakhir kali informan menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Keempat informan diketahui terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube pada H-1 wawancara atau sehari sebelum dilakukan wawancara bersama dengan peneliti. Berikut penjelasan dari informan 1: “Iyaa semalem, sekitar jam 8an, lagi waktu kosong juga, jadinya gapapa, santai aja”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024).<sup>35</sup> Berdasarkan penjelasan informan 1 terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube pada sehari sebelum wawancara tepatnya malam hari di jam 8 malam. Sedikit mirip dengan penjelasan informan 2, yaitu sebagai berikut: “Iyaa terakhir kali nonton kemarin sore-sore”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 2 sama halnya dengan informan 1 yang terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube sehari sebelum wawancara bersama dengan peneliti, tetapi terdapat perbedaan waktu dengan informan 1, yaitu informan 2 menontonnya di waktu sore hari, sedangkan informan 1 di jam 8 malam. Sama halnya dengan penjelasan informan 1 dan 2, berikut penjelasan dari informan 3: “Terakhir kali nonton itu kemarin”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 memiliki kesamaan juga dengan informan 1 dan 2 yang mana terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube sehari sebelum wawancara dilaksanakan. Tidak hanya penjelasan dari informan 1, 2, dan 3, berikut penjelasan informan 4: “Iyaa kak kemarin aku nonton lagi”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Dari penjelasan informan 4 yang menyatakan bahwa

terakhir kali menonton kemarin. Maka dari itu, dapat disimpulkan keempat informan tersebut memiliki kesamaan terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, yaitu sehari sebelum dilaksanakan wawancara bersama dengan peneliti. Keempat informan menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Keempat informan tersebut menjawab dengan jawaban yang beragam sesuai dengan ingatan mereka masing-masing. Berikut penjelasan informan 1: “Hmm, kurang lebih dari video itu tuh ada empat Caleg yang dateng buat ngejelasin dia tuh siapa sebenarnya, dikasih waktu sama Mbak Nana beberapa menit buat ngasih tau diri dia siapa, visi misinya apa, mereka dari dapil mana. Empat Caleg itu tuh ada Teh Melly, Uya kuya, Nafa Urbach, sama siapa tu duh lupa lagi, oh ini si Deny Cagur. Nah mereka berempat ceritain juga kegelisahan mereka selama mau nyaleg tuh apa suka dukanya. Terobosan-terobosan apa yang mereka punya, misal nih yang gua inget tuh Uya Kuya pengen lebih fokus buat ngurusin tenaga kerja yang orang-orang Indonesia di luar negeri. Pokoknya masing-masing Caleg ini kayak ngasih tau mereka akan fokus di bagian apa kalo mereka terpilih jadi anggota legislatif. Kurang lebih gitu . (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). 36

Berdasarkan penjelasan dari informan 1, talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis ini menghadirkan empat Caleg selebritas yang memberikan penjelasan terkait dirinya, asal partainya, visi misinya, dan bagian yang paling diingat oleh informan 1 adalah terobosan dari Uya Kuya terkait ingin fokus mengurus tenaga kerja Indonesia yang berada di luar negeri. Selain penjelasan dari informan 1, informan 2 juga memiliki penjelasannya sendiri dalam menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Berikut penjelasan informan 2: “Hm oke jadi saya ceritain lagi narasi yang episode adu rayu Caleg artis ya. Jadi di sini tuh Najwa Shihab ini ngundang Caleg-Caleg yang dari latar belakang yang mana artis gitu buat ngadu rayu masyarakat lah intinya. Mulainya si khas banget, Najwa dia ngajak hm satu persatu

Caleg artis buat cerita visi misi mereka. Nah terus ada yang pake bahasa politikus banget ya mungkin pengen keliatan intelektual kali ya. Ada juga yang bawa-bawa kehidupan pribadinya sama pengalaman dia sebagai seorang artis gitu. Terus hm gak kalah seru juga tuh pas bagian adu argumen kayak debat politik, tapi lebih ke santai si lucu juga malah. mereka bukannya rebutan jawab, malah keliatan banget kayak deg-degan terus main lempar lemparan jawabnya. Yang saya inget banget ya bahkan Melly tuh sampai pake ala-ala nyanyi pas nyampein visi-misinya biar beda dari Caleg lain. Hm, tapi kan kita juga tau ya kalo Najwa selalu ngasih pertanyaan yang tajem-tajem bikin suasana panas. Nah momen itu tuh bikin clash sesama Caleg, terus jadi malah saling sindir satu sama lain. Gitu sih kurang lebih”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis ini menghadirkan Caleg yang berasal dari kalangan selebritas untuk memberikan gambaran visi misinya. Caleg selebritas di talkshow tersebut ada yang menggunakan bahasa politik dan ada juga yang mengaitkannya dengan pengalamannya selama menjadi selebritas. Terdapat bagian debat yang menarik dan bagian yang paling diingat oleh informan 2 adalah visi dan misi dari Melly Goeslaw yang disampaikan melalui nyanyiannya. Selain informan 2, informan 3 juga memiliki penjelasan dalam menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Berikut penjelasan informan 3: “Jadi yang aku tangkep di acara ini kayak ngebahas tentang fenomena Caleg dari kalangan artis yang turun ke politik gitu kak. Hostnya Najwa Shihab, terus ada 4 orang Caleg artis yang dateng, ada Melly Goeslaw, Uya Kuya, Denny, sama satu perempuan lagi Nafa Urbach. Mereka berempat tuh ditanyain pertanyaan yang sebenarnya itu kayak pertanyaan yang hampir ngewakilin pertanyaan-pertanyaan masyarakat kali ya. Misalnya pertanyaannya gimana ceritanya bisa mau nyaleg, apa alasan mereka nyaleg, kepikiran buat nyemplung di politik tuh kenapa gitu-gitu aja sih kak. Terus jawaban-jawabannya ya kayak ada

yang bilang mau berbuat lebih banyak untuk masyarakat, ada yang pengen nyuarain suara rakyat. Seru banget sih liat gimana cerita mereka yang emang punya platform gede di panggung hiburan terus malah nyaleg” . (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 3, talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis ini fokus kepada menghadirkan 4 orang Caleg selebritas, yaitu Melly Goeslaw, Uya Kuya, Denny Cagur, dan Nafa Urbach. Terdapat Najwa Shihab sebagai 37 host yang memberikan pertanyaan mewakili masyarakat yang pada intinya mempertanyakan kehadiran Caleg selebritas di dunia politik. Informan 3 merasa seru atas jawaban yang diberikan oleh para Caleg selebritas tersebut, sebab umumnya melihat selebritas yang sudah memiliki platform besar di dunia hiburan justru ikut terjun mencalonkan diri menjadi anggota legislatif. Selain informan 3, informan 4 juga memiliki penjelasan dalam menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Berikut penjelasan informan 4: “Kayak debat gitu antara dunia hiburan sama politik, kayak Calegnya berlomba-lomba terlihat bagus gitu ke masyarakat, ini kali ya kak buat strategi buat narik perhatian publik”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 4, talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis menghadirkan Caleg selebritas yang kemudian terasa akan adanya perdebatan antara dunia hiburan dan politik. Hadirnya talkshow ini juga dianggap sebagai strategi untuk menarik perhatian publik. Maka dari itu, informan 1, 2, 3, 4 masing-masing menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dengan pemikiran yang berbeda dan beragam.

Tabel 4.3 Ringkasan Kebiasaan Informan Mengkonsumsi Talkshow Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I-2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Berapa kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube 2 kali, pertama saat baru rilis dan kedua semalam sebelum wawancara. 2 kali, sebelum wawancara sudah pernah menonton, tetapi kemarin menonton kembali sebelum wawancara agar ingatannya

lebih fresh . 2 kali, pertama saat mau Pemilu dan Pileg dan kedua kemarin sehari sebelum wawancara. 2 kali, pertama saat konten tersebut baru diunggah dan kedua kemarin saat diminta untuk wawancara. Terakhir kali menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube kemarin malam sekitar jam 8. Kemarin sore. Kemarin. Kemarin. Menceritakan kembali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Talkshow ini menghadirkan 4 Caleg selebritas untuk menyampaikan Menghadirkan Caleg dari kalangan selebritas untuk memberi Terdapat 4 Caleg selebritas yang ditanya oleh Najwa sebagai host terkait Adanya 4 Caleg selebritas yang terlihat seperti berdebat mengenai dunia hiburan dan 38 Artis di YouTube an visi dan misinya. Bagian yang paling diingat adalah gagasan Uya Kuya yang ingin mengurus tenaga kerja Indonesia yang berada di luar negeri. gambaran visi dan misinya menggunakan bahasa politik dan mengaitkannya dengan pengalamannya selama menjadi selebritas. Bagian yang paling diingat adalah visi misi Melly Goeslaw karena disampaikan dengan nyanyian. pertanyaan yang mewakili rakyat, seperti mempertanyakan kehadiran Caleg selebritas di dunia politik. Terasa seru sebab umumnya melihat selebritas yang sudah memiliki platform besar justru terjun mencalonkan diri sebagai anggota legislatif politik. Hadirnya talkshow ini sebagai strategi untuk menarik perhatian publik. Sumber: Olahan Peneliti Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa informan 1, 2, 3, dan 4 semua menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube sebanyak dua kali. Awalnya, keempat informan sudah menonton episode tersebut sebelum melakukan sesi wawancara. Namun, setelah diminta untuk wawancara bersama dengan peneliti, keempat informan menonton kembali episode tersebut sehari sebelum wawancara meskipun dengan waktu yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan agar ingatan mereka lebih segar dan dapat memberikan jawaban yang baik selama wawancara berlangsung. Pada saat diminta untuk menceritakan kembali terkait talkshow tersebut, informan 1 mengungkapkan bahwa episode tersebut menghadirkan empat caleg artis, seperti Melly

Goeslaw, Uya Kuya, Nama Urbach, dan Denny Cagur yang masing-masing menjelaskan siapa mereka, visi dan misi mereka, serta terobosan apa yang mereka rencanakan jika terpilih. Informan 1 sendiri mengingat betul akan terobosan salah satu Caleg selebritas, yaitu Uya Kuya yang ingin fokus mengurus tenaga kerja Indonesia yang ada di luar negeri. Berbeda halnya dengan informan 1, informan 2 lebih menyoroti bagaimana Najwa Shihab mengundang Caleg-Caleg selebritas ini untuk “adu rayu masyarakat dengan menceritakan visi dan misi, ditambah dikaitkan dengan kehidupan pribadi dan pengalaman mereka sebagai selebritas. Berbeda dengan informan 1 yang mengingat terobosan dari Uya Kuya, informan 2 dalam wawancaranya lebih mengingat Melly Goeslaw yang menyampaikan visi dan misinya dengan nyanyian. Di sisi lain, informan 3 menceritakan bahwa talkshow ini membahas fenomena artis yang terjun ke dunia politik serta berusaha menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mencerminkan rasa penasaran masyarakat tentang alasan dan motivasi mereka mencalonkan diri. Informan 4 juga memiliki pandangan lain bahwa acara tersebut 39 merupakan debat antara dunia hiburan dan politik, di mana Caleg-Caleg selebritas ini berusaha menampilkan diri mereka dengan baik untuk menarik perhatian publik. Talkshow sendiri terdiri atas beberapa jenis, salah satunya adalah program wawancara di mana narasumber atau tamu sudah ditentukan terlebih dahulu sesuai dengan topik pembahasan dan programnya dikemas secara interaktif (Selviana, 2014, p. 24). Melalui hasil wawancara, peneliti dapat mengetahui bahwa keempat informan dapat menceritakan kembali tayangan talkshow tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa talkshow ini memiliki sifat interaktif yang kuat dari segi karakteristik yang sesuai dengan jenis dan syarat pengemasan program wawancara. Di mana talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis berhasil memanfaatkan format interaktif untuk mengeksplorasi dan menyoroti visi, misi, serta motivasi para Caleg selebritas untuk terjun ke politik. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mengajak penonton untuk terlibat secara emosional dan intelektual dalam diskusi yang berlangsung. 4.2.3



Pengalaman Gen Z Khususnya Pemilih Pemula dalam Politik Setelah pertanyaan mengenai talkshow , pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengalaman informan sebagai Gen Z khususnya pemilih pemula dalam lingkup politik yang menghasilkan pertanyaan sejak kapan tergabung pada partai politik, jabatan atau posisi apa yang ditempati dalam partai politik, dan keterlibatan informan dalam partai politik, Informan yang memiliki ketertarikan dengan politik, kemudian dibuktikan dengan tergabung dalam partai politik yang berfokus pada pembahasan isu-isu politik di sini dinilai dapat memberikan pandangan yang berbeda mengenai kompetensi Caleg selebritas. Keempat informan menjelaskan terkait sejak kapan mereka tergabung dalam partai politik. Terdapat perbedaan jawaban antara informan 1, 2, dan 4 dari segi periode, tetapi terdapat kemiripan jawaban antara informan 2 dan 3 dari segi periode lamanya di partai politik, yaitu sama-sama satu tahun bergabung dalam partai politik. Berikut penjelasan informan 1: “Dari tahun 2022, hm sekitar 2 tahun ini, baru sih di partai PSI, baru gabung”. (Informan 1 , wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 1 sudah bergabung ke dalam partai PSI selama 2 tahun sejak tahun 2022. Adanya perbedaan dalam segi lamanya di partai, tetapi terdapat kesamaan dengan informan 2 dari segi partai politiknya. Berikut penjelasan informan 2: “Sebenarnya sih baru setahun, 2023 sih baru bergabung juga di PSI. Nah mungkin buat beberapa orang ini agak bikin heran kali ya, kayak anak 21 tahun gabung partai. Emang ya awalnya ortu duluan yang lama aktif di Parpol, terus kayaknya berharap anaknya ikutan juga, jadi ya saya awalnya yaudah lah nurut aja. Tapi lama-lama mikir “oke juga sih, ada anak muda yang peduli sama politik . Pas udah gabung juga ngeliat momen-momen 40 politik seru, menarik juga, jadi pengen ikutan ngasih kontribusi juga”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 sudah bergabung dengan partai politik PSI selama 1 tahun di tahun 2023. Hal ini disebabkan adanya dorongan dari orang tua informan 2

untuk terjun ke politik, informan 2 juga saat ini sudah merasa ingin ikut serta berkontribusi dalam sebuah partai politik. Selain informan 2, informan 3 juga menjelaskan sejak kapan informan 3 bergabung dalam partai politik. Berikut penjelasan informan 3: “Tahun 2023 sih baru setahun ini, aku di PDIP, Soliidd, Soliidd hehe”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 sudah bergabung dalam partai politik PDIP selama satu tahun di tahun 2023. Hal ini sama, seperti informan 2 yang baru bergabung selama satu tahun di tahun 2023. Akan tetapi, informan 3 berasal dari partai PDIP, sedangkan informan 2 berasal dari partai PSI. Selain itu terdapat informan 4 yang juga menjelaskan sejak kapan informan 4 bergabung dalam partai politik. Berikut penjelasan informan 4: “Kalau sejak kapan dari September, jadi kira kira udah jalan 8 bulanan sih kak. Kalau alasannya sebenarnya ikut orang tua di Perindo”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 baru bergabung dalam partai politik Perindo selama 8 bulan dan alasan bergabungnya karena mengikuti jejak orang tuanya. Informan 4 dan informan 2 memiliki alasan yang sama dalam keikutsertaannya di partai politik, yaitu sama-sama mengikuti jejak orang tua. Jika dibandingkan dengan ketiga informan lainnya, informan 4 juga memiliki pengalaman yang paling baru di dalam partai politik. Keempat informan menjelaskan terkait dengan jabatan atau posisi apa yang ditempati saat ini di dalam partai politik. Keempatnya memiliki kesamaan, yaitu baru saja menjadi anggota. Hal ini dipengaruhi karena keempat informan dapat dibilang baru masuk ke dalam partai politik tersebut. Berikut penjelasan informan 1: “Untuk saat ini masih jadi anggota aja sih, masih baru juga kan ya, masih mau liat kedepannya partai ini kayak gimana, masih kuliah juga ini semester 8 lagi nyusun skripsi juga, jadinya masih mau liat flow nya dulu lah”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 saat ini jabatan atau posisi di dalam partai masih

menjadi anggota. Informan 1 juga di semester 8 ini masih disibukan dengan menyusun skripsi dan masih ingin melihat bagaimana ke depannya alur dari partai politik tersebut. Selain informan 1, informan 2 juga menjelaskan jabatan atau posisinya di dalam partai. Berikut penjelasan informan 2: “Hm masih anggota sih, tapi karena rada-rada ambis ya, saya ya pelan- pelan lah pengen maju gitu atau naik jabatan di partai”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024).<sup>41</sup> Berdasarkan penjelasan informan 2 saat ini jabatan atau posisinya di dalam kepengurusan partai adalah menjadi anggota, tetapi informan 2 memiliki ambisi untuk nantinya mendapatkan jabatan yang lebih tinggi di partai. Selain itu, terdapat penjelasan dari informan 3 terkait jabatan atau posisinya saat ini di partai. Berikut penjelasan informan 3: “Jadi anggota, baru jadi anggota”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 saat ini jabatan atau posisinya di dalam partai politik, yaitu sebagai anggota. Hal ini sama seperti informan 4. Berikut penjelasan dari informan 4: “Aku anggota kak”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 saat ini jabatan atau posisinya di dalam kepengurusan partai politik, yaitu menjadi anggota. Tidak berbeda dari informan 1, 2, dan 3 yang sama-sama baru menjadi anggota di partai politik. Keempat informan menjelaskan terkait dengan keterlibatannya terhadap isu-isu politik selama bergabung dalam partai politik. Keempat informan tersebut menjawab dengan jawaban yang berbeda-beda sesuai dengan pengalamannya selama berada di partai politik. Berikut penjelasan informan 1: “Selama di partai mungkin karena gua bisa dibilang baru ya, tahun sebelumnya sama di tahun ini sih gua kontribusinya ya dengan menghadiri pertemuan partai gitu. Jadi kalau di partai PSI tuh ada pertemuan lokal, regional, sama nasional. Biasanya gua ikut pertemuan lokal sama regional aja sih, soalnya kalau nasional tuh cangkupannya lebih besar. Masih belum ada waktu juga gua nyempetin ikut yang itu, apa lagi sekarang mahasiswa akhir ya yaudah

ikut yang deket-deket dulu aja. Kalau rapat lokal sama regional tuh sebenarnya pembahasannya sama aja, yang buat beda itu cangkupannya. Misal nih PSI lokal ya itu rapat bareng sama anggota- anggota PSI di lingkungan kita aja ya sederhana gitu, kalo regional sekabupaten kumpul semua tuh. Kalau ditanya bahas apa aja, kita diskusi terkait strategi, kebijakan partai, sampai masalah-masalah sosial atau lingkungan yang terjadi saat itu, misal warga di desa A lagi butuh buat aspal jalan, nah kita harus terus update tuh keperluan warga karena kan kalau musim-musim politik pasti akan kepakai isu-isu yang seperti itu, nanti kita bisa sambil perbaiki jalannya sekalian kampanye. Kemarin di Pemilu 2024 gua juga kontribusi tuh nyebar-nyebar flyer , pasang umbul- umbul. Udah sih baru sebatas itu aja”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 keterlibatannya terhadap isu-isu politik selama bergabung dalam partai, yaitu mengikuti rapat lokal dan regional yang nantinya membahas strategi partai dan permasalahan masyarakat di lingkungan, sehingga nantinya dapat membantu sekaligus dibalut dengan kampanye partai tersebut. Tak hanya itu, informan 1 juga membantu menyebarkan flyer dan memasang umbul-umbul 42 pada saat Pemilu 2024. Berbeda dengan informan 1, informan 2 berkontribusi untuk meningkatkan partisipasi anak muda pada politik. Berikut penjelasan informan 2: “Sebenarnya kalau ditanya keterlibatan isu politik sih selama setahun ini, saya sama temen-temen yang usianya emang sama, punya fokus buat ningkatin partisipasi anak muda dalam politik ya, baik lewat kampanye ke pemilih pemula yang padahal saya juga masih masuk nih ke pemilih pemula. Jadi saya lebih ke mensosialisasikan politik itu ngapain aja sih, ngajak temen-temen sebaya buat dateng ke Pemilu juga, baru itu aja”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 keterlibatannya terhadap isu-isu politik selama bergabung dalam partai, yaitu fokus untuk meningkatkan partisipasi anak muda, walaupun informan 2 juga masih tergolong dalam pemilih pemula, dirinya aktif

dalam konteks politik dengan cara memberi sosialisasi terkait dengan politik itu sendiri. Selain penjelasan informan 1 dan 2, terdapat penjelasan informan 3 terkait dengan keterlibatannya dalam isu politik di partai. Berikut penjelasan informan 3: “Kalo keterlibatan sih aku baru setahun ini ya paling kayak pas kemarin tuh pas Pemilu 2024 aku lumayan sibuk ikut kampanye sih, mulai dari door to door , repost postingan Instagram partai, terus juga bikin konten keseruan selama pemilu di TPS aku, buat di upload di TikTok gitu aja sih”

. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 3 keterlibatannya terhadap isu-isu politik selama bergabung dengan partai, yaitu ikut serta dalam kampanye partai, seperti door to door , repost postingan Instagram partai politik, dan membuat konten video untuk diunggah pada TikTok. Selain penjelasan informan 3, terdapat penjelasan dari informan 4, sebagai berikut:

“Kemarin aku bantuin Caleg untuk promosiin dia, jadi tim sukses gitu, kegiatannya sih bikin video-video blusukan si Caleg untuk di upload di media sosial kayak di TikTok sama Instagram, lumayan dibayar dari situ juga aku kak, tapi emang bukan Caleg-Caleg selebritas gitu sih”

. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan dari informan 4 keterlibatannya terhadap isu-isu politik selama bergabung dengan partai, yaitu melakukan kampanye untuk salah satu Caleg dengan membuat video blusukan yang nantinya akan diunggah di TikTok dan Instagram. Dari membuat video promosi Caleg, informan 4 juga mengaku dirinya dibayar, walaupun memang yang dibuatkan video tersebut bukan dari kalangan Caleg selebritas. Maka dari itu, terdapat perbedaan jawaban dari keempat informan yang ada dalam penelitian ini terkait dengan keterlibatan terhadap isu-isu politik selama bergabung dalam partai. Tabel 4.4 Ringkasan Pengalaman Gen Z Khususnya Pemilih Pemula dalam Politik Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I- 2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Waktu Tahun 2022, Tahun 2023, Tahun 2023, September 2023, 43 bergabung dalam partai

politik sudah 2 tahun. sudah 1 tahun. sudah 1 tahun. sudah 8 bulan. Jabatan atau posisi di partai politik Anggota PSI Anggota PSI Anggota PDIP Anggota Perindo Keterlibatan terhadap isu politik selama bergabung dalam partai Menghadiri rapat lokal dan regional membahas kebijakan partai dan masalah sosial, serta kampanye dengan menyebarkan flayer dan memasang umbul-umbul. Meningkatkan partisipasi anak muda dalam pemilu dan politik dengan mengadakan sosialisasi. Kampanye dengan cara door to door, repost postingan Instagram partai, dan membuat konten keseruan di TPS untuk diunggah di TikTok. Membuat video blusukan Caleg untuk diunggah di TikTok dan Instagram. Sumber: Olahan Peneliti Dari penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa informan 1, 2, 3, dan 4 yang pada penelitian ini masuk ke dalam kategori Gen Z khususnya pemilih pemula dengan rentang usia 17 – 21 tahun, baru bergabung dalam partai politik dengan rentang waktu 8 bulan hingga 2 tahun. Informan 1 telah bergabung selama 2 tahun, informan 2 dan informan 3 baru bergabung selama 1 tahun, sedangkan informan 4 baru bergabung selama 8 bulan. **8 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keempat informan tergolong baru dalam dunia politik.** Karena baru bergabung, keempat informan ini masih memiliki jabatan atau posisi yang baru sebagai anggota partai. Informan 1, yang berstatus sebagai mahasiswa akhir semester 8, merasa dirinya ingin fokus pada skripsinya terlebih dahulu dan masih ingin melihat bagaimana alur partai berjalan, sehingga saat ini dirinya masih berstatus sebagai anggota biasa. Berbeda dengan informan 1, informan 2 memiliki ambisi untuk naik jabatan dalam partai meskipun saat ini masih berstatus sebagai anggota. Informan 3 dan 4 juga memiliki posisi yang sama sebagai anggota partai dengan jawaban yang singkat mengenai status mereka. Melihat konsep Gen Z di politik, keterlibatan yang kuat dari kalangan Gen Z dalam pemilihan umum (Pemilu) di tahun 2024 menjadi sangat penting, mengingat generasi ini tumbuh serta berkembang di era digital, memiliki kepekaan terhadap isu-isu sosial politik, dan memiliki semangat dalam proses demokrasi (Wardani, 2023, p. 3996).

Partisipasi aktif dari Gen Z bukan hanya mencerminkan antusiasme kalangan tersebut, tetapi membentuk wacana politik, mendorong ke arah perubahan politik positif, dan menegaskan bahwa suara serta aspirasi Gen Z memiliki bobot yang besar dalam membentuk masa depan bangsa (Hardian, 2022). 44 Setelah melakukan wawancara dengan para Gen Z, terlihat bahwa hal tersebut sejalan dengan realita yang ada. Di mana mereka tidak hanya menjadi penonton pasif dalam proses politik, tetapi juga aktif terlibat di dalam partai politik, memiliki kepekaan, antusiasme, dan kontribusi nyata terhadap isu-isu politik. Keempat informan ini memiliki keterlibatan atau kontribusi yang berbeda-beda. Informan 1 aktif mengikuti rapat lokal dan regional untuk membahas strategi partai dan melihat permasalahan masyarakat agar hal tersebut dapat direalisasikan bersamaan dengan kampanye ketika Pileg atau Pemilu. Selain itu, informan 1 juga membantu menyebarkan flyer dan memasang umbul-umbul. Berbeda dengan informan 1, informan 2 lebih fokus untuk meningkatkan partisipasi anak muda dalam politik dengan aktif melakukan sosialisasi. Sementara itu, informan 3 ikut serta dalam kampanye partai dengan datang ke rumah-rumah masyarakat dan membuat konten video di TikTok. Informan 4, hampir sama dengan informan 3, juga aktif melakukan kampanye untuk salah satu Caleg dengan membuat video promosi yang diunggah di TikTok dan Instagram. Dari sini, peneliti mengetahui bahwa meskipun keempat informan ini baru masuk ke dalam dunia politik dan baru menjadi anggota, mereka aktif terlibat dalam kegiatan partai sesuai dengan preferensi masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa Gen Z tidak hanya berperan sebagai pemilih pemula tetapi juga sebagai anggota partai yang berkontribusi nyata dalam berbagai kegiatan politik.

#### 4.2.4 Pandangan Gen Z terhadap Komunikasi Politik Caleg

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pandangan informan sebagai Gen Z khususnya pemilih pemula dalam melihat komunikasi politik yang dilakukan oleh Caleg saat ini melalui pendapat informan terkait dengan para Caleg yang saat ini melakukan komunikasinya menggunakan media baru khususnya YouTube

dibandingkan menggunakan media tradisional seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat Keempat informan menjelaskan terkait pendapatnya terhadap para Caleg yang saat ini melakukan komunikasi politiknya menggunakan media baru khususnya YouTube dibandingkan menggunakan media tradisional, seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat.

Berikut penjelasan yang diberikan oleh informan 1: “Jujur gak bagus sih. Kayak dia manfaatin YouTubanya karena dia punya followers yang banyak jadi lebih manfaatin media sosial, dibandingkan turun ke jalan, jujur padahal ya, menurut gua tuh turun langsung ke jalan tuh penting, penting banget, nyamperin masyarakatnya. Jadi kan masyarakat bisa kenal kita secara langsung, gak lewat media sosial aja. Lagian menurut gua masih ini lah masih relate kok buat nyamperin masyarakat, apa lagi sekarang walaupun dibilang media sosial keceng banget arusnya kan gak semua harus medsos”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 1 tidak baik jika para Caleg hanya memanfaatkan YouTubanya saja karena memiliki banyak followers . Metode turun 45 langsung ke jalan juga dianggap masih sesuai karena masyarakat agar dapat mengenal langsung Caleg tersebut, tidak hanya mengandalkan media sosial belaka. Berbeda halnya dengan penjelasan dari informan 2, berikut penjelasannya: “Menurut saya bebas aja sih karena kan media sosial itu bebas kita mau mengekspresikan apa aja, sekarang juga kayak udah jamannya media sosial, bebas mau kampanye dengan cara yang gimana. Ya tapi balik lagi sih kalo bikin konten ya harus yang bener, jangan asal-asalan yang penting viral. Gak baik juga. Terus balik lagi ke target para Calegnya kan, coba kalo calegnya yang punya latar belakang bukan artis pasti jarang sih yang lewat media sosial buat konten gitu, paling ya cara yang paling dipercaya sampai saat ini terjun langsung ke masyarakat, sosialisasi visi misi, memperkenalkan diri mereka langsung gitu”. (Informan 2 , wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 2 tidak apa-apa jika para Caleg memanfaatkan



media sosialnya, seperti YouTube. Akan tetapi, konten yang dibuat harus mengedukasi dan kembali kepada target audiensnya. Informan 2 merasa bahwa Caleg yang kampanye melalui media sosial umumnya Caleg selebritas. Jika Caleg yang bukan dari latar belakang selebritas akan menggunakan metode terjun langsung ke masyarakat, sebab dipercaya masih dapat efektif digunakan. Selain penjelasan dari informan 2, terdapat penjelasan dari informan 3 sebagai berikut: “Menurut aku gapapa sih kalau pakai media sosial karena kan kita sekarang udah pake media sosial semua ya. Apa lagi YouTube sekarang kan kita kayak apa apa YouTube gitu. Pasti lewat aja kadang tuh konten kampanye, kayak partai PAN itu juga dia sampe ngeluarin jingle yang hit kan PAN PAN PAN, jadi dikenal masyarakat juga, termasuk privilege juga sih, mereka kan punya power di sosmed ya sebagai artis gitu selebritas”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 tidak apa-apa jika para Caleg memanfaatkan media sosialnya, sebab saat ini YouTube dipercaya sebagai media yang efektif untuk digunakan. Seperti halnya partai PAN yang mengeluarkan jingle yang pada akhirnya dikenal masyarakat luas. Hal ini juga menjadi sebuah privilege dari Caleg yang memang memiliki kekuatan di media sosial. Selain penjelasan dari informan 3, terdapat penjelasan dari informan 4 sebagai berikut: “Untuk zaman sekarang sih emang bagusya lewat YouTube ya sama lewat media sosial lebih mudah digapai untuk semua kalangan juga kan, soalnya sekarang semuanya kan udah punya handphone dan YouTube jadi harusnya sih itu lebih efektif dibandingkan pake cara tradisional kayak lewat televisi atau terjun langsung gitu karena kan gak semua kalangan suka nonton TV, kebanyakan Gen Z kaya kita kan jarang tuh nonton TV lebih seringnya buka berita aja di YouTube kan”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 cara komunikasi politik menggunakan media sosial khususnya YouTube efektif untuk digunakan terutama di kalangan Gen Z sebab saat ini semua orang sudah memiliki handphone dan dirasa Gen Z saat ini

sudah jarang menonton televisi. Maka dari itu, terdapat perbedaan pendapat antara informan 46 1 dengan informan 2 dan 3, serta informan 4, tetapi terdapat persamaan pendapat antara informan 3 dan 4. Tabel 4.5 Ringkasan Pandangan Gen Z Terhadap Komunikasi Politik Caleg Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I- 2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Pendapat terkait Caleg yang saat ini melakukan komunikasi politiknya menggunakan media baru khususnya YouTube dibandingkan menggunakan media tradisional, seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat Tidak setuju karena hanya memanfaatkan followers . Turun langsung ke jalan penting karena masyarakat dapat melihat langsung. Setuju, tetapi konten harus dibuat dengan benar jangan asal viral. Setuju, sebab termasuk ke dalam privilege kalau memiliki power di media sosial. Setuju karena semua orang sudah menggunakan YouTube. Sumber: Olahan Peneliti Komunikasi politik merupakan komunikasi yang melibatkan para pelaku politik ataupun para pihak lain, seperti masyarakat awam, jurnalis, wartawan dalam media massa yang mendiskusikan politik dengan aspek kenegaraan. Melalui komunikasi politik, masyarakat dapat memberi dukungan, menyampaikan pandangannya, serta mengawasi jalannya sistem politik yang sedang berlangsung ataupun yang akan datang (Pureklolon, 2016, p. 212). Saat ini, komunikasi politik juga sudah mengarah ke digitalisasi, sebagaimana para calon legislatif (Caleg) dan partai politik memanfaatkan jangkauan luas YouTube untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat, terutama generasi muda. YouTube memungkinkan mereka untuk menyajikan konten yang lebih kreatif, mendalam, dan terjangkau, serta berinteraksi langsung dengan pemilih melalui komentar dan siaran langsung (Wibisono, 2022, p. 75). Disisi lain terdapat Gen Z yang dikenal sebagai digital native yang aktif dalam menggunakan YouTube (Carnegie, 2022).

10 Namun, kenyataannya tidak sesederhana itu. Pandangan Gen Z terhadap komunikasi politik Caleg yang menggunakan YouTube beragam. Tidak semua dari mereka setuju atau merasa nyaman dengan penggunaan YouTube sebagai alat utama kampanye. Informan 1 tidak setuju dengan Caleg yang

menggunakan YouTube sebagai media utama komunikasi politiknya. Menurutnya, hal ini terkesan hanya memanfaatkan 47 followers saja, tanpa benar-benar turun ke jalan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Informan 1 berpendapat bahwa turun ke masyarakat sangat penting untuk mengenal para Caleg secara langsung dan membangun hubungan yang lebih nyata. Berbeda dengan Informan 1, Informan 2 setuju dengan penggunaan YouTube oleh Caleg. Akan tetapi, menekankan bahwa konten yang diunggah haruslah mengedukasi masyarakat dan tidak sekadar viral. Informan 2 percaya bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif jika digunakan dengan bijak untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat dan mendidik. Berbeda dengan informan 2, Informan 3 setuju sepenuhnya dengan penggunaan YouTube sebagai media komunikasi politik oleh Caleg. Menurutnya, saat ini sudah eranya YouTube, dan ada bukti nyata dari partai PAN yang dianggap efektif karena jingle nya dikenal luas oleh masyarakat. Informan 3 melihat ini sebagai sebuah privilege ketika memang memiliki kekuatan di media sosial. Sejalan dengan Informan 3, Informan 4 juga setuju dengan Caleg yang menggunakan media sosial, khususnya YouTube, untuk komunikasi politik. Informan 4 berpendapat bahwa saat ini hampir semua orang memiliki handphone , dan generasi Z sudah jarang menonton televisi, mereka lebih sering mengakses YouTube. Oleh karena itu, penggunaan YouTube dianggap lebih relevan dan efektif dalam menjangkau pemilih muda. Maka dari itu, kesimpulannya adalah terdapat 1 informan yang tidak setuju terkait dengan para Caleg yang saat ini melakukan komunikasi politiknya menggunakan media baru khususnya YouTube dibandingkan menggunakan media tradisional seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat, terdapat 1 informan yang setuju terkait hal tersebut, tetapi ada catatan khusus, dan 2 informan yang setuju terkait dengan komunikasi politik Caleg melalui YouTube dibandingkan menggunakan media tradisional, seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat.

#### 4.2.5 Pengetahuan Terhadap Caleg Selebritas di Pileg 2024

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui mengenai pengetahuan informan terkait Caleg selebritas

melalui pertanyaan siapa saja nama-nama Caleg selebritas beserta partai politiknya yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, siapa saja Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024, pendapat terkait apa itu Caleg serta tugasnya, pendapat terkait istilah Caleg selebritas, pendapat terkait komentar positif masyarakat terhadap Caleg selebritas, dan pendapat terkait komentar negatif masyarakat terhadap Caleg selebritas. Keempat informan menjelaskan terkait dengan siapa saja nama-nama Caleg selebritas beserta partai politiknya yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Keempatnya memiliki jawaban pengetahuan yang sama akan nama-nama Caleg selebritas tersebut. Berikut penjelasan dari informan 1: “Hm di talkshow nya ada Uya Kuya dari PAN, Melly dari Gerindra Prabowo, Nafa Urbach dari Nasdem, terus Denny Cagur dari PDIP, total ada empat ”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). 4

8 Berdasarkan penjelasan informan 1 dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis terdapat Caleg selebritas, seperti Uya Kuya dari PAN, Melly Goeslaw dari Gerindra, Nafa Urbach dari Nasdem, dan Denny Cagur dari PDIP. Sama halnya seperti penjelasan informan 2. Berikut penjelasan informan 2: “Seingat saya sih ada Uya Kuya dari PAN Pak Zul, Melly dari Gerindra Pak Prabowo, Nafa Urbach dari Nasdem, Nasdemnya Pak Paloh, terus ada Denny Cagur PDIP partainya Bu Mega” . (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 2 terdapat Caleg selebritas, seperti Uya Kuya dari PAN dengan ketua Partai Zulkifli Hasan, Melly Goeslaw dari Gerindra dengan ketua Partai Prabowo, Nafa Urbach dari Nasdem dengan ketua partai Surya Paloh, Denny Cagur dari PDIP dengan ketua partai Megawati. Seperti informan 1, informan 2 juga dapat menyebutkan seluruh nama dan partai dari Caleg selebritas yang hadir di talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis. Selain itu terdapat penjelasan dari informan 3 sebagai berikut: “Kalo di video sih ada Denny Cagur ya dia ngewakilin PDIP, terus juga ada Nafa Urbach dia partainya Nasdem,

terus Uya Kuya dia partainya PAN, sama ada Melly Goeslaw dia ngewakilin Gerindra” (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 terdapat Denny Cagur yang mewakili partai PDIP, Nafa Urbach yang mewakili partai Nasdem, Uya Kuya mewakili partai PAN, dan Melly Goeslaw yang mewakili partai Gerindra. Hal ini juga dijelaskan oleh informan 4 sebagai berikut: “Kalau gak salah itu ada Denny Cagur yang dari PDIP, Nafa Urbach dari Nasdem, Teh Melly dari Gerindra, terus ada Uya Kuya juga yang dari PAN”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 terdapat Caleg selebritas, seperti Denny Cagur dari PDIP, Nafa Urbach dari partai Nasdem, Melly Goeslaw dari partai Gerindra, dan Uya Kuya yang berasal dari PAN. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa keempat informan dapat menyebutkan siapa saja Caleg selebritas beserta nama partainya yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Keempat Caleg menjelaskan terkait siapa saja Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024 Indonesia selain yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Hal ini ditanyakan sebab untuk mengetahui apakah informan aktif mengikuti pemberitaan terkait Caleg selebritas di Indonesia. Dari keempat informan di sini mereka menjawab dengan jawaban yang beragam sesuai dengan pengetahuan mereka masing-masing. Informan 1 menyebutkan empat nama sama halnya dengan informan 3 yang menyebutkan empat nama juga, tetapi ada beberapa perbedaan nama yang disebutkan. Informan 2, 3, dan 4 juga memiliki kesamaan jawaban dengan menyebutkan Verrel 49 Bramasta sebagai Caleg selebritas yang mereka kenal. Berikut penjelasan informan 1 terkait siapa saja Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024 Indonesia selain yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube: “Hmm kalau yang lain dari talkshow terus dari kalangan selebritas si, gua tau Komeng, terus Once, Bedu, Ahmad Dhani” . (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024).

REPORT #22128165

Berdasarkan pernyataan informan 1 dalam wawancara, informan 1 mengetahui Caleg selebritas lain yang maju di Pileg 2024 Indonesia khususnya selain yang hadir di talkshow tersebut, yaitu Komeng, Once, Bedu, dan Ahmad Dhani. Pernyataan nama-nama yang disebutkan informan 1 berbeda dengan pernyataan informan 2. Berikut pernyataan informan 2: “Ada sih kayak Rano Karno dari PDIP, Verrell Bramasta yang kemarin kepilih kan tu cukup viral juga kan, Eko Patrio dari PAN, Mulan Jameela dari Gerindra, Taufik Hidayat, terus ada Narji dari PKS”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan pernyataan informan 2 mengetahui nama-nama Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024 Indonesia selain yang hadir dalam talkshow. Informan 2 juga lengkap menyebutkan beserta dengan nama partainya, yaitu terdapat Rano Karno dari partai PDIP, Verrel Bramasta dan Eko Patrio dari partai PAN, Mulan Jameela dari partai Gerindra, Taufik Hidayat, dan Narji dari partai PKS. Selain itu terdapat pernyataan dari informan 3 yang memiliki kemiripan dengan informan 2. Berikut pernyataan informan 3: “Hm aku tau, ada Verrel, Krisdayanti, Thariq Halilintar, terus ada Anang juga, gitu sih kak”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 1 Mei 2024). Berdasarkan pernyataan informan 3. Informan 3 menyebutkan nama-nama Caleg selebritas lain yang maju di Pileg 2024 Indonesia, selain yang hadir di talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis, seperti ada Verrel, Thariq Halilintar, dan Anang. Hal ini memiliki kesamaan dengan informan 2 yang sama-sama menyebutkan nama Verrel sebagai Caleg selebritas. Selain pernyataan dari informan 2 dan 3, terdapat pernyataan dari informan 4 sebagai berikut: “Ada Super Dede terus abis itu ada Komeng yang menang itu, terus ada Verrel juga menang juga lagi dia itu, wah bingung juga ya bisa menang gitu, cuma kayak Indonesia bener bener keterlaluhan sih kalau Verrel sampe bisa menang sedangkan kita gak tau dia latar belakang pendidikannya gimana kan”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan pernyataan informan 4 ada Super Dede atau Dede

Sunandar, Komeng, dan Verrel yang maju sebagai Caleg selebritas di Pileg 2024 Indonesia selain yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. 50 Kemudian, informan 4 berpendapat bahwa jika Caleg selebritas ini sampai terpilih untuk maju, sedangkan tidak diketahui jelas latar belakang pendidikannya, maka Indonesia merupakan negara yang melewati batas wajar. Pernyataan informan 4 memiliki kesamaan dengan informan informan 1 yang sama-sama menyebutkan nama Komeng serta adanya kesamaan pula antara informan 2, 3, dan 4 yang sama-sama menyebutkan nama dari Verrel Bramasta. Maka dari itu, informan 1,2,3, dan 4 di sini memiliki pengetahuan yang beragam atas nama-nama Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024 Indonesia. Keempat informan menjelaskan terkait dengan apa yang dimaksud dengan Calon Legislatif atau “Caleg dan menggambarkan tugas dari seorang Caleg. Keempat informan menjawab dengan jawaban yang beragam sesuai dengan pengetahuan mereka masing-masing. Adanya kesamaan jawaban antara keempat informan yang pada intinya mengartikan Calon Legislatif atau Caleg sebagai orang yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif yang nantinya memperjuangkan hak-hak masyarakat. Berikut penjelasan informan 1: “Caleg itu kan singkatan ya dari Calon Legislatif, orang yang mau mencalonkan diri sebagai anggota legislatif gitu. Nah menurut gua sendiri, tugas utama dari mereka ya berusaha ngeyakinin kita sebagai warga negara buat ngasih suara ke mereka saat pemilihan nanti. Caleg ini tuh kayak penjaga mimpi di Gedung Legislatif, tempat di mana undang-undang dibuat terus diubah juga gitu. Jadi ya tugas mereka tuh sebenarnya gak main-main, karena apa ya yang mereka janjiin, usahain, putusin bisa ngaruh banget ke kehidupan sehari-hari, kayak gitu sih menurut gua” . (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 Caleg atau Calon Legislatif merupakan orang yang mencalonkan dirinya sebagai anggota legislatif. Caleg memiliki tugas untuk meyakinkan masyarakat untuk memilih dirinya saat Pemilu. Menurut informan 1 Caleg juga sebagai penjaga mimpi yang berada di

Gedung Legislatif di mana undang-undang dibuat dan diubah. Maka dari itu, menjadi Caleg bukanlah hal yang mudah karena keputusan yang dihasilkan nantinya jika terpilih akan sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Sama halnya dengan penjelasan informan 2 yang menganggap tugas Caleg adalah untuk membawa aspirasi masyarakat. Berikut penjelasan informan 2: “Hm kalau Caleg tuh yang saya tau ya, kayaknya istilah yang emang sering banget kita denger gitu kali ya, jadi caleg tuh singkatan dari calon legislatif yang artinya orang-orang yang emang bertarung buat dapetin kursi di parlemen, kayak DPR atau DPD, kayak Komeng tuh kemarin DPD dia. Tugasnya ya harus bawa aspirasi kepentingan masyarakat yang udah milih mereka, jadi intinya semacam jembatan antara masyarakat sama pemerintah, Caleg tuh harus bisa bawa aspirasi rakyat, buat dijadiin kebijakan yang bener-bener ngebantu masyarakat”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 mengartikan Caleg atau Calon Legislatif sebagai orang-orang yang bertarung untuk mendapatkan kursi di Parlemen, seperti 51 DPR dan DPD contohnya, seperti Komeng yang mencalonkan diri sebagai DPD. Tugas dari Caleg sendiri menurut informan 2 adalah menjadi jembatan antara masyarakat dengan pemerintah dengan membawa aspirasi rakyat yang nantinya juga akan dibuat kebijakan untuk membantu masyarakat kembali. Selain penjelasan informan 2, terdapat penjelasan informan 3 terkait apa itu Caleg atau Calon Legislatif. Berikut penjelasan informan 3: “Oke ini aku jawab setau aku aja ya, Caleg itu orang yang nyalonin diri buat jadi anggota legislatif atau anggota parlemen di dalam pemilihan umum. Tugasnya itu hm ngewakilin kepentingan masyarakat di wilayah atau daerah pemilihannya, terus juga ngambil keputusan di lembaga legislatif nanti sih”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 Caleg merupakan orang yang mencalonkan diri untuk menjadi anggota legislatif atau anggota di parlemen dalam Pemilu. Tugas dari seorang Caleg juga diartikan untuk mewakili kepentingan masyarakat di



wilayah atau daerah pemilihan dari Caleg tersebut. Tak hanya itu, Caleg juga bertugas untuk mengambil keputusan di lembaga legislatif. Selain penjelasan informan 3, terdapat penjelasan dari informan 4 sebagai berikut: “Caleg itu orang yang nyalonin diri jadi anggota legislatif. Tugas utamanya itu kayak ngewakilin suara buat kepentingan masyarakat sih di DPR sama DPD, jadi dia bertanggung jawab buat kepentingan rakyat gitu kak”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 Caleg atau Calon Legislatif merupakan orang yang mencalonkan dirinya sebagai anggota legislatif serta memiliki tugas utama untuk mewakili suara masyarakat, sehingga memiliki tanggung jawab untuk mengatur kepentingan rakyat. Maka dari itu, keempat informan dapat disimpulkan pada intinya menjawab Caleg merupakan orang yang mencalonkan dirinya sebagai anggota legislatif dan bertugas untuk memperjuangkan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia. Keempat informan menjelaskan terkait dengan apa yang mereka pahami tentang istilah “Caleg Selebritas”. Keempat informan menjawab dengan kalimat yang tentunya beragam. Adanya kesamaan pada inti dari apa yang mereka pahami tentang istilah Caleg selebritas, yaitu mereka yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif dengan latar belakang selebritas yang memiliki ketenaran dalam dunia hiburan. Berikut merupakan penjelasan dari informan 1: “Ohh kalau Caleg selebritas tuh sebenarnya tugas dan pengertiannya hampir mirip sama yang sebelumnya gua jelasin ya, bedanya kalau selebritas ya berarti emang dari kalangan selebritas, latar belakangnya kayak komeng misal komedian, terus penyanyi, bahkan pesulap juga ada. Nah tugasnya menurut gua sama aja si kayak Caleg pada umumnya, yang penting tuh nanti mereka kan akan ngeluarin program-program, janji-janji manis, dan akan nunjukin kenapa kita harus milih mereka juga. Pokoknya, jadi Caleg tuh menurut gua harusnya gak cuma jalan-jalan, muter-muter, sambil nyengir di spanduk-spanduk, tapi juga harus bener-bener siap 52 ngurusin urusan negara dan rakyat yang utama sih”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 Caleg

selebritas memiliki pengertian yang hampir sama dengan Caleg pada umumnya, tetapi berbeda pada latar belakangnya yang merupakan dari kalangan selebritas, seperti Komeng yang berasal dari komedian, lalu ada penyanyi, hingga pesulap. Menurut informan 1 nantinya Caleg selebritas juga akan mengeluarkan program-program yang dianggap sebagai janji manis agar masyarakat dapat memilih mereka. Informan 1 menjelaskan bahwa seharusnya Caleg bukan hanya sekadar jalan-jalan, senyum di spanduk, tetapi juga harus serius dalam mengurus negara dan rakyatnya. Selain penjelasan dari informan 1, terdapat penjelasan dari informan 2. Berikut penjelasan informan 2: “Ya, ya Caleg selebritas itu ya orang-orang yang nyalonin diri, sebelumnya udah punya popularitas, punya ketenaran di dunia hiburan lah ya. Kayak misalnya penyanyi, tokoh di media sosial, pokoknya yang dikenal luas lah di masyarakat. Tugasnya juga gak beda dari Caleg-Caleg pada umumnya yang ngajuin diri jadi perwakilan rakyat di lembaga legislatif, bawa aspirasi, terus ya buat kebijakan”

. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 2, Caleg selebritas adalah orang yang mencalonkan diri menjadi anggota legislatif dan yang sudah memiliki popularitas atau ketenaran dalam dunia hiburan, seperti penyanyi, tokoh di media sosial, dan dikenal luas oleh masyarakat. Tugas dari seorang Caleg selebritas ini menurut informan 2 tidak jauh berbeda dengan Caleg pada umumnya yang menjadi wakil rakyat dalam lembaga legislatif untuk membawa aspirasi dan membuat kebijakan. Kemudian terdapat penjelasan lain dari informan 3 sebagai berikut: “Caleg selebritas itu pada dasarnya yang punya latar belakang selebritas ya yang pasti, atau artis terus mutusin buat ikutan terjun ke dunia politik, entah itu jadi DPR, DPRD, atau lembaga legislatif lain gitu lah ya. Gak jarang mereka ini kayak emang punya basis penggemar yang besar kan, jadi ketika masuk politik, pasti banyak yang penasaran dan dukung mereka, udah banyak yang tau juga, jadi ya memanfaatkan privilege aja gitu”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan

informan 3 Caleg selebritas pada dasarnya merupakan orang yang memiliki latar belakang selebritas atau artis yang terjun dalam dunia politik sebagai anggota DPR, DPD, atau lembaga legislatif lainnya. Menurut informan 3, Caleg selebritas umumnya memiliki basis penggemar yang sudah besar, sehingga saat terjun ke politik pada akhirnya akan banyak yang penasaran dan mendukung, sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai sebuah privilege. Selain penjelasan dari informan 1,2,3, terdapat penjelasan dari informan 4 sebagai berikut: “Caleg selebritas itu Caleg yang terkenal dari dunia hiburan sih kaya dari artis film, musik, sama dari televisi. Mereka masuk ke dunia politik buat nyalonin diri jadi anggota legislatif”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024).<sup>53</sup> Berdasarkan penjelasan dari informan 4, Caleg selebritas adalah Caleg yang terkenal berasal dari dunia hiburan, seperti pemain film, musik, dan yang tampil di televisi. Menurut informan 4, Caleg selebritas di sini masuk ke dalam politik untuk mencalonkan diri menjadi anggota legislatif. Maka dari itu, pada dasarnya terdapat kesamaan pemahaman antara keempat informan, tetapi adanya perbedaan dalam penggunaan kalimat yang disampaikan. Keempat informan juga dapat dianggap mengerti dengan istilah dari “Caleg selebritas itu sendiri. Keempat informan menjelaskan tentang pendapatnya terkait adanya komentar positif dari masyarakat yang menyatakan bahwa Caleg selebritas dapat memberi nuansa segar, menarik, dan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik. Keempat informan memberikan penjelasan yang sama, yaitu tidak setuju dengan komentar tersebut. Berikut penjelasan informan 1: “Jujur gak setuju sih dari komentar-komentar positifnya. Soalnya menurut gua tuh Caleg-Caleg selebritas cuma manfaatin followers nya yang udah banyak, menurut gua juga curang lah cuma modal followers, bahkan pendidikannya gak tau apaan, masa tiba-tiba nyaleg, menurut gua kurang lah”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 tidak setuju atas komentar positif yang diberikan masyarakat terkait Caleg selebritas,

sebab menurut informan 1 Caleg selebritas hanya dapat memanfaatkan followers nya yang banyak, sehingga hal tersebut dianggap curang. Hanya bermodal followers , kemudian ikut serta dalam pemilihan legislatif, tetapi tidak diketahui pendidikannya. Menurut informan 1, Caleg selebritas masih dianggap kurang pas untuk mendaftarkan dirinya menjadi Caleg. Sama halnya dengan penjelasan informan 2 yang tidak setuju terhadap komentar positif tentang Caleg selebritas. Berikut penjelasan informan 2: “Hm sebenarnya gak setuju sih, mungkin beberapa orang nih ngeliatnya si Caleg selebritas itu sebagai sesuatu yang memberi nuansa segar, ya mungkin karena kadang terkesan monoton dan kaku gitu politikus-politikus yang sebenarnya gitu ya. Saya punya pandangan yang beda sih. Terlibatnya selebritas di politik seringnya ya lebih ke didorong sama ketenaran mereka aja, dibanding pemahaman sama politiknya, karena kan politik juga cukup luas dan cukup rumit ya”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 tidak setuju terhadap komentar positif dari masyarakat terhadap Caleg selebritas, sebab informan 2 merasa hal tersebut terjadi karena adanya anggapan bahwa terkadang politikus-politikus yang ada terkesan monoton dan kaku. Terlibatnya Caleg selebritas di dalam politik juga umumnya didorong oleh ketenarannya sebagai selebritas dibandingkan dengan pemahamannya tentang politik. Selain informan 1 dan 2 yang tidak setuju mengenai komentar positif dari masyarakat terkait Caleg selebritas, terdapat pula informan 3 yang merasa skeptis dengan komentar positif dari masyarakat terkait Caleg selebritas. Berikut penjelasan informan 3: 54 “Wah, sebenarnya aku agak skeptis juga ya sama Caleg selebritas ini. Be real , dunia politik ini bukan cuma soal popularitas aja. Aku rasa mereka harus lebih dari sekadar wajah terkenal di televisi atau di layar lebar. Aku ngerasa gimana gitu, ya, mereka ini gak bawa nuansa segar buat politik kita. Malah, kadang-kadang rasanya kayak drama tambahan di panggung politik yang udah cukup kacau sih kak” . (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan dari informan 3, informan 3 merasa skeptis atau adanya keraguan mengenai Caleg selebritas karena informan 3 menganggap dunia politik bukan hanya tentang popularitas, tetapi Caleg harus lebih dari sekadar wajah yang dikenal oleh masyarakat di televisi ataupun layar lebar, Informan 3 merasa Caleg selebritas tidak membawa nuansa segar, melainkan terkadang membawa drama tambahan di panggung politik yang sudah berantakan. Seperti halnya dengan informan 4 yang merasa tidak sependapat dengan komentar positif yang diberikan oleh masyarakat kepada Caleg selebritas. Berikut merupakan penjelasan dari informan 4:

“Kalau komentar positif si menurut aku itu orang lain ya, kalau pendapat aku sendiri sih gak setuju tuh kalau Caleg selebritas bawa nuansa segar, makin pusing ih riweuh gara gara banyak seleb masuk ke politik terus menarik juga enggak malah bikin pusing, terus pilihan lain di tengah krisis kepercayaan menurut aku belum tentu ah”

. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 4 tidak sependapat dengan komentar positif, dari masyarakat terkait Caleg selebritas membawa nuansa segar, sebab informan 4 merasa bahwa hadirnya Caleg selebritas membuat dirinya pusing, informan 4 juga merasa Caleg selebritas bukan suatu hal yang menarik, serta jika dikatakan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan juga belum tentu hal ini tepat. Maka dari itu, adanya kesamaan antara keempat informan yang tidak setuju dengan adanya komentar positif yang diberikan oleh masyarakat terkait Caleg selebritas yang dapat memberi nuansa segar, menarik, dan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik. Keempat informan menjelaskan tentang pendapatnya terkait adanya komentar negatif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrak suara partai dan tidak memiliki kompetensi yang cukup. Berdasarkan jawaban dari informan 1, 2, 3, dan 4, keempatnya menyatakan setuju atas komentar tersebut. Berikut penjelasan informan 1: “Setuju karena emang bukan bidangnya. Rata-rata selebritas yang ikut itu

bidangnya ya menghibur, bukan mengatur, jadi ya gak masuk. Jadi mending ke orang-orang yang udah di bidangnya dari dulu ya walaupun mereka gak terkenal. Intinya sih lebih baik liat pandangan dari orang-orang yang beneran ahli, daripada dengerin omongan dari selebritas. Meskipun ya emang gak sepopuler itu, tapi pengetahuan dan pengalaman mereka bisa jadi lebih bermanfaat buat bahas topik yang serius”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). 55 Berdasarkan penjelasan informan 1 dapat dikatakan setuju atas komentar negatif masyarakat yang menyatakan bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrang suara partai dan tidak memiliki kompetensi, sebab informan 1 beranggapan Caleg selebritas bidangnya menghibur, tidak untuk mengatur. Informan 1 merasa lebih baik melihat orang-orang yang memang ahli di bidangnya daripada mendengarkan ucapan dari para selebritas. Menurut informan 1, walaupun Caleg biasa yang tidak tergolong dalam selebritas ini tidak populer, tetapi pengetahuannya dan pengalamannya dapat lebih bermanfaat untuk membahas topik yang serius. Sama halnya dengan informan 2 yang menjelaskan bahwa sedikit banyaknya setuju dengan hal tersebut. Berikut penjelasan informan 2: “Sedikit banyaknya setuju sih karena kebanyakan dari mereka itu modal popularitas aja, contohnya misalkan hm ada lah salah satu partai biru tuh kan mereka banyak banget yang artisnya masuk, gatau pendidikannya dari mana, terus Calegnya tuh kayak gampang lah nyalegnya. Nyaleg tuh jadi kayak agenda yang gampang buat diikutin karena kan kalo dibandingin sama orang yang bukan selebritas, kita biasanya di partai politik itu beberapa tahun dulu gitu baru bisa ngajuin diri, tapi kalau selebritas tuh kayaknya gampang banget”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2, dirinya merasa sedikit banyaknya setuju dengan adanya komentar negatif dari masyarakat terkait Caleg selebritas. Informan 2 memberikan salah satu contoh, yaitu salah satu partai biru yang memiliki banyak Caleg dari kalangan selebritas, tetapi pendidikannya tidak diketahui dengan jelas. Informan 2 menganggap

Caleg selebritas mudah sekali untuk mengajukan dirinya sebagai Caleg, sedangkan orang yang tidak berasal dari kalangan selebritas harus menunggu selama beberapa tahun dahulu untuk dapat mengajukan dirinya menjadi Caleg.

7 Sama halnya dengan informan 1 dan 2. Berikut penjelasan informan 3: “Iya, banget sih, aku setuju banget sama pendapat itu. Caleg selebritas tuh kayak cuma ngandelin popularitas mereka buat dapetin suara partai gitu, tapi apa mereka punya kompetensi yang cukup buat benar-bener ngurusin urusan politik? Aku juga ngerasa mereka belum siap sama tugas-tugas yang sebenarnya di dunia politik, apa lagi mereka juga baru-baru gitu”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024)

. Berdasarkan penjelasan dari informan 3 terasa sangat setuju dengan adanya komentar negatif dari masyarakat terkait Caleg selebritas, sebab informan 3 merasa Caleg selebritas memang betul hanya mengandalkan popularitas untuk mendapatkan suara partai. Informan 3 juga mempertanyakan terkait dengan kompetensi Caleg selebritas dan merasa bahwa Caleg selebritas belum siap untuk mengurus tugas-tugas politik karena dirasa belum memiliki jam terbang dalam dunia politik. Salain penjelasan informan 1, 2, dan 3, terdapat penjelasan informan 4. Berikut penjelasan informan 4: “Kalau menurut aku sih pendapat terkait komentar negatif dari masyarakat aku setuju sih sama itu, soalnya kalau misalnya dibidang modal popularitas doang ya emang bener, tuh contohnya si Verrel tuh dia bisa maju sekarang 56 ngewakilin masyarakat, dia dari mana, latar belakang pendidikannya gimana. Kita tau dia itu siapa coba? Pemain sinetron di SCTV apa RCTI gitu aku lupa, tapi emang modal popularitas tiba-tiba menang karena emang punya followers nya banyak gitu, terus mana partainya juga ngebolehin aja lagi buat dia maju, ya alesannya sih pasti buat dongkrak suara partainya sendiri ya kita sama-sama tau tiba-tiba menang aja tuh orang. Gitu sih kak kalau dari aku”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024)

. Berdasarkan penjelasan informan 4 setuju dengan adanya komentar negatif yang ada terkait dengan Caleg selebritas. Hal ini karena informan 4

menganggap Caleg selebritas hanya modal popularitas, seperti Verrel Bramasta yang menang untuk mewakili masyarakat, tetapi tidak diketahui latar belakang pendidikannya, Informan 4 juga mengetahui Verrel hanya sebatas pemain sinetron pada televisi RCTI atau SCTV. Menurut informan 4, kehadiran Caleg selebritas hanya dianggap sebagai pendongkrak suara dari partai. Maka dari itu, keempat informan merasa setuju dengan adanya komentar negatif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrak suara partai dan tidak memiliki kompetensi yang cukup. Tabel 4.6 Ringkasan Pengetahuan Caleg Selebritas di Pileg 2024 Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Farid Attar Ridwan (I-2) Winda Sintia (I-3) Syifa Aulia (I-4) Menyebutkan nama-nama Caleg selebritas dan partainya yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube Uya Kuya dari PAN, Melly dari Gerindra Prabowo, Nafa Urbach dari Nasdem, Denny Cagur dari PDIP, total ada empat. Uya Kuya dari PAN Pak Zul, Melly dari Gerindra Pak Prabowo, Nafa Urbach dari Nasdem, Nasdemnya Pak Paloh, Denny Cagur PDIP partainya Bu Mega. Denny Cagur mewakili PDIP, Nafa Urbach partainya Nasdem, Uya Kuya partainya PAN, Melly Goeslaw mewakili Gerindra. Denny Cagur dari PDIP, Nafa Urbach dari Nasdem, Teh Melly dari Gerindra, Uya Kuya dari PAN. Menyebutkan nama Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024 selain yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube Komeng, Once, Bedu, Ahmad Dhani Rano Karno dari PDIP, Verrell Bramasta, Eko Patrio dari PAN, Mulan Jameela dari Gerindra, Taufik Hidayat, dan Narji dari PKS Verrel, Krisdayanti, Thoriq Halilintar, Anang Super Dede, Komeng, Verrel. Menjelaskan istilah Calon Legislatif atau Caleg Orang yang mencalonkan diri sebagai anggota Orang yang bertarung untuk mendapatkan Orang yang mencalonkan diri menjadi anggota Orang yang mencalonkan diri menjadi anggota legislatif. 57 beserta tugasnya legislatif, memiliki tugas untuk meyakinkan masyarakat untuk memilih dirinya, dan penjaga mimpi di Gedung di mana undang-undang dibuat dan diubah. kursi di Parlemen. Tugasnya



menjadi jembatan antara masyarakat dengan pemerintah dan membawa aspirasi rakyat untuk membuat kebijakan yang membantu rakyat. legislatif atau parlemen dalam pemilu. Tugasnya mewakili masyarakat dan mengambil keputusan legislatif. Memiliki tugas utama mewakili suara masyarakat di DPR dan DPD serta mengatur kepentingan rakyat. Menjelaskan istilah Caleg selebritas Orang yang memiliki latar belakang selebritas, seperti Komeng, penyanyi, pesulap. Mengeluarkan janji manis agar dipilih masyarakat. Orang yang memiliki popularitas dan mencalonkan diri sebagai anggota legislatif, seperti memiliki ketenaran di dunia hiburan, penyanyi, tokoh di media sosial. Orang yang memiliki latar belakang selebritas atau artis yang terjun ke politik mencalonkan DPR, DPD atau lembaga legislatif lainnya. Umumnya memiliki basis penggemar, sehingga dapat dikatakan sebuah privilege. Caleg yang terkenal berasal dari dunia hiburan, seperti pemain film, musik, dan yang tampil di televisi. Pendapat terkait komentar positif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas dapat memberi nuansa segar, menarik, dan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik. Tidak setuju dengan komentar positifnya, sebab Caleg selebritas hanya mengandalkan followers tanpa diketahui apakah latar belakang pendidikan sesuai dengan politik. Tidak setuju, sebab terlibatnya selebritas di politik umumnya didorong oleh ketenaran dibandingkan pemahaman terkait politiknya. Skeptis dan tidak setuju, sebab Caleg selebritas terkadang membawa drama tambahan di panggung politik yang sudah cukup kacau. Tidak setuju, sebab Caleg selebritas hanya membuat pusing dan belum tentu menjadi pilihan yang lebih baik di tengah krisis kepercayaan kepada elit politik. Pendapat Setuju Setuju Setuju sekali Setuju karena 58 terkait adanya komentar negatif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrak suara partai dan tidak memiliki kompetensi yang cukup. karena selebritas bidangnya adalah menghibur bukan mengatur. Lebih baik melihat orang-orang yang ahli di bidangnya dibandingkan mendengarkan omongan selebritas karena Caleg selebritas hanya modal

popolaritas dibandingkan pendidikannya. Caleg menjadi agenda yang mudah diikuti selebritas, padahal umumnya orang biasa harus menunggu beberapa tahun dahulu di partai politik untuk mengajukan diri sebagai Caleg. karena memang Caleg selebritas hanya mengandalkan popularitas untuk mendapatkan suara partai, tetapi tidak memiliki kompetensi yang cukup dalam hal politik. Caleg selebritas belum siap dengan tugas yang sebenarnya di dalam politik. betul hanya bermodal popularitas, seperti Verrel yang mengandalkan followers nya dan kemudian menang dalam Pileg 2024, tetapi tidak diketahui jelas pendidikannya. Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil wawancara yang dilakukan, keempat informan mengetahui siapa saja Caleg selebritas yang hadir dalam talkshow Mata Najwa episode "Adu Rayu Caleg Artis" di YouTube. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan mereka menyebutkan nama dan partai dari Caleg selebritas yang hadir. Selain itu, keempat informan juga dapat menyebutkan nama-nama Caleg selebritas lain yang maju di Pileg 2024 Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa mereka memiliki pengetahuan yang cukup baik atas fenomena caleg selebritas di Indonesia yang sedang ramai diperbincangkan. Informan 1 menyebutkan nama-nama seperti Komeng, Once, Bedu, dan Ahmad Dhani sebagai caleg selebritas yang maju di Pileg 2024. Informan 2 menyebutkan nama-nama seperti Rano Karno, Verrell Bramasta, Eko Patrio, Mulan, Taufik Hidayat, dan Narji, lengkap dengan nama partainya. Informan 3 menyebutkan nama-nama seperti Verrell, Krisdayanti, dan Thariq Halilintar. Sementara Informan 4 menyebutkan nama Super Dede, Komeng, dan Verrell. Selain mengenal para Caleg selebritas, keempat informan juga dapat menjelaskan apa itu Caleg dan bagaimana tugas dari seorang Caleg, sesuai dengan definisi dari calon legislatif atau Caleg sendiri yang mana merupakan seorang individu yang mencalonkan diri untuk masuk sebagai anggota legislatif, calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), atau Dewan Perwakilan Rakyat Daerah 22 (DPRD) (Ratnasara, 2019, p. 1). Informan 1 menjelaskan bahwa Caleg atau Calon legislatif adalah orang yang mencalonkan dirinya sebagai anggota legislatif. Tugas

mereka adalah meyakinkan masyarakat untuk memilih mereka saat pemilu, dan jika terpilih, mereka akan berada di Gedung Legislatif untuk membuat atau mengubah undang-undang. Informan 1 juga menyebut Caleg sebagai "penjaga mimpi" 59 masyarakat karena keputusan mereka sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Informan 2 mengartikan Caleg sebagai orang-orang yang bertarung untuk mendapatkan kursi di parlemen, seperti DPR dan DPD. Dia menekankan bahwa tugas Caleg adalah menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah, membawa aspirasi rakyat untuk dibuat kebijakan yang membantu masyarakat. Kemudian, Informan 3 menjelaskan bahwa Caleg adalah orang yang mencalonkan diri untuk menjadi anggota legislatif atau anggota parlemen dalam pemilu. Tugas mereka adalah mewakili kepentingan masyarakat di wilayah atau daerah pemilihan mereka dan mengambil keputusan di lembaga legislatif. Mirip dengan ketiga informan, Informan 4 menyatakan bahwa Caleg adalah orang yang mencalonkan diri sebagai anggota legislatif dan memiliki tugas utama untuk mewakili suara masyarakat di DPR dan DPD. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur kepentingan rakyat. Keempat informan juga dapat menjelaskan terkait dengan istilah dari Caleg selebritas. Informan 1 menjelaskan bahwa Caleg selebritas merupakan orang yang memiliki latar belakang selebritas, penyanyi, hingga pesulap. Informan 2 menjelaskan bahwa Caleg selebritas adalah orang yang memiliki popularitas dan mencalonkan diri menjadi anggota legislatif. Informan 3 menjelaskan bahwa Caleg selebritas merupakan orang yang memiliki latar belakang selebritas atau artis yang terjun ke politik mencalonkan DPR, DPD atau lembaga legislatif lainnya, serta terdapat informan 4 yang menjelaskan bahwa Caleg selebritas adalah Caleg yang terkenal berasal dari dunia hiburan. Maka dari itu, penjelasan keempat informan dapat dianggap benar, sebab sama halnya dengan istilah yang berada di konsep Caleg selebritas, yaitu merupakan individu yang tersohor (terkenal, ternama, termasyhur) yang tidak luput dari sorotan media (Badriyah, 2023). Mereka yang memiliki latar belakang dari berbagai kategori, seperti penyanyi, pemusik, atlet, pesulap, presenter, sutradara, dan

hiburan lainnya yang memutuskan untuk dapat terlibat di dalam dunia politik (Badriyah, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa keempat informan, meskipun masih tergolong Gen Z khususnya pemilih pemula, memiliki pengetahuan yang cukup memadai tentang dinamika politik Indonesia, terutama terkait fenomena Caleg selebritas. Dalam kajian terkait Caleg selebritas, adanya keterlibatan Caleg selebritas disinyalir untuk dapat menarik perhatian pemilih muda.

3 Caleg selebritas memiliki daya tarik tersendiri, terutama di kalangan para generasi muda yang lebih cenderung terkoneksi dengan media sosial. Dengan adanya Caleg selebritas, diharapkan partai dapat memperluas jangkauan pesan politik serta menarik perhatian para pemilih (Ratnasara, 2019, p. 50).

Namun, temuan dari wawancara menunjukkan adanya ketidakcocokan dengan harapan tersebut. Ketika ditanyakan tentang komentar positif dan negatif dari masyarakat terhadap Caleg selebritas. Keempat informan tidak setuju dengan komentar positif dari masyarakat yang menyatakan bahwa Caleg selebritas dapat memberi nuansa segar, 60 menarik, dan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik.

Informan 1 berpendapat bahwa Caleg selebritas hanya memanfaatkan banyaknya followers mereka, sehingga dianggap curang. Menurutnya, Caleg selebritas hanya bermodal followers dan ikut serta dalam pemilihan legislatif tanpa diketahui pendidikannya tidaklah cukup, lalu informan 2 menjelaskan bahwa komentar positif dari masyarakat mungkin terjadi karena anggapan bahwa politikus yang ada terkadang monoton dan kaku. Namun, informan 2 merasa bahwa keterlibatan selebritas dalam politik lebih didorong oleh ketenaran mereka daripada pemahaman politiknya, sehingga dirinya tidak setuju dengan komentar positif tersebut. Informan 3 merasa skeptis terhadap Caleg selebritas karena menurutnya dunia politik bukan hanya tentang popularitas. Dirinya merasa bahwa Caleg harus lebih dari sekadar wajah yang dikenal di televisi atau layar lebar. Menurut informan 3, Caleg selebritas juga tidak membawa nuansa segar, melainkan terkadang membawa drama tambahan ke panggung politik yang sudah berantakan. Sama seperti informan 3, Informan 4 juga tidak sependapat dengan komentar positif

dari masyarakat. Ia merasa bahwa kehadiran Caleg selebritas membuat dirinya pusing dan tidak menarik. Jika dikatakan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan, menurutnya hal ini belum tentu tepat. Keempat informan yang ada dalam penelitian ini begitu konsisten dengan pernyataannya di mana ketika ditanya terkait dengan komentar positif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas dapat memberi nuansa segar, menarik, dan menjadi pilihan lain di tengah krisis kepercayaan kepada politisi ataupun elit politik mereka semua menjawab tidak setuju, kemudian di pertanyaan terkait adanya komentar negatif dari masyarakat bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrak suara partai dan tidak memiliki kompetensi yang cukup, keempat informan menjawab setuju dengan hal tersebut. Informan 1 menjelaskan bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas untuk mendongkrak suara partai dan tidak memiliki kompetensi. Informan 1 beranggapan bahwa bidang selebritas adalah menghibur, bukan mengatur. Menurutnya, lebih baik melihat orang-orang yang memang ahli di bidangnya daripada mendengarkan ucapan dari para selebritas. Meskipun Caleg biasa tidak populer, pengetahuan dan pengalaman mereka dapat lebih bermanfaat untuk membahas topik yang serius. Informan 2 juga merasa setuju dengan adanya komentar negatif tersebut. Dirinya memberikan contoh tentang salah satu partai biru yang memiliki banyak Caleg dari kalangan selebritas, namun pendidikannya tidak diketahui dengan jelas. Informan 2 menganggap bahwa Caleg selebritas mudah sekali mengajukan diri sebagai Caleg, sedangkan orang biasa harus menunggu beberapa tahun untuk bisa mencalonkan diri. Sama halnya dengan informan 2, informan 3 menjelaskan bahwa Caleg selebritas memang hanya mengandalkan popularitas untuk mendapatkan suara partai. Dirinya mempertanyakan kompetensi Caleg selebritas dan merasa bahwa mereka 61 belum siap mengurus tugas-tugas politik karena belum memiliki jam terbang dalam dunia politik. Lalu informan 4 juga setuju dengan komentar negatif tersebut. Ia menganggap bahwa Caleg selebritas hanya bermodal popularitas, seperti Verrell Bramasta yang menang untuk mewakili

masyarakat, tetapi latar belakang pendidikannya tidak diketahui jelas. Menurutnya, kehadiran Caleg selebritas hanya dianggap sebagai pendongkrak suara partai. Secara keseluruhan, keempat informan dapat disimpulkan lebih setuju dengan komentar negatif dari masyarakat dan menjawab dengan konsisten dengan pandangan mereka.

#### 4.2.6 Pemaknaan Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube Berangkat dari talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube yang menjadi objek penelitian kemudian adanya fenomena kontroversi kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 yang menjadi fokus utama. Talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis memiliki preferred reading, yaitu meskipun banyak dari masyarakat Indonesia yang meremehkan Caleg selebritas, tetapi masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Kemudian, dalam menerima sebuah pesan, tentu akan ada perbedaan pemaknaan yang beragam. Melalui pertanyaan pendapat terkait kompetensi Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024, pendapat terkait talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis yang mencoba memberi pandangan positif terkait Caleg selebritas serta pendapat apakah seharusnya Caleg selebritas tidak diremehkan, pendapat terkait preferred reading, dan pertanyaan terkait apakah setelah menonton talkshow tersebut informan bersedia memilih Caleg selebritas di Pileg tahun berikutnya, maka akan diketahui posisi pemaknaan dari keempat informan tersebut. Berikut penjelasan informan 1 tentang pendapatnya terkait kompetensi Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024: “Yang di tahun ini berarti ya? Caleg selebritasnya? Hm jujur gak setuju karena ya kita bisa liat latar belakang pendidikannya, sekarang juga gampang tinggal searching Caleg selebritas ini pendidikannya apa, nah yang gua temuin ya emang mereka berpendidikan, tapi gak sesuai dengan politik atau sama yang mereka perjuangkan, terus ya percaya dari mana kalau mereka punya kompetensi, sedangkan gak ada track record nya. Jadi gua masih anggap kalau itu mereka ngandelin followers nya aja daripada pendidikannya. Ini bukannya

gua kasian sama Caleg yang bukan selebritas ya, tapi emang mereka yang dari bawah ngerintis ini emang udah di bidangnya, gak ngandelin followers, jadi harusnya bisa ngurus lebih bagus”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 tidak setuju dengan Caleg selebritas yang maju pada Pileg 2024. Informan 1 berpendapat jika mencari tahu latar belakang pendidikan dari Caleg selebritas tersebut maka tidak ada kesesuaian dengan politik atau hal-hal yang mereka perjuangkan. Maka dari itu, tidak dapat diketahui dengan jelas apakah mereka memiliki kompetensi yang baik sebab juga tidak ada track record yang jelas. Informan 1 juga masih memiliki anggapan bahwa Caleg selebritas hanya mengandalkan followers daripada pendidikannya dan informan 1 tetap mendukung 62 Caleg yang bukan dari kalangan selebritas karena merintis dari awal, tidak mengandalkan followers, dan dirasa dapat mengurus masyarakat lebih baik. Hal ini juga dirasakan oleh informan 2 yang juga tidak setuju dengan kehadiran Caleg selebritas di Pileg 2024. Berikut penjelasan informan 2: “Hm balik lagi ke yang pernyataan saya yang tadi, walaupun saya masuk partai, tapi saya kurang sepakat sama Caleg dari kalangan selebritas sekarang. Alasannya yang pertama nih, popularitas dari selebritas gak selalu mencerminkan si kualitas kepemimpinan mereka. Mereka gabung di politik ya didorong sama ketenaran daripada kompetensinya, kita gak tau seberapa mereka paham tentang isu-isu politik. Kalo milih Caleg berdasarkan popularitasnya aja ya khawatir gak sih kalau dia nanti mengesampingkan kebutuhan pemimpin yang ada kualitasnya atau kompeten lah ya. Terus juga ini tuh khawatirnya jadi kabur garis politik sama hiburan. Masyarakat mungkin lebih milih berdasarkan popularitas, ketenaran daripada program politiknya gitu loh. Takutnya itu politik kita justru berorientasinya ke citra bukan substansi, yang akhirnya mungkin gak ngehasilin perubahan yang signifikan di dalam pemerintahan”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 2, walaupun informan 2 berasal dari anggota

partai politik, tetapi informan 2 tetap merasa kurang sepakat dengan hadirnya Caleg selebritas di Pileg 2024, sebab popularitas dari Caleg selebritas dianggap tidak selalu mencerminkan kualitas kepemimpinan mereka. Informan 2 beranggapan bahwa Caleg selebritas terjun ke politik hanya didorong oleh ketenaran dibandingkan kompetensinya dan tidak diketahui seberapa mereka paham akan isu-isu politik. Hadirnya Caleg selebritas justru dikhawatirkan mengesampingkan kandidat yang memiliki kompetensi, mengaburkan garis politik dan hiburan, serta dikhawatirkan politik di Indonesia akan berorientasi citra dan bukan substansi. Selain penjelasan informan 1 dan 2, terdapat penjelasan informan 3 yang juga merasa tidak setuju. Berikut penjelasan informan 3: “Hm kalau menurut aku sih sebenarnya Caleg selebritas kan emang bisanya diliat dari sisi popularitasnya aja sih, terus pas dipertimbangkan dari segi kompetensi, mereka kurang memadai. Jujur aja, cuma karena mereka terkenal di dunia hiburan tuh belum tentu juga mereka punya keahlian atau pengetahuan yang cukup buat ngurus urusan politik”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3, dirinya melihat Caleg selebritas hanya dapat dilihat dari segi popularitas dan kompetensinya kurang memadai. Informan 3 berpendapat bahwa terkenal dalam dunia hiburan belum tentu memiliki keahlian atau pengetahuan yang cukup untuk mengurus politik. Selain penjelasan informan 3, terdapat penjelasan dari informan 4 sebagai berikut: “Hm buat Caleg selebritas waduh pusing banget nih kak ngomonginnya kayak banyak banget seleb yang tiba-tiba terjun ke dunia politik kan, tapi kompetensinya transparan, aku bingung kayak pertama kok dibolehkan sama partainya, Super Dede sama Bedu tuh sampe jual mobilnya sama perhiasannya, aku nonton tuh di podcast lain di podcast nya Kaesang dia sampe ngejual emas istrinya cuman buat nyaleg menurut aku aneh banget 63 sih, terus pendapat aku, aku gak setuju kalau misalnya banyak selebritas yang masuk politik kayak pusing rame-rame masuk politik tapi kompetensinya tuh sebenarnya ya di dunia hiburan aja”. (Informan 4, wawancara mendala



m Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 kompetensi dari Caleg selebritas dapat dikatakan transparan. Informan 4 juga merasa bingung mengapa selebritas mendapat dukungan dari partai politik contohnya, Super Dede dan Bedu yang hingga mempertaruhkan harta kekayaannya, tetapi sebenarnya hanya memiliki kompetensi di dunia hiburan saja. Maka dari itu, dapat disimpulkan dari keempat informan menganggap tidak ada kompetensi terkait Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024. Keempat informan menjelaskan pendapatnya terkait dengan talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis yang mencoba memberi pandangan positif terkait kompetensi Caleg selebritas dan setelah menonton talkshow tersebut apakah informan berpikir bahwa memang seharusnya Caleg selebritas tidak diremehkan. Berikut penjelasan dari informan 1: “Menurut gua sih citra Caleg selebritasnya udah terlalu apa ya, gak tertolong walaupun mau dikasih panggung gitu ya sama aja sih, kurang lah . (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 1 citra dari Caleg selebritas sudah tidak dapat tertolong walaupun sudah diberi panggung dan informan 1 masih merasa bahwa kompetensi Caleg selebritas kurang memadai. Sama halnya dengan penjelasan informan 2 sebagai berikut: “Hm gimana ya, saya sih liatnya buat hiburan aja sih. Ya gak lebih gak kurang lah. Saya masih berpendapat kalau itu hanya buat hiburan aja, sejujurnya masih gak bisa dipercaya. Soalnya saya masih butuh bukti, misal contohnya komeng lah mau ngapain sih dia itu kan kepilih ya dia. Kita liat aja gimana kedepannya. Itu dia dapet suara banyak juga kan viral gara- gara foto di kertas suara. Masalah kompetensi ya gimana ya, kurang si gak terpercaya . (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 Caleg selebritas yang hadir pada talkshow hanya untuk hiburan semata, tidak kurang dan tidak lebih. Informan 2 beranggapan bahwa kompetensi Caleg selebritas masih belum dapat dipercaya contohnya Komeng yang menang dalam Pileg karena kertas suaranya yang viral. Maka dari itu, masih dibutuhkan bukti yang nyata atas kinerja Caleg selebritas yang menang

pada Pileg 2024 kemarin. Selain penjelasan informan 1 dan 2, terdapat penjelasan informan 3 sebagai berikut: “Hm kayaknya bukan rahasia umum lagi deh kak, kalau mereka emang kompetensinya kurang bagus. Kalo emang ada yang punya nih, punya kompetensi, dia bisa kerja misal, ya pasti masyarakat gak akan seenggak suka itu. Ini gara-gara ya emang gak ada kompetensinya jadi rame gini, 64 masyarakat yang kritis pasti bisa nilai juga sih kak . (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan dari informan 3 bukan sebuah rahasia umum jika memang Caleg selebritas kurang dalam hal kompetensi di dunia politik. Hal ini yang menyebabkan terjadinya kontroversi saat banyak Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024. Informan 3 yakin bahwa masyarakat yang kritis dapat menilai dengan baik. Selain itu terdapat penjelasan informan 4 sebagai berikut: “Menurut aku pribadi emang gak punya kompetensi yang bagus sih kak, kalau mereka punya kompetensi yang bagus kita pasti bisa liat lah track record mereka. Nah sebenarnya tuh ini seleb-seleb juga bingung kayak misalnya kayak ada Krisdayanti, Anang. Nah Krisdayanti ini aku sebenarnya gak tau dia di dalam DPR ngapain, mungkin ada lagi kayak Tina Toon tuh yang bolo- bolo, dia kan aktif banget ya di Instagram dia kayak dia tuh ngapain aja kerjanya, Cuma kan aku juga gak tau ya kalau misalnya di media sosial kayak dia bisa upload-upload aja padahal belum tentu kerjanya sekeras itu. Intinya sih aku gak setuju ya sama Caleg selebritas . (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 Caleg selebritas tidak memiliki kompetensi yang baik, sebab jika memang memiliki kompetensi yang baik maka masyarakat dapat melihat track record nya, Informan 4 juga merasa bingung dengan anggota legislatif dari kalangan selebritas yang sudah terpilih dan masuk ke dalam DPR apakah mereka menjalankan tugasnya dengan baik. Pada intinya informan 4 merasa tidak setuju dengan Caleg selebritas. Keempat informan menjelaskan terkait preferred reading yang menyatakan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Berdasarkan keempat

informan memiliki jawaban yang sama, yaitu tidak ada harapan bagi Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Berikut penjelasan informan 1: “Menurut gua enggak sih, gak bisa kita berhadap ke Caleg selebritas karena latar belakangnya yang dari entertainment itu ya buat menghibur, jadi kurang dong dalam mengatur. Memang punya pendidikan, tapi ya ga sesuai dengan apa yang politik butuhkan, terus juga walaupun pendidikannya politik nih misal, agak meragukan juga sebenarnya. Nilai kompetensinya juga bingung dari mana. Meragukan karena memang mereka menurut gua citranya udah terlalu dalam di entertainment, takutnya kayak Komeng yang visi misinya untuk menaikkan budaya di Jawa Barat udah itu doang, karena dia bidangnya itu, taunya itu doang, gak ada tuh bahas yang lain. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024).

Berdasarkan penjelasan informan 1 tidak dapat berhadap pada Caleg selebritas, sebab latar belakang yang berasal dari entertainment hanya cocok untuk menghibur masyarakat bukan untuk mengatur kebijakan. Walaupun Caleg selebritas itu memiliki pendidikan, tetapi informan 1 tetap beranggapan tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh politik Indonesia dan walaupun pendidikan Caleg selebritas tersebut politik, tetap dianggap meragukan, seperti Komeng yang visi dan misinya hanya untuk menaikkan budaya di Jawa Barat. Sama halnya dengan penjelasan 65 informan 2 yang merasa tidak ada harapan terhadap Caleg selebritas.

Berikut penjelasan dari informan 2: “Sebenarnya harapannya sih yang terbaik aja lah buat pemerintah. Caleg selebritas nih kayak apa ya justru malah ngenyampingin kandidat-kandidat yang mungkin memang punya pengalaman terus dedikasi yang lebih besar gitu di politik, tapi justru yang punya kompetensi nih jadi kurang kelihatan gitu, kurang dikenal sama masyarakat ketutup yang selebritas ini. Jadi harapan ke Caleg selebritas enggak sih. Malah ngurangin kesempatan buat orang-orang yang punya visi misi kuat tapi gak ada kesempatan diliat”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 seperti tidak ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk

membawa perubahan ke arah yang positif, sebab hadirnya Caleg selebritas dianggap justru mengenyampingkan kandidat yang memiliki pengalaman, dedikasi, dan kompetensi yang lebih besar pada politik. Informan 2 juga menganggap Caleg selebritas dapat mengurangi kesempatan kepada Caleg biasa yang memiliki visi dan misi kuat, tetapi tidak ada kesempatan untuk dilihat. Selain penjelasan dari informan 1 dan 2, terdapat penjelasan informan 3 sebagai berikut: “Hm kalo ngomongin harapan ya, mereka buktiiin dulu deh, baru nanti ada harapan. Kalo sekarang sih ngerasa belum ada harapan ya, apa kita bisa liat kerja nyata dari seorang Verrel misal. Kita butuh orang-orang yang punya track record yang jelas juga gitu kak, bukan cuma di panggung hiburan, tapi juga di dunia nyata mana gitu buktinya”. (Informan 3, wawancara mendalam Wind a Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 saat ini belum ada harapan kepada Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Informan 3 membutuhkan bukti nyata atas kerja dari Caleg selebritas yang dilihat dari track record nya. **7 Sama halnya dengan informan 4.** Berikut penjelasan informan 4: “Aku lebih ke mau liat bukti nyatanya dulu aja sih kak, kalau sekarang menurut aku jujur belum pantas mereka tuh buat nyuarain hak masyarakat”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan dari informan 4 membutuhkan bukti nyata dan saat ini informan 4 beranggapan bahwa Caleg selebritas belum pantas untuk menyuarakan hak dari masyarakat. Maka dari itu, keempat informan menyatakan bahwa tidak ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif dalam politik Indonesia. Keempat informan memberi penjelasan terkait dengan kesediaannya untuk memilih Caleg selebritas di tahun berikutnya setelah adanya talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Keempat informan masih menganggap bahwa Caleg selebritas kurang memiliki kompetensi, sehingga masih belum mau untuk memilih Caleg selebritis di Pileg tahun berikutnya. Berikut penjelasan informan 1: 66 “Setelah nonton itu ya, sama aja, gak berubah, masih kurang lah Caleg selebritas tuh,

REPORT #22128165

alasanya ya balik lagi hanya modal populer, followers banyak, tapi gak tau pendidikannya apa kompetensinya gimana, jadi kurang bisa yakin sih ke Caleg selebritas”. (Informan 1, wawancara mendalam Andi Nurhakim, 5 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 1 pendapatnya tidak berubah dan menganggap bahwa kompetensi Caleg selebritas masih kurang karena hanya bermodal populer, followers yang banyak, tetapi tidak diketahui jelas pendidikan dan kompetensinya, sehingga informan 1 masih belum bersedia untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun selanjutnya. Sama seperti penjelasan informan 2 yang masih belum bersedia memilih Caleg selebritas. Berikut penjelasan informan 2: “Sebenarnya balik lagi sih kayak yang sebelumnya ya, enggak sih agak kurang sih, soalnya emang mau milih orang yang kompeten di bidang itu, ada pengalaman, dan yang tau tuh seluk-beluk dari si politik itu. Kayak misalkan contoh terdekatnya yang lagi rame di bola nih Erick Thohir dia tuh tau tentang sepak bola, tau gimana politik dalam sepak bola, jadi dia bisa ngatur tuh lebih enak, bukan cuma formalitas aja jadi ketua, paling gitu sih”. (Informan 2, wawancara mendalam Farid Attar Ridwan, 6 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 2 sama seperti sebelumnya bahwa Caleg selebritas masih dianggap kurang kompeten di bidang politik, pengalaman, dan seluk beluknya yang belum diketahui dengan jelas. Informan 2 juga lebih percaya pada orang yang memang memiliki pengalaman, sehingga nantinya dapat mengatur tugasnya dengan baik. Selain penjelasan dari informan 1 dan 2, terdapat penjelasan informan 3 sebagai berikut: “Hm kalau misalkan milih di tahun berikutnya sih masih sama sih ini kayaknya, kayak yang tadi aku sempet bilang kalau popularitas mereka gak mencerminkan kompetensi mereka, jadi aku masih kurang sreg gitu”. (Informan 3, wawancara mendalam Winda Sintia, 11 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 3 menganggap Caleg selebritas hanya mengandalkan popularitas tanpa mencerminkan kompetensinya, sehingga informan 3 masih tidak setuju untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun berikutnya. Selain penjelasan informan 1, 2, dan 3,

terdapat penjelasan dari informan 4. Berikut penjelasan informan 4: “Kalau ditanya bersedia atau engga di tahun berikutnya gara-gara nonton ini, jujur enggak sih karena cuman nonton aja, terus kalau misalnya mempengaruhi pikiran aku juga enggak, karena apa ya, ya liat dulu aja yang sekarang udah kepilih toh ini jadi pembelajaran juga kalau kita sebagai masyarakat, kalau misalnya milih-milih Caleg itu gak boleh asal-asalan aja kayak tiba-tiba Komeng kepilih, coba nih misalnya Super Dede kepilih juga kayak wow seru sekali politik ini”. (Informan 4, wawancara mendalam Syifa Aulia, 12 Mei 2024). Berdasarkan penjelasan informan 4 setelah menonton talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube tidak mempengaruhi pikirannya untuk memilih Caleg selebritas. Informan 4 membutuhkan bukti terlebih dahulu dari Caleg selebritas yang sudah terpilih dan menjadi pembelajaran bagi masyarakat jika memilih 67 Caleg selebritas harus penuh pertimbangan yang serius, sebab jika Super Dede terpilih menjadi anggota legislatif maka informan 4 beranggapan bahwa politik Indonesia cukup aneh sekali. Posisi Pemaknaan Informan Dari wawancara yang telah dilakukan dengan keempat informan maka dapat menunjukkan posisi pemaknaan mengenai kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Preferred reading atau pesan yang ingin disampaikan oleh talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis adalah masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif.

4 Maka dari itu, jika merujuk pada teori resepsi, informan akan masuk ke dalam posisi pemaknaan, seperti hegemoni dominan, negosiasi, ataupun oposisi. Informan 1 dengan latar belakang lahir pada tahun 2003 dan saat ini berusia 21 tahun merupakan seorang mahasiswa semester 8 jurusan Manajemen di Universitas Gunadarma. Dirinya telah mengikuti Pemilu satu kali dan memiliki ketertarikan pada politik, dibuktikan dengan bergabung dalam Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Saat ditanya mengenai kompetensi Caleg selebritas yang maju di Pileg 2024, Informan 1 menyatakan ketidaksetujuannya. Dirinya berpendapat bahwa latar belakang pendidikan Caleg

selebritas tidak sesuai dengan politik atau hal-hal yang mereka perjuangkan, sehingga kompetensinya diragukan. Menurutnya, Caleg selebritas cenderung mengandalkan jumlah followers daripada pendidikan dan pengalaman politik yang memadai. Informan 1 menegaskan bahwa ia lebih mendukung Caleg non- selebritas yang merintis dari awal dan memiliki kompetensi untuk mengurus masyarakat dengan lebih baik. Saat ditanya terkait dengan pandangan ketika talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis mencoba memberi pandangan positif mengenai Caleg selebritas, informan 1 berpendapat bahwa citra Caleg selebritas tidak dapat tertolong walaupun sudah diberi panggung. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1, peneliti juga dapat melihat bahwa informan 1 masuk ke dalam posisi oposisi sebab saat ditanya mengenai preferred reading yang menyatakan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif, informan 1 memberi penjelasan bahwa tidak dapat berharap pada Caleg selebritas, sebab latar belakang yang berasal dari entertainment hanya cocok untuk menghibur masyarakat bukan untuk mengatur kebijakan. Walaupun Caleg selebritas itu memiliki pendidikan, tetapi informan 1 tetap beranggapan tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh politik Indonesia dan walaupun pendidikan Caleg selebritas tersebut politik, tetap dianggap meragukan, seperti Komeng yang visi dan misinya hanya untuk menaikkan budaya di Jawa Barat dinilai kurang relevan dengan kebutuhan politik nasional. Setelah menonton dan adanya talkshow Mata Najwa, pandangan Informan 1 tidak berubah. Dirinya masih menganggap bahwa kompetensi Caleg selebritas kurang karena hanya bermodal popularitas dan jumlah followers yang banyak, tanpa kejelasan pendidikan dan kompetensinya, sehingga informan 1 tidak bersedia untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun selanjutnya. Meskipun tergabung dalam PSI yang memiliki beberapa Caleg selebritas, seperti Giring Nidji, Badai Kerispatih, dan Mongol Stress, Informan 1 merasa bahwa tidak ada harapan kepada Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Dari wawancara ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Informan 1 memiliki

posisi pemaknaan oposisi terhadap preferred reading yang disampaikan oleh talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis. Informan 1 secara konsisten menolak pesan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif dalam politik Indonesia. Argumennya didasarkan pada kurangnya kesesuaian antara latar belakang pendidikan dan pengalaman politik Caleg selebritas dengan kebutuhan legislatif yang serius. Dari wawancara bersama informan 2 yang berlatar belakang kelahiran tahun 2004 dan saat ini berusia 20 tahun, diketahui bahwa informan 2 adalah seorang mahasiswa semester 4 jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Informan 2 telah mengikuti Pemilu satu kali dan menunjukkan ketertarikan pada politik dengan bergabung dalam Partai Solidaritas Indonesia (PSI). Meskipun demikian, informan 2 menyatakan ketidaksetujuannya terhadap kehadiran Caleg selebritas di Pileg 2024. Menurutnya, popularitas Caleg selebritas tidak selalu mencerminkan kualitas kepemimpinan mereka. Informan 2 berpendapat bahwa motivasi utama Caleg selebritas terjun ke politik adalah ketenaran mereka, bukan kompetensi atau pemahaman mereka mengenai isu-isu politik. Informan 2 khawatir kehadiran Caleg selebritas akan mengesampingkan kandidat yang memiliki kompetensi dan mengaburkan garis antara politik dan hiburan, sehingga politik di Indonesia menjadi lebih berorientasi pada citra daripada substansi. Informan 2 juga melihat kehadiran Caleg selebritas dalam talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis sebagai bentuk hiburan semata, tanpa substansi yang berarti. Sebagai contoh, informan 2 menyebutkan fenomena Komeng yang menang dalam Pileg karena popularitas kertas suaranya yang viral, bukan karena kompetensi politiknya. Menurut informan 2, masih diperlukan bukti nyata atas kinerja Caleg selebritas yang memenangkan Pileg 2024. Dari pandangan yang disampaikan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa informan 2 berada dalam posisi oposisi terhadap preferred reading yang disampaikan oleh talkshow Mata Najwa, yaitu masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Informan 2 tidak melihat adanya harapan



tersebut dan menganggap kehadiran Caleg selebritas justru mengurangi kesempatan bagi kandidat yang lebih berpengalaman, berdedikasi, dan kompeten. Informan 2 percaya bahwa Caleg selebritas dapat menghalangi Caleg biasa yang memiliki visi dan misi kuat, tetapi kurang terlihat karena tidak memiliki popularitas yang sama. Informan 2 lebih percaya pada kandidat dengan pengalaman dan pengetahuan yang mumpuni di bidang politik. Pada sesi wawancara, informan 2 menolak untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun berikutnya, sebab ingin memilih orang yang benar-benar kompeten, berpengalaman, dan yang mengetahui seluk beluk dari politik. Pandangannya konsisten bahwa Caleg selebritas tidak kompeten dan tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang politik. Hal ini menempatkan informan 2 dalam posisi oposisi, sama seperti informan 1, meskipun dirinya berasal dari PSI yang juga sama memiliki Caleg selebritas. Hal ini menunjukkan bahwa pemaknaan atau pandangan informan 2 terhadap Caleg selebritas berbeda dengan pandangan partainya. Dari wawancara bersama informan 3 yang berlatar belakang lahir di tahun 2005 dan saat ini berusia 19 tahun, diketahui bahwa informan 3 adalah mahasiswi semester 2 jurusan Manajemen di Universitas Pamulang. Informan 3 telah mengikuti Pemilu satu kali dan menunjukkan ketertarikan pada politik dengan bergabung dalam Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Saat ditanya mengenai pendapatnya terkait Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024, informan 3 menjelaskan bahwa Caleg selebritas hanya dilihat dari segi popularitas dan kompetensinya dianggap kurang memadai. Menurut informan 3, terkenal dalam dunia hiburan belum tentu memiliki keahlian atau pengetahuan yang cukup untuk mengurus politik. Ketika ditanya terkait talkshow Mata Najwa episode "Adu Rayu Caleg Artis" yang mencoba memberi pandangan positif terkait kompetensi Caleg selebritas dan apakah setelah menonton talkshow tersebut informan 3 berpikir bahwa Caleg selebritas seharusnya tidak diremehkan, informan 3 menjawab bahwa memang bukan rahasia umum jika Caleg selebritas kurang dalam hal kompetensi di dunia politik. Hal ini menyebabkan terjadinya kontroversi saat banyak

Caleg selebritas maju dalam Pileg 2024. Informan 3 yakin bahwa masyarakat yang kritis dapat menilai dengan baik. Berdasarkan preferred reading yang menyatakan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif, peneliti menyimpulkan bahwa informan 3 masuk ke dalam posisi pemaknaan oposisi. Informan 3 menyatakan bahwa saat ini belum ada harapan kepada Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Informan 3 membutuhkan bukti nyata atas kinerja dari Caleg selebritas yang dilihat dari track record nya. Tak hanya itu, setelah adanya talkshow Mata Najwa episode "Adu Rayu Caleg Artis" di YouTube, informan 3 menganggap Caleg selebritas hanya mengandalkan popularitas tanpa mencerminkan kompetensinya, sehingga informan 3 masih tidak setuju untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun berikutnya. Dari wawancara bersama informan 4 dengan latar belakang lahir di tahun 2006 dan saat ini berusia 18 tahun, diketahui bahwa informan 4 adalah pelajar kelas 12 di SMAN 28 Kabupaten Tangerang. Informan 4 sudah pernah mengikuti Pemilu satu kali dan menunjukkan ketertarikan pada politik dengan bergabung dalam Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Saat ditanya mengenai pendapatnya terkait Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024, informan 4 menjawab bahwa kompetensi Caleg selebritas dapat dikatakan transparan. Informan 4 juga merasa bingung mengapa selebritas mendapat dukungan dari partai politik, contohnya Super Dede dan Bedu yang hingga 70 mempertaruhkan harta kekayaannya, tetapi sebenarnya hanya memiliki kompetensi di dunia hiburan saja. Ketika ditanya terkait talkshow Mata Najwa episode "Adu Rayu Caleg Artis" yang mencoba memberi pandangan positif terkait kompetensi Caleg selebritas dan apakah setelah menonton talkshow tersebut informan 4 berpikir bahwa Caleg selebritas seharusnya tidak diremehkan, informan 4 menjelaskan bahwa Caleg selebritas tidak memiliki kompetensi yang baik. Jika mereka memang memiliki kompetensi yang baik, masyarakat dapat melihat track record mereka. Informan 4 juga merasa bingung dengan anggota legislatif dari kalangan selebritas yang sudah terpilih dan masuk ke dalam DPR, apakah

mereka menjalankan tugasnya dengan baik. Masuk ke dalam preferred reading yang menyatakan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif, peneliti menyimpulkan bahwa informan 4 masuk ke dalam posisi pemaknaan oposisi. Sebab, informan 4 membutuhkan bukti nyata dan saat ini beranggapan bahwa Caleg selebritas belum pantas untuk menyuarakan hak masyarakat. Tak hanya itu, setelah adanya talkshow Mata Najwa episode "Adu Rayu Caleg Artis" di YouTube, informan 4 menyatakan hal tersebut tidak mempengaruhi pikirannya untuk memilih Caleg selebritas. Informan 4 membutuhkan bukti terlebih dahulu dari Caleg selebritas yang sudah terpilih dan menjadikan hal tersebut sebagai pembelajaran bagi masyarakat bahwa memilih caleg selebritas harus penuh pertimbangan yang serius. Sebab, jika Super Dede terpilih menjadi anggota legislatif, informan 4 beranggapan bahwa politik Indonesia cukup aneh sekali. Maka dari itu, informan 4 tidak bersedia untuk memilih Caleg selebritas di Pileg tahun berikutnya. Berdasarkan analisis posisi pemaknaan dari informan 1, 2, 3, dan 4. Berikut tabel posisi pemaknaan informan dalam penelitian ini: Tabel 4.7 Ringkasan Pemaknaan Kompetensi Caleg Selebritas di Pileg 2024 pada Talkshow Mata Najwa Episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube Deskripsi Andi Nurhakim (I-1) Oposisi Farid Attar Ridwan (I-2) Oposisi Winda Sintia (I-3) Oposisi Syifa Aulia (1-4) Oposisi Pendapat terkait kompetensi Caleg selebritas yang maju dalam Pileg 2024 Tidak ada nilai kompetensi pada Caleg selebritas karena Caleg selebritas tidak memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan politik, tidak memiliki track record, dan hanya Tidak setuju dengan Caleg selebritas karena popularitas dari selebritas tidak selalu mencerminkan kualitas kepemimpinan mereka. Bergabung di politik hanya didorong Caleg selebritas tidak memiliki kompetensi dan memang dapat dilihat dari sisi popularitasnya saja. Kompetensinya kurang memadai. Terkenal di Caleg selebritas kompetensinya transparan. Tidak setuju dengan banyaknya selebritas yang masuk dalam politik sebab hanya membuat pusing dan sebenarnya hanya memiliki kompetensi di 71

mengandalkan followers . ketenaran dibanding kompetensinya. Jika memilih Caleg hanya berdasarkan popularitas dikhawatirkan garis politik dan hiburan menjadi kabur, sehingga politik akan berorientasi citra dibandingkan substansi, serta nantinya tidak menghasilkan perubahan yang signifikan dalam pemerintahan. dunia hiburan belum pasti memiliki keahlian atau pengetahuan yang cukup untuk mengurus urusan politik. dunia hiburan, bukan politik. Pendapat tentang talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis yang mencoba memberi pandangan positif terkait kompetensi Caleg selebritas dan apakah seharusnya tidak diremehkan Citra Caleg selebritas tidak dapat tertolong walaupun mau diberi panggung Caleg selebritas yang hadir pada talkshow hanya untuk hiburan semata, tidak kurang dan tidak lebih. Kompetensinya belum dapat dipercaya Caleg selebritas kurang dalam hal kompetensi di dunia politik. Hal ini yang menyebabkan terjadinya kontroversi. Masyarakat yang kritis dapat menilai dengan baik Caleg selebritas tidak memiliki kompetensi yang baik, sebab jika memang memiliki kompetensi yang baik maka masyarakat dapat melihat track record nya. Caleg selebritas yang menang sebelumnya juga tidak diketahui jelas apakah mereka menjalankan tugasnya dengan baik. Pendapat terkait preferred reading bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif Tidak dapat berharap dengan Caleg selebritas sebab latar belakangnya yang dari entertainment untuk menghibur, jadi kurang dalam mengatur. Caleg selebritas juga tidak memiliki Tidak setuju karena Caleg selebritas justru menyempitkan kandidat yang memiliki dedikasi yang besar pada politik dan memiliki kompetensi, sehingga mengurangi kesempatan Tidak ada harapan sebab seharusnya dibuktikan dahulu kinerjanya dengan Caleg yang sudah menang di Pileg 2024. Dibutuhkan orang-orang yang memiliki track record Saat ini belum pantas bagi Caleg selebritas untuk menyuarakan hak dari masyarakat. Masih perlu melihat bukti kerja nyata dari para Caleg selebritas yang sudah terpilih sebelumnya, sehingga tidak 72 pendidikan yang sesuai dengan politik, dan walaupun ada yang sesuai dengan politik, hal

tersebut tetap meragukan. untuk orang- orang biasa yang memiliki visi dan misi kuat, tetapi tidak memiliki kesempatan untuk terlihat. yang jelas, tidak hanya di panggung hiburan, tetapi juga di dunia nyata. ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Kesiapan memilih Caleg selebritas setelah adanya talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di Pileg tahun berikutnya Tidak bersedia sebab Caleg selebritas hanya bermodal populer, followers banyak, dan tidak jelas pendidikan serta kompetensinya. Tidak bersedia sebab ingin memilih orang yang kompeten, berpengalaman , dan mengetahui seluk beluk dari politik. Tidak bersedia sebab popularitas Caleg selebritas tidak mencerminkan kompetensi mereka. Tidak bersedia sebab hanya talkshow tersebut hanya dijadikan bahan tontonan dan ingin melihat bukti nyata terlebih dahulu dari Caleg selebritas yang sudah terpilih. Sumber: Olahan Peneliti Temuan menarik: 1. Keempat informan berada dalam posisi oposisi dalam memaknai pesan yang ingin disampaikan atau preferred reading dari talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, sebab informan 1, 2, 3, dan 4 tidak setuju dengan pernyataan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. Posisi oposisi ini juga dipengaruhi oleh faktor kontekstual, seperti pendidikan dan pengalaman dari informan terhadap Caleg selebritas. Menariknya keempat informan di sini merupakan anggota dari partai politik yang di dalamnya juga mengusung para Caleg selebritas. Hal ini menunjukkan bahwa bahkan sesama anggota dari partai yang sama pun ternyata dapat tidak saling mendukung satu sama lain.

2. Ditemukan informan yang berada dalam posisi negosiasi dan dominan pada pertanyaan terkait dengan pandangan Gen Z terhadap komunikasi politik Caleg yang saat ini menggunakan media baru, khususnya YouTube dibandingkan dengan media tradisional, seperti televisi ataupun terjun langsung ke masyarakat. Informan 2 berada dalam negosiasi, sebab dirinya setuju bahwa Caleg saat ini menggunakan Youtube sebagai alat komunikasi, tetapi konten yang dibuat tetap harus berkualitas, sedangkan informan 3

dan 4 dominan, sebab dianggap sebagai privilege ketika memiliki power di media sosial serta adanya anggapan bahwa semua orang saat ini sudah menggunakan YouTube. Akan tetapi, walaupun terdapat posisi dominan dan negosiasi pada pertanyaan tersebut. Hasil dari pemaknaan keempat informan dalam penelitian tetap 73 berada dalam posisi oposisi, sebab pertanyaan tersebut tidak menentukan posisi pemaknaan dari penelitian ini.

4.3 Diskusi Teoritik Berangkat dari fenomena kontroversi kompetensi calon legislatif selebritas dalam Pileg 2024, muncul komentar positif dan negatif terkait dengan kompetensi dari Caleg selebritas, Menanggapi fenomena tersebut, talkshow Mata Najwa menghadirkan episode “Adu Rayu Caleg Artis di YouTube yang bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa meskipun banyak dari masyarakat meremehkan Caleg selebritas, tetapi masih ada harapan bahwa mereka dapat membawa perubahan yang positif. <sup>89</sup> Dalam menginterpretasikan

data, peneliti di sini menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Fokus teori ini adalah bagaimana khalayak dapat menafsirkan konteks pesan dari media serta mengambil sudut pandang khalayak atas pesan yang disampaikan oleh media itu sendiri, sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi pemahaman khalayak atau penonton di sini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor dalam konteks proses menciptakan makna dari sebuah pesan (Sakina, 2014, p. 12). Terdapat dua proses yang dilakukan dalam penciptaan sebuah makna oleh khalayak atau penonton, yaitu encoding dan decoding. <sup>5</sup> Encoding sendiri merupakan sebuah kegiatan pencarian sumber yang menerjemahkan ide serta gagasan ke dalam indra yang diterima oleh penonton, sedangkan decoding merupakan proses menginterpretasikan atau menerjemahkan pesan. Decoding di sini diperlukan sebagai proses interpretasi dan menjelaskan pesan yang memiliki makna tertentu (Morissan, 2021, p. 457). Ketika melihat pengkodean dari penonton terhadap pemaknaan sebuah pesan, Stuart Hall mengkategorisasikan dalam tiga posisi pemaknaan yang berbeda, yaitu dominan, negosiasi, dan oposisi (Morissan, 2021). Namun, dalam penerimaan sebuah pesan, pemaknaan yang dihasilkan dapat bervariasi tergantung pada faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi individu, dua diantaranya adalah pendidikan dan

pengalaman (Trisdani, 2017, p. 5). Dalam penelitian yang dilakukan dengan informan Gen Z, khususnya pemilih pemula, diketahui bahwa keempat informan berada dalam posisi oposisi terhadap preferred reading. Mereka tidak sepakat dengan pandangan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Faktor pendidikan di sini mempengaruhi pandangan atau pemaknaan dari keempat informan terhadap Caleg selebritas yang mana diketahui bahwa informan 1 merupakan seorang mahasiswa semester 8 jurusan Manajemen di Universitas Gunadarma, informan 2 merupakan mahasiswa semester 4 jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, informan 3 merupakan mahasiswi semester 3 jurusan Manajemen di Universitas Pamulang, dan terakhir informan 4 yang merupakan seorang pelajar kelas 12 di SMAN 28 Kabupaten Tangerang. Maka dari itu, diketahui bahwa keempat informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan yang menjadikan mereka dapat berpikir kritis terhadap sebuah fenomena, khususnya terkait dengan kompetensi Caleg selebritas. Akan tetapi, tetap ada perbedaan argumen yang disampaikan antara informan 1, 2, 3 yang sudah menjadi mahasiswa dengan informan 4 yang masih menjadi pelajar terkait dengan kompetensi Caleg selebritas ataupun preferred reading. Informan 1, 2, dan 3 yang sudah menempuh pendidikan di tingkat perguruan tinggi, menunjukkan pandangan yang lebih terstruktur. Mereka mengemukakan alasan-alasan yang cukup kuat mengenai ketidaksetujuannya dengan preferred reading contohnya, mereka menyoroti kurangnya kompetensi dan pengalaman politik yang dimiliki oleh selebritas, serta kekhawatiran bahwa popularitas semata tidak cukup untuk menjalankan tugas legislatif dengan efektif. Informan-informan ini juga menekankan pentingnya pemahaman yang mendalam tentang kebijakan publik dan isu-isu sosial yang kompleks, yang sering kali tidak dimiliki oleh Caleg dari kalangan selebritas. Sedangkan, informan 4 yang masih berada di bangku sekolah, juga menyatakan ketidaksetujuannya dengan preferred reading dengan tegas. Namun, pandangannya cenderung kurang memiliki alasan yang kuat dan terperinci

seperti yang disampaikan oleh para mahasiswa. Informan 4 lebih sering memberikan contoh- contoh nama selebritas yang kurang disukainya tanpa menjelaskan secara rinci alasan di balik ketidaksukaan tersebut. Pengalaman baru dalam politik keempat informan juga memainkan peran penting dalam membentuk pemaknaan mereka terhadap preferred reading . Informan 1 memiliki pengalaman dua tahun di Partai Solidaritas Indonesia (PSI), informan 2 satu tahun di Partai Solidaritas Indonesia (PSI), informan 3 satu tahun di Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), dan informan 4 delapan bulan di Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Pengalaman yang baru di dalam partai politik membuat keempat informan masih memiliki sikap dan pemikiran yang idealis dan tidak mengikuti arus partai. Mereka memiliki kesadaran yang tinggi akan dampak dari kebijakan politik dan menginginkan perubahan yang nyata yang menurut mereka hanya dapat dicapai melalui figur politik yang benar-benar kompeten. Fakta bahwa keempat informan ini yang tergabung dalam partai politik yang mendukung Caleg selebritas, namun keempat informan tidak sependapat dengan pandangan partai mereka, menunjukkan sebuah bentuk idealisme dan independensi. Mereka tidak terjebak dalam loyalitas terhadap partai dan berani mengekspresikan pandangan pribadi. Lebih jauh lagi, dua dari informan dalam penelitian ini diketahui mengikuti jejak orang tua mereka yang mana bisa saja adanya persaingan antara Caleg biasa yang tidak berlatar belakang selebritas dengan Caleg selebritas di dalam partai yang sama. Persaingan ini memperkuat perbedaan pandangan antara para informan dengan partai politik mereka, sebab dinamika politik dalam internal juga bersifat kompleks. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa untuk khalayak memaknai sebuah pesan dipengaruhi oleh faktor kontekstual, seperti latar belakang pendidikan dan pengalaman masing-masing individu. Ditambah pada penelitian ini, keempat informan berasal dari kalangan Gen Z yang terbiasa mendapat informasi dari berbagai sumber dan perspektif yang berbeda, sehingga cenderung lebih kritis dan tidak langsung mempercayai pesan atau 75 pandangan tanpa analisis mendalam (Carnegie,



2022). Akses yang luas terhadap internet dan media sosial membuat mereka dapat membaca diskusi kritis di media sosial dan cepat menangkap berita atau opini negatif tentang kompetensi Caleg selebritas, terutama yang dianggap hanya bermodalkan popularitas tanpa latar belakang politik yang kuat. Karakteristik Gen Z yang dikenal sebagai digital natives memicu kemampuan kritisnya dalam menerima informasi, sehingga mereka cenderung menolak pandangan yang tidak sesuai dengan penilaian mereka. Sikap kritis juga mempertegas penilaian mereka, sehingga tidak memaknai hal dengan ragu-ragu atau tidak mencoba untuk menegosiasikannya. BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Pembahasan dalam bab ini akan dijelaskan mengenai jawaban dari rumusan masalah penelitian dan hasil analisis penelitian mengenai pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa posisi pemaknaan Gen z khususnya pemilih pemula terkait dengan preferred reading yang menyatakan bahwa masih ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif berada pada posisi oposisi. 62 85 Berdasarkan hasil dari analisis, posisi pemaknaan negosiasi dan dominan tidak ditemukan di dalam penelitian ini. Pemaknaan dalam penelitian ini dilakukan oleh Gen Z khususnya pemilih pemula yang berusia 18, 19, 20, dan 21 tahun, tingkat pendidikan 3 informan saat ini sebagai mahasiswa dan 1 informan sebagai pelajar kelas 12 SMA. Keempat informan memiliki ketertarikan dengan politik dibuktikan dengan tergabung dalam partai, seperti 2 informan tergabung dalam PSI, 1 informan tergabung dalam PDIP, dan 1 informan tergabung dalam Perindo. Informan di sini juga telah menonton dua kali talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube dari awal hingga akhir dan mengikuti pemilu sebanyak satu kali. Dengan adanya perbedaan latar belakang usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pengalaman, tetapi pemaknaan yang dihasilkan sama, yaitu pemaknaan yang didapatkan tidak sesuai dengan preferred reading yang mana keempat informan pada intinya menjelaskan bahwa Caleg selebritas dinilai tidak

memiliki kompetensi dan meragukan dalam mengatur kebijakan politik di Indonesia. Meskipun beberapa selebritas memiliki latar belakang pendidikan di bidang politik, mereka tetap dianggap meragukan. Terdapat anggapan bahwa kehadiran Caleg selebritas justru mengurangi peluang kandidat lain yang memiliki pengalaman, dedikasi, dan kompetensi yang lebih tinggi dalam politik, tetapi menjadi tidak dapat terlihat. Tak hanya itu, keempat informan juga menekankan pentingnya bukti nyata dari kinerja dan kompetensi Caleg selebritas. Keempat informan juga saat ini berpendapat bahwa Caleg selebritas belum 76 pantas menyuarakan hak masyarakat. Secara keseluruhan, keempat informan menyatakan bahwa mereka tidak memiliki harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif dalam politik Indonesia. Pemaknaan keempat informan dalam penelitian di sini dipengaruhi oleh faktor kontekstual, seperti pendidikan dan pengalaman. Faktor pendidikan mempengaruhi pandangan atau pemaknaan keempat informan terhadap Caleg selebritas. Informan pertama adalah mahasiswa semester 8 jurusan Manajemen di Universitas Gunadarma, informan kedua mahasiswa semester 4 jurusan Ekonomi Pembangunan di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, informan ketiga mahasiswi semester 3 jurusan Manajemen di Universitas Pamulang, dan informan keempat adalah pelajar kelas 12 di SMAN 28 Kabupaten Tangerang. Pendidikan yang dimiliki oleh keempat informan ini menjadikan mereka untuk berpikir kritis terhadap fenomena politik, khususnya mengenai kompetensi Caleg selebritas. Akan tetapi, tetap ada perbedaan yang terlihat antara informan 1, 2, dan 3 yang sudah berstatus mahasiswa menunjukkan pandangan yang lebih terstruktur dalam menolak pesan preferred reading . Mereka menjelaskan kurangnya kompetensi dan pengalaman politik selebritas, menekankan bahwa popularitas saja tidak cukup untuk menjalankan tugas legislatif dengan efektif, dan menyoroti pentingnya pemahaman mendalam tentang kebijakan publik dan isu-isu sosial yang sering kali tidak dimiliki oleh Caleg dari kalangan selebritas, sedangkan informan 4 yang masih pelajar menolak pesan preferred reading dengan alasan yang kurang spesifik. Informan 4 lebih sering menyebutkan

nama-nama selebritas yang tidak disukainya. Pengalaman baru dalam politik juga mempengaruhi pemaknaan informan. Informan pertama memiliki pengalaman dua tahun di Partai Solidaritas Indonesia (PSI), informan kedua satu tahun di Partai Solidaritas Indonesia (PSI), informan ketiga satu tahun di Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP), dan informan keempat delapan bulan di Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Pengalaman yang baru di dalam partai politik membuat keempat informan masih memiliki sikap dan pemikiran yang idealis dan tidak mengikuti arus partai. Mereka memiliki kesadaran yang tinggi akan dampak dari kebijakan politik dan menginginkan perubahan yang nyata yang menurut mereka hanya dapat dicapai melalui figur politik yang benar-benar kompeten. Adanya pandangan yang berbeda antara keempat informan dengan pandangan partainya menunjukkan adanya ketegangan antara keyakinan pribadi anggota partai dan strategi partai dalam pemilihan Caleg Fakta bahwa keempat informan ini yang tergabung dalam partai politik yang mendukung Caleg selebritas, namun keempat informan tidak sependapat dengan pandangan partai mereka, menunjukkan sebuah bentuk idealisme dan independensi. Mereka tidak terjebak dalam loyalitas terhadap partai dan berani mengekspresikan pandangan pribadi. Lebih jauh lagi, dua dari informan dalam penelitian ini diketahui mengikuti jejak orang tua mereka yang mana bisa saja adanya persaingan antara Caleg orang biasa yang tidak berlatar belakang selebritas dengan Caleg selebritas di dalam partai yang sama. Persaingan ini memperkuat perbedaan pandangan antara para 77 informan dengan partai politik mereka, sebab dinamika politik dalam internal juga bersifat kompleks. Selain itu, keempat informan ini merupakan bagian dari Gen Z yang terbiasa mengakses informasi dari berbagai sumber dan perspektif yang beragam. Hal ini membuat mereka lebih cenderung bersikap kritis dan tidak mudah mempercayai pesan atau pandangan tanpa analisis yang mendalam. Akses luas terhadap internet dan media sosial membuat mereka cepat mendapatkan berita atau opini negatif tentang kompetensi Caleg selebritas, terutama yang hanya mengandalkan popularitas tanpa latar

belakang politik yang kuat. Temuan menarik dari penelitian ini menunjukkan bahwa keempat informan, yang semuanya adalah anggota partai politik yang mengusung Caleg selebritas, justru berada dalam posisi oposisi terhadap preferred reading. Mereka tidak setuju dengan pernyataan bahwa masih ada harapan bagi Caleg selebritas untuk membawa perubahan positif. Pandangan oposisi ini dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan dan pengalaman mereka. Menariknya keempat informan di sini merupakan anggota dari partai politik yang di dalamnya juga mengusung para Caleg selebritas. Hal ini menunjukkan bahwa bahkan sesama anggota dari partai yang sama pun ternyata dapat tidak saling mendukung satu sama lain. Peneliti juga menemukan bahwa informan 2 berada dalam posisi negosiasi terkait pandangan Gen Z terhadap komunikasi politik Caleg, yang mana setuju bahwa Caleg menggunakan YouTube sebagai alat komunikasi, tetapi dengan syarat kontennya harus berkualitas. Sementara itu, informan 3 dan 4 berada dalam posisi dominan. Informan 3 melihatnya sebagai sebuah privilege memiliki kekuatan di media sosial dan informan 4 menganggap penggunaan YouTube oleh Caleg wajar dilakukan mengingat saat ini semua orang sudah menggunakan YouTube. Akan tetapi, meskipun terdapat posisi dominan dan negosiasi, hasil pemaknaan keempat informan tetap berada dalam posisi oposisi, karena pertanyaan tersebut tidak menentukan posisi pemaknaan dari penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa tidak ada informan yang memaknai pesan pada posisi dominan atau negosiasi. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik informan yang merupakan bagian dari Gen Z. Sebagai digital natives, mereka memiliki kemampuan kritis yang lebih tinggi dalam menerima informasi dan cenderung menolak pandangan yang tidak sesuai dengan penilaian mereka. Sikap kritis ini mempertegas posisi mereka dan membuat mereka tidak ragu-ragu atau mencoba menegosiasikan pandangan yang berbeda.

5.2 Saran Temuan penelitian di sini menunjukkan bahwa pemaknaan Gen Z terhadap kompetensi Caleg selebritas di Pileg 2024 pada talkshow Mata Najwa episode Adu Rayu Caleg Artis di YouTube, yaitu keempat

informan berada dalam posisi oposisi yang mana tidak ada harapan terhadap Caleg selebritas untuk membawa perubahan yang positif. 87 Pemaknaan yang ada dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan dan pengalaman yang 78 berbeda-beda.

88 Melalui penelitian yang telah dilakukan, maka adapun saran akademis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

5.2 1 Saran Akademis Saran akademis dalam penelitian ini, yaitu penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan penelitian lain, seperti kuantitatif untuk melihat pengaruh popularitas selebritas terhadap elektabilitas Caleg selebritas. Digunakannya survei dengan kuesioner terstruktur, diharapkan akan mendapatkan data dengan skala lebih besar dan jumlah yang lebih banyak.

5.2.2 Saran Praktis Saran praktis dalam penelitian ini, yaitu menjadi bahan pembelajaran bagi para calon legislatif selebritas untuk lebih memperlihatkan personal branding terkait latar belakang pendidikan mereka dan bukti kerja nyata yang telah dilakukan guna meningkatkan kepercayaan dari pemilih. 79



REPORT #22128165

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

|                 |  |   |
|-----------------|--|---|
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 1.              | <b>0.57%</b> lib.unnes.ac.id<br><a href="http://lib.unnes.ac.id/42132/1/3312416068.pdf">http://lib.unnes.ac.id/42132/1/3312416068.pdf</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 2.              | <b>0.37%</b> jikm.upnvj.ac.id<br><a href="https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/download/102/71/">https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/download/102/71/</a>   | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 3.              | <b>0.36%</b> repositori.uin-alauddin.ac.id<br><a href="http://repositori.uin-alauddin.ac.id/23568/1/BUKU_Dasar-Dasar%20Metode%20...">http://repositori.uin-alauddin.ac.id/23568/1/BUKU_Dasar-Dasar%20Metode%20...</a>    | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 4.              | <b>0.36%</b> repositori.uin-alauddin.ac.id<br><a href="https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19810/1/2021_Book%20Chapter_Metodolo...">https://repositori.uin-alauddin.ac.id/19810/1/2021_Book%20Chapter_Metodolo...</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 5.              | <b>0.35%</b> repository.usm.ac.id<br><a href="https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2014/G.331.14.0111/G.331.14.011...">https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2014/G.331.14.0111/G.331.14.011...</a> | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 6.              | <b>0.33%</b> adm.fisip.unpatti.ac.id<br><a href="https://adm.fisip.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/10/BAHAN-AJAR-KOMU..">https://adm.fisip.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/10/BAHAN-AJAR-KOMU..</a>          | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 7.              | <b>0.32%</b> repository.uinjkt.ac.id<br><a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63175/1/AZZAM%20..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/63175/1/AZZAM%20..</a>        | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 8.              | <b>0.32%</b> elibrary.unikom.ac.id<br><a href="https://elibrary.unikom.ac.id/224/9/UNIKOM_DHIMAS%20ALFIANTO_BAB%20III...">https://elibrary.unikom.ac.id/224/9/UNIKOM_DHIMAS%20ALFIANTO_BAB%20III...</a>                  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 9.              | <b>0.31%</b> eprints.ums.ac.id<br><a href="https://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf">https://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf</a>  | ● |



REPORT #22128165

|                 |   |   |
|-----------------|---|---|
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 10.             | <b>0.31%</b> lib.unnes.ac.id  | ● |
|                 | <a href="https://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf">https://lib.unnes.ac.id/40372/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf</a>                     |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 11.             | <b>0.3%</b> repository.stei.ac.id   | ● |
|                 | <a href="http://repository.stei.ac.id/4853/3/BAB%203.pdf">http://repository.stei.ac.id/4853/3/BAB%203.pdf</a>   |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 12.             | <b>0.26%</b> elibrary.unikom.ac.id  | ● |
|                 | <a href="https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1587/9/UNIKOM_Nisa%20Regina%20Put...">https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1587/9/UNIKOM_Nisa%20Regina%20Put...</a>     |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 13.             | <b>0.25%</b> kc.umn.ac.id   | ● |
|                 | <a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/27170/5/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/27170/5/BAB_III.pdf</a>   |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 14.             | <b>0.25%</b> ojs.unida.ac.id  | ● |
|                 | <a href="https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/download/9958/4163/32517">https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/download/9958/4163/32517</a>                 |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 15.             | <b>0.24%</b> idr.uin-antasari.ac.id   | ● |
|                 | <a href="https://idr.uin-antasari.ac.id/10939/5/BAB%20III.pdf">https://idr.uin-antasari.ac.id/10939/5/BAB%20III.pdf</a>   |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 16.             | <b>0.24%</b> nasional.kompas.com  | ● |
|                 | <a href="https://nasional.kompas.com/read/2023/07/13/13005461/syarat-jadi-caleg-dpr-...">https://nasional.kompas.com/read/2023/07/13/13005461/syarat-jadi-caleg-dpr-...</a> |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 17.             | <b>0.24%</b> digilib.sttkd.ac.id  | ● |
|                 | <a href="https://digilib.sttkd.ac.id/1807/4/SKRIPSI%20-%20NENGAH%20WAHYU%20DIAN..">https://digilib.sttkd.ac.id/1807/4/SKRIPSI%20-%20NENGAH%20WAHYU%20DIAN..</a>             |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 18.             | <b>0.23%</b> repository.iainkudus.ac.id   | ● |
|                 | <a href="http://repository.iainkudus.ac.id/1856/6/6.%20BAB%20III.pdf">http://repository.iainkudus.ac.id/1856/6/6.%20BAB%20III.pdf</a>                                       |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 19.             | <b>0.23%</b> ejournal3.undip.ac.id  | ● |
|                 | <a href="https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/download/26799/23650">https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/download/26799/23650</a>             |   |
| INTERNET SOURCE |   |   |
| 20.             | <b>0.23%</b> repository.upi.edu   | ● |
|                 | <a href="http://repository.upi.edu/27361/6/S_SOS_1205114_Chapter3.pdf">http://repository.upi.edu/27361/6/S_SOS_1205114_Chapter3.pdf</a>                                     |   |



REPORT #22128165

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 21.             | 0.22% repository.iainkudus.ac.id<br><a href="http://repository.iainkudus.ac.id/9064/6/6.%20BAB%20III.pdf">http://repository.iainkudus.ac.id/9064/6/6.%20BAB%20III.pdf</a>                                  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 22.             | 0.22% repository.unpas.ac.id<br><a href="http://repository.unpas.ac.id/49437/5/BAB%203.pdf">http://repository.unpas.ac.id/49437/5/BAB%203.pdf</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 23.             | 0.21% repository.upm.ac.id<br><a href="http://repository.upm.ac.id/4318/5/BAB%203%20EGA%20FITRI%20QUR%E2%8...">http://repository.upm.ac.id/4318/5/BAB%203%20EGA%20FITRI%20QUR%E2%8...</a>                  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 24.             | 0.21% news.detik.com<br><a href="https://news.detik.com/berita/d-6949128/caleg-pengertian-tujuan-syarat-dan-t...">https://news.detik.com/berita/d-6949128/caleg-pengertian-tujuan-syarat-dan-t...</a>      | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 25.             | 0.21% journal.lppspsemarang.org<br><a href="https://journal.lppspsemarang.org/index.php/Jarvic/article/download/68/92">https://journal.lppspsemarang.org/index.php/Jarvic/article/download/68/92</a>       | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 26.             | 0.2% repository.umy.ac.id<br><a href="http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16722/7%29%20Bab%..">http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16722/7%29%20Bab%..</a>           | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 27.             | 0.2% eprints.unm.ac.id<br><a href="https://eprints.unm.ac.id/20838/1/buku%20Sapto%20METODOLOGI.pdf">https://eprints.unm.ac.id/20838/1/buku%20Sapto%20METODOLOGI.pdf</a>                                    | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 28.             | 0.2% www.detik.com<br><a href="https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7152732/siapa-pemilih-pemula-dal...">https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7152732/siapa-pemilih-pemula-dal...</a>              | ● ● |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 29.             | 0.18% repository.iainponorogo.ac.id<br><a href="https://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALI...">https://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALI...</a> | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 30.             | 0.18% repository.unika.ac.id<br><a href="http://repository.unika.ac.id/27152/4/17.M1.0001-MARIA%20ANNETTE%20IGREC..">http://repository.unika.ac.id/27152/4/17.M1.0001-MARIA%20ANNETTE%20IGREC..</a>        | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 31.             | 0.18% peraturan.bpk.go.id<br><a href="https://peraturan.bpk.go.id/Download/28414/UU%20Nomor%2010%20Tahun%...">https://peraturan.bpk.go.id/Download/28414/UU%20Nomor%2010%20Tahun%...</a>                   | ●   |





REPORT #22128165

|                 |  |   |
|-----------------|--|---|
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 32.             | 0.17% repository.uinsaizu.ac.id<br><a href="https://repository.uinsaizu.ac.id/7320/1/NAJIB%20AFIF%20MUAMAR_STRATEGI%20">https://repository.uinsaizu.ac.id/7320/1/NAJIB%20AFIF%20MUAMAR_STRATEGI%20</a>             | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 33.             | 0.17% repository.umj.ac.id<br><a href="https://repository.umj.ac.id/8706/14/16.%20BAB%20III.pdf">https://repository.umj.ac.id/8706/14/16.%20BAB%20III.pdf</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 34.             | 0.17% repository.iainpare.ac.id<br><a href="http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2446/4/16.3100.032%20BAB%203.pdf">http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2446/4/16.3100.032%20BAB%203.pdf</a>           | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 35.             | 0.16% media.neliti.com<br><a href="https://media.neliti.com/media/publications/224286-analisis-resepsi-budaya-po..">https://media.neliti.com/media/publications/224286-analisis-resepsi-budaya-po..</a>            | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 36.             | 0.16% eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1253/5/BAB%20III%20%28File%20ini%20beris..">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1253/5/BAB%20III%20%28File%20ini%20beris..</a>             | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 37.             | 0.15% repository.umj.ac.id<br><a href="https://repository.umj.ac.id/17222/12/12.%20Bab%203.pdf">https://repository.umj.ac.id/17222/12/12.%20Bab%203.pdf</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 38.             | 0.15% www.komnasham.go.id<br><a href="https://www.komnasham.go.id/files/20131115-marjinalisasi-hak-politik-penyar...">https://www.komnasham.go.id/files/20131115-marjinalisasi-hak-politik-penyar...</a>           | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 39.             | 0.15% kc.umn.ac.id<br><a href="https://kc.umn.ac.id/id/eprint/26017/5/BAB_III.pdf">https://kc.umn.ac.id/id/eprint/26017/5/BAB_III.pdf</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 40.             | 0.15% repository.iainbengkulu.ac.id<br><a href="http://repository.iainbengkulu.ac.id/9879/1/fiks%20Skripsi%20Marisa%20Angra...">http://repository.iainbengkulu.ac.id/9879/1/fiks%20Skripsi%20Marisa%20Angra...</a> | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 41.             | 0.14% repository.stiedewantara.ac.id<br><a href="http://repository.stiedewantara.ac.id/1994/5/BAB%20III%20METODE%20PENEL...">http://repository.stiedewantara.ac.id/1994/5/BAB%20III%20METODE%20PENEL...</a>        | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 42.             | 0.14% repository.uir.ac.id<br><a href="https://repository.uir.ac.id/4054/6/bab3.pdf">https://repository.uir.ac.id/4054/6/bab3.pdf</a>  | ● |



REPORT #22128165

|                 |   |     |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 43. 0.14%       | <a href="https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0502/B.131.15.0502-0..">eskripsi.usm.ac.id</a>   | ●   |
|                 | <a href="https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0502/B.131.15.0502-0..">https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B11A/2015/B.131.15.0502/B.131.15.0502-0..</a> |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 44. 0.14%       | <a href="http://repo.apmd.ac.id/1885/1/18510007%20CAROLINA%20YUNI%20KURNIAWA...">repo.apmd.ac.id</a>  | ●   |
|                 | <a href="http://repo.apmd.ac.id/1885/1/18510007%20CAROLINA%20YUNI%20KURNIAWA...">http://repo.apmd.ac.id/1885/1/18510007%20CAROLINA%20YUNI%20KURNIAWA...</a>                         |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 45. 0.13%       | <a href="https://www.hukumonline.com/klinik/a/bolehkah-calon-legislatif-caleg-dari-jal...">www.hukumonline.com</a>  | ●   |
|                 | <a href="https://www.hukumonline.com/klinik/a/bolehkah-calon-legislatif-caleg-dari-jal...">https://www.hukumonline.com/klinik/a/bolehkah-calon-legislatif-caleg-dari-jal...</a>     |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 46. 0.13%       | <a href="https://jurnaladat.org/web/public/full_paper/Jurnal%20Adat%20HAL%2053-60...">jurnaladat.org</a>  | ●   |
|                 | <a href="https://jurnaladat.org/web/public/full_paper/Jurnal%20Adat%20HAL%2053-60...">https://jurnaladat.org/web/public/full_paper/Jurnal%20Adat%20HAL%2053-60...</a>               |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 47. 0.13%       | <a href="http://repositori.unsil.ac.id/11880/13/13%20BAB%203.pdf">repositori.unsil.ac.id</a>  | ●   |
|                 | <a href="http://repositori.unsil.ac.id/11880/13/13%20BAB%203.pdf">http://repositori.unsil.ac.id/11880/13/13%20BAB%203.pdf</a>   |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 48. 0.13%       | <a href="http://repository.umi.ac.id/1986/2/EBOOK%20BC%2024%20METODE%20PENEL...">repository.umi.ac.id</a>   | ●   |
|                 | <a href="http://repository.umi.ac.id/1986/2/EBOOK%20BC%2024%20METODE%20PENEL...">http://repository.umi.ac.id/1986/2/EBOOK%20BC%2024%20METODE%20PENEL...</a>                         |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 49. 0.13%       | <a href="http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/1506/6/F_Bab3_2019104887...">repository.kalbis.ac.id</a>  | ●   |
|                 | <a href="http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/1506/6/F_Bab3_2019104887...">http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/1506/6/F_Bab3_2019104887...</a>         |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 50. 0.13%       | <a href="https://etheses.iainponorogo.ac.id/23281/1/302190039_Miftakhul%20Jannah_K...">etheses.iainponorogo.ac.id</a>   | ● ● |
|                 | <a href="https://etheses.iainponorogo.ac.id/23281/1/302190039_Miftakhul%20Jannah_K...">https://etheses.iainponorogo.ac.id/23281/1/302190039_Miftakhul%20Jannah_K...</a>             |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 51. 0.12%       | <a href="http://digilib.uinsa.ac.id/35305/2/Yahya%20Ahmadi_E74212068.pdf">digilib.uinsa.ac.id</a>   | ●   |
|                 | <a href="http://digilib.uinsa.ac.id/35305/2/Yahya%20Ahmadi_E74212068.pdf">http://digilib.uinsa.ac.id/35305/2/Yahya%20Ahmadi_E74212068.pdf</a>                                       |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 52. 0.12%       | <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2205/10/bab3.pdf">eprints.upj.ac.id</a>  | ●   |
|                 | <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2205/10/bab3.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2205/10/bab3.pdf</a>   |     |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 53. 0.11%       | <a href="https://repository.uinsaizu.ac.id/20499/1/Hafizh%20Athoriq_Strategi%20Komun..">repository.uinsaizu.ac.id</a>   | ●   |
|                 | <a href="https://repository.uinsaizu.ac.id/20499/1/Hafizh%20Athoriq_Strategi%20Komun..">https://repository.uinsaizu.ac.id/20499/1/Hafizh%20Athoriq_Strategi%20Komun..</a>           |     |



REPORT #22128165

|                 |   |     |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 54. 0.11%       | dpppa.kotabogor.go.id<br><a href="https://dpppa.kotabogor.go.id/index.php/welcome/post/single/113">https://dpppa.kotabogor.go.id/index.php/welcome/post/single/113</a>                                | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 55. 0.11%       | repository.ung.ac.id<br><a href="https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kua...">https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kua...</a> | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 56. 0.11%       | eprints.ipdn.ac.id<br><a href="http://eprints.ipdn.ac.id/167/2/isi.pdf">http://eprints.ipdn.ac.id/167/2/isi.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 57. 0.11%       | eprints.undip.ac.id<br><a href="http://eprints.undip.ac.id/45516/2/BAB_I.pdf">http://eprints.undip.ac.id/45516/2/BAB_I.pdf</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 58. 0.09%       | idr.uin-antasari.ac.id<br><a href="https://idr.uin-antasari.ac.id/16753/6/BAB%20III.pdf">https://idr.uin-antasari.ac.id/16753/6/BAB%20III.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 59. 0.09%       | repository.umy.ac.id<br><a href="http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16225/f.%20BAB%20II...">http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16225/f.%20BAB%20II...</a>     | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 60. 0.09%       | repositori.uma.ac.id<br><a href="https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/23972/1/198530105%20...">https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/23972/1/198530105%20...</a>   | ● ● |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 61. 0.08%       | repository.poltekpar-nhi.ac.id<br><a href="http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/829/1/PA_201721921_BAB%20III.pdf">http://repository.poltekpar-nhi.ac.id/829/1/PA_201721921_BAB%20III.pdf</a>         | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 62. 0.08%       | eprints.upnyk.ac.id<br><a href="http://eprints.upnyk.ac.id/39231/">http://eprints.upnyk.ac.id/39231/</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 63. 0.08%       | repository.iainponorogo.ac.id<br><a href="https://repository.iainponorogo.ac.id/86/1/document%281%29.pdf">https://repository.iainponorogo.ac.id/86/1/document%281%29.pdf</a>                          | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 64. 0.08%       | repo.uinsatu.ac.id<br><a href="http://repo.uinsatu.ac.id/22188/5/BAB%20II.pdf">http://repo.uinsatu.ac.id/22188/5/BAB%20II.pdf</a>   | ●   |



REPORT #22128165

|                 |  |     |
|-----------------|--|-----|
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 65.             | 0.08% eprints.untirta.ac.id<br><a href="https://eprints.untirta.ac.id/351/1/ANE%20-%20PARTISIPASI%20MASYARAKAT%...">https://eprints.untirta.ac.id/351/1/ANE%20-%20PARTISIPASI%20MASYARAKAT%...</a>               | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 66.             | 0.07% eprints.uny.ac.id<br><a href="https://eprints.uny.ac.id/66240/4/BAB%20III.pdf">https://eprints.uny.ac.id/66240/4/BAB%20III.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 67.             | 0.07% jdih.kemenkeu.go.id<br><a href="https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2003/12Tahun2003UU.HTM">https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2003/12Tahun2003UU.HTM</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 68.             | 0.07% repository.ut.ac.id<br><a href="https://repository.ut.ac.id/4022/1/MIPK5201-M1.pdf">https://repository.ut.ac.id/4022/1/MIPK5201-M1.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 69.             | 0.07% repository.stkippacitan.ac.id<br><a href="https://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/952/9/PGSD_ALIFUDDIN%20MASR..">https://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/952/9/PGSD_ALIFUDDIN%20MASR..</a> | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 70.             | 0.07% eprints.umpo.ac.id<br><a href="http://eprints.umpo.ac.id/7000/3/BAB%201.pdf">http://eprints.umpo.ac.id/7000/3/BAB%201.pdf</a>  | ● ● |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 71.             | 0.07% ejournal.uinsaid.ac.id<br><a href="https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/shahih/article/download/388/121">https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/shahih/article/download/388/121</a>                  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 72.             | 0.07% repository.uksw.edu<br><a href="https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20876/2/T1_362015008_BAB%..">https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/20876/2/T1_362015008_BAB%..</a>               | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 73.             | 0.07% eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1254/3/14.%20Bab%202.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1254/3/14.%20Bab%202.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 74.             | 0.06% e-journal.uajy.ac.id<br><a href="http://e-journal.uajy.ac.id/26111/4/170323701%203.pdf">http://e-journal.uajy.ac.id/26111/4/170323701%203.pdf</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |  |     |
| 75.             | 0.06% perpustakaan.bsn.go.id<br><a href="https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&amp;id=1673">https://perpustakaan.bsn.go.id/index.php?p=news&amp;id=1673</a>  | ●   |



REPORT #22128165

|                 |  |   |
|-----------------|--|---|
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 76.             | 0.06% repository.ptiq.ac.id<br><a href="https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/796/1/Buku-02.pdf">https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/796/1/Buku-02.pdf</a>   | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 77.             | 0.06% repository.iainpare.ac.id<br><a href="https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3078/4/16.3200.026%20BAB%203.pdf">https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3078/4/16.3200.026%20BAB%203.pdf</a>         | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 78.             | 0.05% www.academia.edu<br><a href="https://www.academia.edu/121242375/PERKEMBANGAN_DAN_RELEVANSI_TEO...">https://www.academia.edu/121242375/PERKEMBANGAN_DAN_RELEVANSI_TEO...</a>                                  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 79.             | 0.05% www.academia.edu<br><a href="https://www.academia.edu/105582939/PELUANG_BISNIS_PEMANFAATAN_TEKN..">https://www.academia.edu/105582939/PELUANG_BISNIS_PEMANFAATAN_TEKN..</a>                                  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 80.             | 0.05% repository.stiedewantara.ac.id<br><a href="http://repository.stiedewantara.ac.id/257/6/BAB%20III.pdf">http://repository.stiedewantara.ac.id/257/6/BAB%20III.pdf</a>  | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 81.             | 0.05% jurnal.staidimakassar.ac.id<br><a href="https://jurnal.staidimakassar.ac.id/index.php/asjmd/article/download/74/57/3...">https://jurnal.staidimakassar.ac.id/index.php/asjmd/article/download/74/57/3...</a> | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 82.             | 0.05% repository.radenfatah.ac.id<br><a href="https://repository.radenfatah.ac.id/9674/1/M.SHANDIKA%20PUTRA.pdf">https://repository.radenfatah.ac.id/9674/1/M.SHANDIKA%20PUTRA.pdf</a>                             | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 83.             | 0.04% kolom.solopos.com<br><a href="https://kolom.solopos.com/algorithmadanpolarisasi-politik-pada-pemilu-2024-...">https://kolom.solopos.com/algorithmadanpolarisasi-politik-pada-pemilu-2024-...</a>             | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 84.             | 0.04% proceeding.unesa.ac.id<br><a href="https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/920/389/3243">https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/920/389/3243</a>            | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 85.             | 0.04% scriptura.petra.ac.id<br><a href="https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/25879">https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/25879</a>   | ● |
| INTERNET SOURCE |  |   |
| 86.             | 0.04% repository.uin-suska.ac.id<br><a href="https://repository.uin-suska.ac.id/18576/8/8.%20BAB%20III_2017750PIPS-E.pdf">https://repository.uin-suska.ac.id/18576/8/8.%20BAB%20III_2017750PIPS-E.pdf</a>          | ● |



REPORT #22128165

|                 |   |     |
|-----------------|---|-----|
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 87. 0.04%       | journal.mercubuana.ac.id<br><a href="https://journal.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/viewFile/21450/8..">https://journal.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/viewFile/21450/8..</a> | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 88. 0.04%       | repository.ar-raniry.ac.id<br><a href="https://repository.ar-raniry.ac.id/24116/1/Fadliansyah%2C%20160801087%2C%...">https://repository.ar-raniry.ac.id/24116/1/Fadliansyah%2C%20160801087%2C%...</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 89. 0.03%       | jurnal.um-tapsel.ac.id<br><a href="http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/download/13987/8318">http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/download/13987/8318</a>     | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 90. 0.03%       | etheses.iainkediri.ac.id<br><a href="https://etheses.iainkediri.ac.id/10033/3/933511318_bab2.pdf">https://etheses.iainkediri.ac.id/10033/3/933511318_bab2.pdf</a>                                       | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 91. 0.03%       | eprints.upj.ac.id<br><a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3030/8/9.%20BAB%20II.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3030/8/9.%20BAB%20II.pdf</a>  | ● ● |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 92. 0.02%       | digilib.unila.ac.id<br><a href="http://digilib.unila.ac.id/24452/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...">http://digilib.unila.ac.id/24452/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN...</a>                  | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 93. 0.01%       | www.bbc.com<br><a href="https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51lqn7ndllo">https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51lqn7ndllo</a>  | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 94. 0.01%       | www.umn.ac.id<br><a href="https://www.umn.ac.id/wp-content/uploads/2021/03/PANDUAN-SKRIPSI_updat...">https://www.umn.ac.id/wp-content/uploads/2021/03/PANDUAN-SKRIPSI_updat...</a>                      | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 95. 0.01%       | kc.umn.ac.id<br><a href="https://kc.umn.ac.id/18140/4/BAB_II.pdf">https://kc.umn.ac.id/18140/4/BAB_II.pdf</a>   | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 96. 0.01%       | jdih.esdm.go.id<br><a href="https://jdih.esdm.go.id/storage/document/uu%20no%2039%20th%202008.pdf">https://jdih.esdm.go.id/storage/document/uu%20no%2039%20th%202008.pdf</a>                            | ●   |
| INTERNET SOURCE |   |     |
| 97. 0.01%       | repository.upi.edu<br><a href="http://repository.upi.edu/43777/6/S_SRP_1203045_Chapter3.pdf">http://repository.upi.edu/43777/6/S_SRP_1203045_Chapter3.pdf</a>   | ●   |



REPORT #22128165

● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.1%** lib.unnes.ac.id  
[http://lib.unnes.ac.id/42373/1/3312416025\\_NIKEN%20DWI%20PALUPI\\_PKn.pdf](http://lib.unnes.ac.id/42373/1/3312416025_NIKEN%20DWI%20PALUPI_PKn.pdf)

INTERNET SOURCE

2. **0.07%** www.bbc.com  
<https://www.bbc.com/indonesia/articles/c51lqn7ndllo>

INTERNET SOURCE

3. **0.07%** ejournal.uinsaid.ac.id  
<https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/shahih/article/download/388/121>

INTERNET SOURCE

4. **0.06%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2358/5/14.%20Lampiran.pdf>

INTERNET SOURCE

5. **0.05%** repository.uir.ac.id  
<https://repository.uir.ac.id/4054/6/bab3.pdf>

INTERNET SOURCE

6. **0.05%** repository.uin-suska.ac.id  
[http://repository.uin-suska.ac.id/15870/7/7.%20BAB%20II\\_2018241KOM.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/15870/7/7.%20BAB%20II_2018241KOM.pdf)

INTERNET SOURCE

7. **0.04%** eprints.upj.ac.id  
<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6591/11/11.%20BAB%20IV.pdf>

INTERNET SOURCE

8. **0.04%** ejournal.ipdn.ac.id  
<https://ejournal.ipdn.ac.id/jtprm/article/download/3137/1567/>

INTERNET SOURCE

9. **0.03%** eprints2.undip.ac.id  
[https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7546/6/BAB%203\\_Indrianti.pdf](https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/7546/6/BAB%203_Indrianti.pdf)

INTERNET SOURCE

10. **0.02%** www.wfd.org  
[https://www.wfd.org/sites/default/files/2023-07/empowered\\_women\\_going\\_be...](https://www.wfd.org/sites/default/files/2023-07/empowered_women_going_be...)