

Pengaruh Citra Dan Isu Kebijakan Politik Kandidat Capres-Cawapres Tahun 2024 Terhadap Perilaku Memilih Generasi Z Di Kabupaten Parigi Moutong

Fid'ya M. Lamohamad ^{1,*}; Isbon Pageno ²; Sisrilnardi ³

¹ Universitas Tadulako, Palu, Indonesia, Fidyalamohamad@gmail.com

² Universitas Tadulako, Palu, Indonesia, Ispageno@gmail.com

³ Universitas Tadulako, Palu, Indonesia,

*Correspondence : Fidyalamohamad@gmail.com, Ispageno@gmail.com.

ARTICLE INFO:

Kata kunci: Perilaku Memilih, Pemilu, Generasi Z, Rational Choice

Received. :

Revised. :

Accepted :

ABSTRAK

Generasi Z sering kali dilabeli sebagai generasi yang malas dan apatis. Namun, di sisi lain, mereka justru menjadi salah satu kelompok pemilih yang suaranya mendominasi dan berpotensi dapat memengaruhi hasil pemilu. Karenanya penelitian ini hadir untuk mengeksplorasi bagaimana generasi yang sering dianggap 'pemalas' dan 'apatis' ini berpartisipasi serta menggunakan hak pilihnya dalam pemilu khususnya di Kabupaten Parigi Moutong. Pertanyaan awal yang diajukan adalah apakah label 'pemalas' dan 'apatis' tersebut juga akan diterapkan dalam konteks politik yakni proses demokrasi. Untuk menjawab hal ini, penelitian berfokus pada dua faktor yang memengaruhi preferensi memilih Generasi Z, yaitu citra kandidat dan isu kebijakan politik, dengan menggunakan teori *Rational Choice* dari James S. Coleman sebagai kerangka analisis untuk menguji rasionalitas pilihan politik mereka. Studi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis pendekatan explanatory. Pengumpulan data dilakukan melalui survey dengan kuesioner online sebagai alat (*G-Form*), Generasi Z merupakan responden pada penelitian ini sebanyak 150 orang dengan syarat yaitu; telah terdaftar dalam daftar pemilih tetap (DPT) dan ikut serta menentukan pilihan pada pemilu tahun 2024, serta berasal dari Kabupaten Parigi Moutong. Hasil menunjukkan isu dan kebijakan politik kandidat yang di tawarkan menjadi faktor dengan pengaruh lebih tinggi (51,5% hubungan dan 26,5% pengaruh) dibandingkan citra kandidat (47,2% hubungan dan 22,2% pengaruh) terhadap perilaku memilih Generasi Z. Preferensi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor berbeda. Temuan ini mengimplikasikan pentingnya kandidat dan tim kampanye untuk lebih memfokuskan perhatian pada penyusunan dan sosialisasi visi-misi, program kerja, serta kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z, sambil tetap mempertahankan citra positif dan personal branding yang menarik.

ABSTRACT

Generation Z is often labeled as a lazy and apathetic generation. However, on the other hand, they are one of the groups of voters whose votes dominate and have the potential to influence election results. Therefore, this research is here to explore how this generation, which is often considered 'lazy' and 'apathetic',

participates and uses their voting rights in elections, especially in Parigi Moutong Regency. The initial question raised is whether the labels 'lazy' and 'apathetic' can also be applied in the political context, namely the democratic process. To answer this, the research focuses on two factors that influence Generation Z's voting preferences, namely candidate image and political policy issues, using James S. Coleman's Rational Choice theory as an analytical framework to test the rationality of their political choices. This study uses a quantitative research method with an explanatory approach. Data collection was carried out through a survey with an online questionnaire as a tool (G-Form), Generation Z was the respondent in this study with the following conditions; has been registered in the permanent voter list (DPT) and participated in making choices in the 2024 elections, and is from Parigi Moutong Regency. The results show that the candidate's political issues and policies offered are factors with a higher influence (51.5% relationship and 26.5% influence) than the candidate's image (47.2% relationship and 22.2% influence) on Generation Z's voting behavior. Other preferences are influenced by different factors. The findings imply that it is important for candidates and campaign teams to focus more attention on developing and disseminating vision-mission, work programs, and policies that suit the needs of Generation Z, while maintaining a positive image and attractive personal branding.

Introduction / Pendahuluan

Pemilu 2024 tidak hanya menjadi ajang demokrasi, tetapi juga penanda bangkitnya Generasi Z sebagai kekuatan politik baru. Dengan 46,8 juta pemilih, kelompok ini berpotensi menggeser peta elektoral di Indonesia (Hutajulu et al., 2024), termasuk di daerah seperti Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah, di mana 40.555 pemilih Generasi Z dengan rentang kelahiran antara tahun 1997-2012 (Dolot, 2018) turut menentukan arah kebijakan. Daerah ini memiliki jumlah DPT terbanyak di Sulawesi Tengah dengan total 326,675 pemilih yang tersebar di 1.360 tempat pemungutan suara (TPS) (KPU Sulteng No 124 Tahun 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pemilu tahun 2024 di kabupaten Parigi Moutong cukup dipengaruhi oleh partisipasi dan perilaku politik generasi Z. Namun, sejauh mana partisipasi dan preferensi politik mereka memengaruhi hasil pemilu masih menjadi pertanyaan kritis, mengingat karakteristik unik Generasi Z yang lekat dengan digitalisasi namun rentan terhadap apatisisme. Popularitas media sosial sebagai sumber informasi politik bagi generasi ini membawa konsekuensi ganda di satu sisi memperluas akses terhadap beragam perspektif, namun di sisi lain menciptakan kerentanan terhadap disinformasi dan polarisasi.

Generasi Z di kenal sebagai generasi yang sangat melek teknologi dan memiliki afinitas tinggi terhadap media social (Prensky, 2020). Kelompok ini cenderung mencari informasi politik melalui platform digital seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dan YouTube (Sekar Arum et al., 2023). Selain itu mereka juga dipengaruhi oleh tokoh-tokoh populer atau influencer di media social yang menyuarakan pandangan politik tertentu, karakteristik ini membuat generasi Z berbeda dari generasi sebelumnya, seperti generasi X dan generasi milenial yang

lebih dipengaruhi oleh media konvensional seperti televisi dan surat kabar (Adityara & Rakhman, 2019). Namun, meskipun generasi Z memiliki akses informasi yang luas mereka juga rentan terhadap pengaruh eksternal seperti, tekanan keluarga dan lingkungan.

Karakteristik Generasi Z tersebut menjadi pertimbangan penting bagi ketiga pasangan calon dalam kontestasi Pemilu 2024. Pasangan 01 (Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar) mengajukan narasi perubahan yang berfokus pada keadilan dan kesejahteraan bagi seluruh lapisan masyarakat, menangkap aspirasi Generasi Z yang cenderung idealis dan menginginkan transformasi sosial. Sementara itu, pasangan 02 (Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka) memilih pendekatan yang berbeda dengan mengusung keberlanjutan program pemerintah sebelumnya dan berhasil menciptakan fenomena viral melalui jargon "gemoy" yang dengan cepat mendapat tempat di kalangan anak muda yang aktif di media sosial. Pasangan 03 (Ganjar Pranowo-Mahfud MD) berusaha memosisikan diri dengan visi Indonesia unggul serta menampilkan citra yang selaras dengan tren fashion Generasi Z untuk membangun kedekatan personal. Persaingan ini menuntut analisis mendalam tentang faktor-faktor yang membentuk preferensi politik generasi muda, khususnya dalam konteks lokal.

Merujuk pada fenomena ini, perilaku pemilih (*voting behavior*) menjadi studi yang sangat relevan untuk memahami pola dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan politik Generasi Z. Menurut (Bartels, 2000), perilaku pemilih merupakan studi yang mempelajari pola-pola dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu dalam memilih kandidat atau partai politik tertentu dalam suatu pemilihan umum. (Firmanzah, 2007) mendefinisikan pemilih sebagai seluruh pihak yang menjadi tujuan utama paslon kandidat untuk meyakinkan dan memengaruhi agar mereka mendukung serta memberikan suaranya. Dalam hal ini, Generasi Z di Kabupaten Parigi Moutong menjadi salah satu target bagi kandidat Capres-Cawapres yang bersaing. Mereka harus merancang strategi kampanye yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu meyakinkan Generasi Z untuk memberikan suara mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang perilaku pemilih Generasi Z harus mencakup analisis mendalam mengenai bagaimana citra kandidat dan substansi kebijakan memengaruhi preferensi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori *Rational Choice* (Coleman, 1986) untuk menganalisis rasionalitas pemilih Gen Z. Teori ini menekankan bahwa keputusan politik didasarkan pada kalkulasi kepentingan pribadi dan informasi yang tersedia, bukan sekadar loyalitas atau emosi. Sehubungan dengan Gen Z yang kritis namun terpapar informasi berlimpah, pendekatan ini relevan untuk menguji sejauh mana citra kandidat dan substansi kebijakan memengaruhi preferensi mereka.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas perilaku memilih generasi Z, namun dengan fokus yang berbeda-beda. Misalnya, penelitian oleh (Fitriyani *et al.*, 2024) membandingkan preferensi politik antara generasi Z dan generasi milenial, menemukan bahwa generasi Z lebih dipengaruhi oleh faktor teknologi dan media

sosial. Sementara itu, penelitian oleh (Sarah Lestari Tampubolon *et al.*, 2024) menekankan pada partisipasi politik generasi Z, yang masih rendah karena kurangnya pemahaman tentang proses pemilu. Penelitian lain oleh (Oral, 2023) di Turki menemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap pilihan politik generasi Z, karena mereka cenderung lebih rasional dan mengedepankan fakta. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus membahas pengaruh citra kandidat dan isu kebijakan politik terhadap perilaku memilih generasi Z, terutama dalam konteks lokal seperti Kabupaten Parigi Moutong. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada faktor-faktor tersebut. Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi, baik secara akademis maupun praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam bidang ilmu politik dan pemerintahan, khususnya terkait dengan perilaku pemilih, partisipasi politik, dan dinamika generasi dalam konteks pemilihan umum. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam tentang perilaku politik generasi Z.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan advokasi dan pendidikan politik bagi generasi muda, serta membantu meningkatkan kesadaran mereka tentang pentingnya partisipasi dalam proses demokrasi. Bagi para kandidat Capres-Cawapres dan partai politik, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi kampanye yang efektif dan menargetkan pemilih muda. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan berharga bagi pemerintah, organisasi masyarakat sipil, dan akademisi dalam upaya meningkatkan partisipasi politik generasi muda dan memperkuat proses demokrasi di Indonesia. Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra kandidat Capres/Cawapres terhadap perilaku memilih generasi Z di Kabupaten Parigi Moutong, serta untuk mengetahui pengaruh isu dan kebijakan politik yang ditawarkan oleh Capres/Cawapres terhadap perilaku memilih generasi Z dalam Pemilu 2024 di Kabupaten Parigi Moutong.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi politik generasi Z, serta memberikan rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan dalam menghadapi dinamika politik generasi muda di masa depan. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital native, memiliki karakteristik unik yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya (Hasdiana, 2018). Mereka tumbuh di era teknologi informasi yang berkembang pesat, sehingga memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi. Hal ini membuat mereka lebih terbiasa dengan platform digital seperti media sosial, yang menjadi sumber utama informasi bagi mereka (Rosa *et al.*, 2024). Media sosial tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk mencari informasi politik, mengekspresikan pendapat, dan bahkan memengaruhi opini publik. Oleh karena itu,

media sosial dan influencer memainkan peran penting dalam membentuk preferensi politik generasi Z (We Are Social, 2023). Namun, meskipun generasi Z memiliki akses informasi yang luas, mereka cenderung bersikap ambigu dan kurang peduli terhadap politik. Menurut beberapa penelitian, generasi Z sering kali dianggap sebagai kelompok yang polos tentang perkembangan politik (Wartoyo & Ginting, 2024). Mereka masih sangat rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti tekanan keluarga dan lingkungan, yang dapat membatasi eksplorasi mereka terhadap pilihan-pilihan politik yang ada (Bagaskoro, 2023). Selain itu, citra kandidat dan isu kebijakan politik juga diduga ikut memengaruhi perilaku memilih generasi Z. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi politik generasi Z, terutama dalam konteks pemilihan presiden 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu politik dan pemerintahan, khususnya dalam memahami perilaku politik generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan dalam menyusun strategi kampanye yang efektif dan menargetkan pemilih muda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan partisipasi politik generasi muda dan memperkuat proses demokrasi di Indonesia.

Method / Metode

Studi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran dan kuantifikasi fenomena sosial. Menurut Creswell (2014) Penelitian kuantitatif adalah metode yang menekankan pengukuran variabel dan pengujian hipotesis secara empiris. Data yang dikumpulkan dalam bentuk angka kemudian dianalisis secara statistik untuk menemukan hubungan, pola, atau perbedaan antara kelompok serta metode ini pula bertujuan untuk menguji teori dan hipotesis secara objektif. Tipe pendekatan dalam penelitian ini yaitu tipe eksplanatori. Menurut Sugiyono (2013) Pendekatan eksplanatori merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal, atau sebab-akibat, antara variabel yang mempengaruhi hipotesis. Tipe penelitian ini juga mencoba menjelaskan bagaimana variabel-variabel yang diteliti berada di tempatnya dan bagaimana hubungan mereka satu sama lain berpengaruh (Kumar, 2019).

Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan Google Form. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) untuk mengukur variabel penelitian. Berikut skor penilaian yang digunakan:

4,21-5,00	Sangat Setuju
3,41-4,20	Setuju
2,61-3,40	Netral
1,81-2,60	Tidak Setuju

1,00-1,80 | Sangat Tidak Setuju
Source / Sumber:(Pageno, 2023)

Kemudian data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen seperti profil Kabupaten Parigi Moutong yang memuat kondisi demografis maupun geografis. Populasi penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Parigi Moutong yang terdaftar sebagai pemilih tetap (DPT) pada Pemilu 2024, dengan total 40.555 pemilih. Penelitian menggunakan teknik non probability sampling dengan margin error 5% dan tingkat kepercayaan 95%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 150 responden. Kriteria sampel meliputi: (1) masuk dalam kategori generasi Z (usia 17-24 tahun), (2) terdaftar dalam DPT, dan (3) berdomisili di Kabupaten Parigi Moutong.

Dengan metode tersebut, penelitian ini memberikan pemahaman yang signifikan tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku memilih generasi Z, serta memberikan rekomendasi strategis bagi para pemangku kepentingan dalam menghadapi dinamika politik generasi muda.

Result / Hasil

1. Pengaruh Citra Kandidat Terhadap Perilaku Memilih Generasi Z Di Kabupaten Parigi Mourong

Citra kandidat merupakan representasi yang dikembangkan oleh pemilih melalui lensa keyakinan, ideologi, dan persepsi mengenai kandidat (Newman, 1994). Hal ini berkaitan dengan kualitas individu yang dianggap sebagai cerminan dari sifat pribadi kandidat yaitu kompetensi, integritas, dukungan dan asosiasi serta karismatik seorang kandidat (Fauzi, 2019). Berikut tabel yang menunjukkan pengaruh maupun hubungan citra kandidat sekaligus pengaruh dan hubungan isu kebijakan politik kandidat capres-cawapres pada pemilu tahun 2024 terhadap perilaku memilih Generasi Z di Kabupaten Parigi Moutong.

Table / Tabel 1. Statistik Korelasi Product Moment

		Citra Kandidat (X ₁)	Isu dan Kebijakan Politik (X ₂)	Perilaku Voting (Y)
Citra Kandidat(X ₁)	Pearson Correlation	1	.515**	.472**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	150	150	150
Isu dan Kebijakan Politik Kandidat(X ₂)	Pearson Correlation	.515**	1	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	150	150	150
Perilaku Voting(Y)	Pearson Correlation	.472**	.489**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

Source / Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Pada tabel tersebut hasil penelitian menunjukkan bahwa citra kandidat memberikan kontribusi sebesar 22,2% terhadap perilaku memilih generasi Z, dengan tingkat hubungan sebesar 47,2%. Angka ini menggambarkan peran signifikan yang dimainkan oleh persepsi dan penilaian terhadap figur kandidat dalam proses pengambilan keputusan politik generasi Z. Citra kandidat merupakan representasi mental yang terbentuk di benak pemilih melalui berbagai elemen seperti penampilan fisik, gaya komunikasi, latar belakang personal dan profesional, serta kesan yang ditampilkan melalui media (Campbell *et al.*, 1960).

Kontribusi sebesar 22,2% mengindikasikan bahwa lebih dari seperlima keputusan memilih generasi Z dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang sosok kandidat. Hal ini relevan dengan karakteristik generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era digital dengan paparan informasi yang masif dan beragam. Mereka terbiasa membentuk penilaian berdasarkan konten visual dan narasi personal yang tersebar melalui berbagai platform media sosial. Komponen citra kandidat seperti autentisitas, konsistensi, dan kemampuan berkomunikasi menjadi parameter penting yang diperhatikan oleh generasi ini. Tingkat hubungan sebesar 47,2% menunjukkan korelasi yang cukup kuat antara citra kandidat dengan keputusan politik yang diambil. Hal ini berarti perubahan pada citra kandidat berpotensi menghasilkan perubahan signifikan pada preferensi pemilih generasi Z. Fenomena ini dapat dipahami dalam konteks era post-truth, di mana batas antara fakta dan persepsi menjadi semakin kabur. Generasi Z, yang memiliki literasi digital tinggi namun juga rentan terhadap bias konfirmasi, seringkali membentuk penilaian berdasarkan kesan personal dan emosional terhadap kandidat.

Dimensi citra kandidat yang memengaruhi generasi Z dapat dikelompokkan dalam beberapa aspek kunci. Pertama, integritas dan kredibilitas yang tercermin dari konsistensi antara ucapan dan tindakan serta transparansi dalam bersikap. Generasi Z cenderung menghargai kejujuran dan mengapresiasi kandidat yang berani mengakui kesalahan atau keterbatasan. Kedua, kompetensi dan kapabilitas yang tergambar dari rekam jejak, pengalaman, serta kemampuan menyampaikan gagasan secara artikulatif. Ketiga, kedekatan dengan konstituen yang termanifestasi dalam empati, keterjangkauan, dan kemampuan memahami aspirasi pemilih muda. Menariknya, pengaruh citra kandidat pada generasi Z tidak selalu bersifat rasional. Aspek visual dan impresionistik seperti gaya berpakaian, gestur tubuh, dan ekspresi wajah dapat membentuk penilaian bawah sadar yang memengaruhi preferensi politik. Kandidat yang mampu memproyeksikan citra yang selaras dengan nilai-nilai dan aspirasi generasi Z memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan dukungan mereka. Hal ini menjadikan personal branding sebagai strategi penting dalam komunikasi politik kontemporer. Media sosial memainkan peran krusial dalam

pembentukan citra kandidat di mata generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi arena utama di mana kandidat membangun narasi personal dan memperkuat hubungan dengan konstituen muda. Konten yang otentik, relatable, dan memiliki nilai edukatif cenderung mendapatkan respons positif. Sebaliknya, kesalahan komunikasi atau inkonsistensi citra dapat dengan cepat tersebar dan berdampak negatif pada persepsi pemilih.

Generasi Z juga cenderung memperhatikan bagaimana kandidat merespons kritik dan krisis. Kemampuan menunjukkan resiliensi, mengakui kesalahan, dan beradaptasi dengan situasi baru menjadi indikator penting dalam menilai karakter dan kepemimpinan. Faktanya, beberapa studi menunjukkan bahwa generasi Z lebih menghargai otentisitas daripada kesempurnaan citra. Mereka memiliki radar yang tajam untuk mendeteksi ketidaktulusan dan manipulasi citra. Efek bandwagon atau kecenderungan untuk mengikuti tren juga berperan dalam bagaimana citra kandidat memengaruhi perilaku pemilih generasi Z. Popularitas kandidat di media sosial dan dukungan dari influencer atau tokoh publik yang dihormati dapat memperkuat persepsi positif dan mendorong dukungan elektoral. Fenomena ini menjelaskan mengapa beberapa kandidat politik berinvestasi besar pada strategi digital dan kolaborasi dengan kreator konten yang memiliki pengikut dari kalangan muda. Meskipun generasi Z seringkali digambarkan sebagai kelompok yang idealis dan berorientasi pada isu, penelitian menunjukkan bahwa mereka tidak kebal terhadap pengaruh citra dan persona politik. Faktor-faktor seperti karisma, kejelasan visi, dan kemampuan menginspirasi tetap menjadi elemen penting yang membentuk preferensi mereka. Hal ini menjelaskan mengapa beberapa kandidat dengan kualifikasi teknis yang mumpuni namun kurang menonjol dalam aspek citra personal kesulitan mendapatkan dukungan pemilih muda.

Kontribusi citra kandidat sebesar 22,2% juga merefleksikan pergeseran paradigma dalam komunikasi politik di era digital. Politik tidak lagi sekadar pertarungan gagasan dan kebijakan, tetapi juga kompetisi narasi dan citra. Kandidat yang mampu mengartikulasikan visinya melalui storytelling yang kuat dan membangun koneksi emosional dengan pemilih memiliki keunggulan kompetitif. Bagi generasi Z, politik bukan sekadar tentang apa yang ditawarkan, tetapi juga siapa yang menawarkannya. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya strategi komunikasi politik yang terintegrasi, autentik, dan disesuaikan dengan karakteristik generasi Z. Kandidat perlu membangun citra yang konsisten di berbagai platform, memperhatikan detail visual dan verbal, serta menunjukkan pemahaman terhadap isu-isu yang menjadi perhatian pemilih muda. Pada akhirnya, citra kandidat bukan hanya tentang penampilan superfisial, tetapi representasi holistik dari nilai, karakter, dan visi yang ditawarkan.

2. Pengaruh Isu dan Kebijakan Politik Kandidat Capres-Cawapres Terhadap Perilaku Memilih Generasi Z Di Kabupaten Parigi Moutong

Pendekatan *Rasional Choice* oleh (Coleman, 1944) memandang individu,

termasuk politisi, pemilih, dan kelompok kepentingan, sebagai aktor rasional yang berupaya memaksimalkan kepentingan mereka. (Popkin, 1991) Oleh karena itu, isu dan kebijakan politik menjadi alat dan hasil dari perhitungan rasional tersebut. Isu politik merupakan masalah-masalah yang menjadi perhatian dalam arena politik dan menjadi bahan pertimbangan bagi pengambil keputusan. Sementara kebijakan politik merupakan keputusan atau tindakan yang diambil (Taylor, 2014). Dalam konteks pemilihan umum (Pemilu) tahun 2024 di Indonesia, isu dan kebijakan politik menjadi bagian sentral dari kampanye para kandidat dan partai politik. Kebijakan maupun program-program kandidat pada pemilihan presiden tahun 2024 yang merupakan serangkaian rencana, langkah, dan komitmen politik yang akan dilaksanakan oleh calon presiden dan wakil presiden jika terpilih (Peters, 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu dan kebijakan politik memberikan kontribusi sebesar 26,5% terhadap perilaku memilih generasi Z, dengan tingkat hubungan sebesar 51,5%. Angka ini mengindikasikan bahwa substansi platform politik dan kebijakan yang ditawarkan kandidat memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan citra kandidat dalam membentuk preferensi electoral generasi Z. Temuan ini mematahkan stereotip bahwa pemilih muda cenderung mengambil keputusan berdasarkan popularitas atau pesona kandidat semata. Kontribusi sebesar 26,5% mencerminkan bahwa lebih dari seperempat pertimbangan pemilih generasi Z didasarkan pada evaluasi terhadap posisi kandidat terkait berbagai isu publik dan solusi kebijakan yang ditawarkan. Hal ini konsisten dengan karakteristik generasi Z sebagai generasi yang relatif teredukasi, memiliki akses informasi yang luas, dan tumbuh dalam era perubahan sosial yang masif. Mereka cenderung memperhatikan isu-isu spesifik yang berdampak langsung pada kehidupan mereka seperti pendidikan, lapangan kerja, perubahan iklim, kesetaraan gender, dan hak-hak minoritas.

Tingkat hubungan sebesar 51,5% menunjukkan korelasi yang kuat antara posisi kandidat terhadap isu-isu politik dengan keputusan pemilih generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z cenderung lebih rasional dan programatis dalam menentukan pilihan politik dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka mencari keselarasan antara nilai-nilai personal dengan platform kebijakan yang diusung kandidat, dengan mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari setiap kebijakan yang ditawarkan. Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam memproses informasi politik. Mereka tidak hanya mengonsumsi berita dari sumber-sumber konvensional, tetapi juga aktif mencari perspektif alternatif melalui media sosial, forum diskusi online, dan platform edukasi. Kebiasaan ini memungkinkan mereka membentuk pandangan yang lebih komprehensif terhadap isu-isu kompleks dan mengevaluasi kebijakan dari berbagai sudut pandang. Akibatnya, mereka cenderung lebih kritis terhadap janji-janji kampanye dan mencari bukti konkret dari komitmen kandidat.

Isu-isu seperti keadilan sosial, keberlanjutan lingkungan, inklusi, dan reformasi sistem pendidikan seringkali menjadi prioritas bagi generasi Z. Penelitian

menunjukkan bahwa mereka cenderung mendukung kandidat yang menawarkan solusi progresif dan inovatif terhadap tantangan kontemporer. Mereka juga memberikan perhatian khusus pada konsistensi kandidat dalam memperjuangkan isu-isu tersebut, bukan sekadar retorika kampanye. Transparansi dalam proses perumusan kebijakan dan pelibatan komunitas dalam pengambilan keputusan juga menjadi faktor yang diperhitungkan. Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara generasi Z berinteraksi dengan isu dan kebijakan politik. Mereka tidak lagi menjadi konsumen pasif informasi, tetapi partisipan aktif dalam diskusi publik. Fenomena seperti hashtag activism dan petisi online memungkinkan mereka mengekspresikan dukungan atau penolakan terhadap kebijakan tertentu dan membentuk komunitas virtual berdasarkan kesamaan pandangan politik. Kandidat yang mampu memanfaatkan dinamika ini dan terlibat dalam dialog substantif dengan pemilih generasi Z memiliki keunggulan signifikan. Generasi Z juga menunjukkan perhatian terhadap implementasi kebijakan, bukan hanya janji-janji kampanye. Mereka mengapresiasi kandidat yang memiliki rencana aksi konkret dan terukur, dengan mempertimbangkan kelayakan dan keberlanjutan kebijakan yang ditawarkan. Kemampuan kandidat menjelaskan implikasi kebijakan secara transparan dan bertanggung jawab menjadi pertimbangan penting. Kandidat yang terkesan membuat janji bombastis tanpa elaborasi yang jelas cenderung dipandang skeptis.

Sikap pragmatis generasi Z terhadap politik juga tercermin dalam evaluasi mereka terhadap kebijakan. Mereka cenderung mendukung solusi yang berbasis bukti dan data, dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektivitas implementasi. Sebuah studi menunjukkan bahwa pemilih generasi Z lebih mungkin mengubah preferensi politiknya berdasarkan evolusi kebijakan kandidat dibandingkan perubahan pada aspek personal atau citra. Hal ini menegaskan bahwa substansi tetap menjadi faktor determinan dalam perilaku memilih mereka. Polarisasi politik kontemporer juga memengaruhi bagaimana generasi Z merespons isu dan kebijakan. Mereka cenderung mencari kandidat yang mampu mengatasi perpecahan dan menawarkan solusi inklusif terhadap permasalahan masyarakat. Pendekatan manajemen konflik dan kemampuan membangun konsensus menjadi atribut yang dihargai dalam konteks politik yang semakin terfragmentasi. Kandidat yang terlalu partisan atau dogmatis dalam pandangan politiknya mungkin kesulitan mendapatkan dukungan luas dari pemilih generasi Z. Kontribusi isu dan kebijakan sebesar 26,5% juga mencerminkan tren broad-based policy approach dalam perilaku pemilih generasi Z. Mereka tidak hanya memperhatikan satu atau dua isu politik, tetapi mengevaluasi posisi kandidat dalam spektrum kebijakan yang luas. Konsistensi ideologis dan koherensi platform politik menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi terhadap kredibilitas kandidat. Kandidat yang terkesan oportunistik atau sering berganti posisi kebijakan cenderung kehilangan kepercayaan pemilih generasi Z.

Implikasi dari temuan ini adalah kebutuhan akan komunikasi politik yang

substantif dan berbasis isu. Kandidat perlu memprioritaskan elaborasi visi dan kebijakan yang jelas, dengan memperhatikan aspek transparansi dan akuntabilitas. Strategi kampanye yang berfokus pada isu-isu relevan bagi generasi Z dan melibatkan mereka dalam dialog konstruktif memiliki potensi untuk mengonversi perhatian menjadi dukungan electoral. Pada akhirnya, pemahaman terhadap dinamika pengaruh isu dan kebijakan politik pada generasi Z menjadi kunci dalam membangun hubungan politik yang berkelanjutan dengan kelompok demografis yang semakin berpengaruh ini.

Discussion / Pembahasan

Temuan penelitian yang menunjukkan bahwa isu dan kebijakan politik (26,5%) lebih berpengaruh dibanding citra kandidat (22,2%) dalam perilaku memilih generasi Z di Kabupaten Parigi Moutong merefleksikan pergeseran signifikan dalam preferensi pemilih muda. Fenomena ini sejalan dengan teori Rational Choice, yang menekankan bahwa pemilih cenderung memilih kandidat yang menawarkan manfaat terbesar bagi mereka. Generasi Z di Parigi Moutong, meski berada dalam konteks sosial budaya tradisional, menunjukkan kecenderungan perilaku memilih yang lebih rasional berkat akses teknologi dan informasi. Smartphone dan internet telah membuka wawasan mereka terhadap isu-isu kontemporer seperti pendidikan, lapangan kerja, ekonomi digital, dan keberlanjutan lingkungan, yang kemudian menjadi parameter utama dalam mengevaluasi kandidat.

Meskipun faktor identitas seperti etnis, agama, dan afiliasi keluarga masih berperan, generasi Z melakukan prioritas yang berbeda dengan menempatkan program dan kebijakan substantif di posisi lebih tinggi. Media sosial menjadi arena baru pertarungan ide dimana mereka tidak hanya mengonsumsi informasi politik tetapi juga aktif menganalisis dan mendiskusikan visi kandidat. Rasionalitas pemilih generasi Z ini berimplikasi positif pada demokratisasi lokal. Kandidat dipaksa untuk mengembangkan platform yang komprehensif dan realistis, tidak lagi cukup mengandalkan popularitas atau jaringan. Sikap kritis ini berpotensi mendorong regenerasi kepemimpinan politik berbasis kompetensi dan visi, meskipun tantangan seperti infrastruktur digital yang belum merata dan polarisasi politik berbasis identitas masih perlu diatasi.

Angka kontribusi 26,5% dengan tingkat hubungan 51,5% bukan sekadar statistik, tetapi cerminan generasi yang mengalami disrupsi digital dan kompleksitas ekonomi yang mendorong mereka untuk lebih pragmatis dan berorientasi solusi. Pergeseran dari politik berbasis figur ke politik berbasis program ini memberi harapan bagi transformasi politik lokal yang lebih substantif dan akuntabel di Parigi Moutong.

Conclusion / Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa program kandidat memiliki pengaruh lebih besar (26,5% dengan tingkat hubungan 51,5%) terhadap perilaku memilih Generasi Z

di Kabupaten Parigi Moutong dibandingkan citra kandidat (22,2% dengan tingkat hubungan 47,2%). Temuan ini menunjukkan pergeseran signifikan dalam preferensi pemilih muda yang lebih mengutamakan substansi daripada simbolisme. Generasi Z di Parigi Moutong menunjukkan kecenderungan memilih yang lebih rasional, dengan fokus pada program dan kebijakan yang relevan dengan kebutuhan mereka seperti pendidikan, lapangan kerja, teknologi, dan lingkungan. Fenomena ini didorong oleh penetrasi teknologi digital yang memungkinkan akses informasi lebih luas, tantangan sosial-ekonomi yang mendorong pragmatisme, dan kesadaran lingkungan yang semakin tinggi. Meskipun citra kandidat tetap menjadi faktor penting, pemilih muda Kabupaten Parigi Moutong tidak sepenuhnya terpesona oleh popularitas. Mereka lebih tertarik pada kapasitas kandidat menawarkan solusi konkret untuk masalah-masalah yang mereka hadapi.

Pergeseran preferensi ini berimplikasi pada dinamika politik lokal, mendorong kandidat untuk mengembangkan platform yang lebih substantif dan responsif. Hal ini berpotensi meningkatkan kualitas demokrasi lokal dengan menciptakan kompetisi politik yang lebih konstruktif dan mendorong regenerasi kepemimpinan yang lebih berkualitas dan akuntabel. Temuan ini memperkuat validitas teori Rational Choice dalam konteks politik elektoral, menunjukkan bahwa transisi dari politik berbasis figur ke politik berbasis program telah mulai terjadi di tingkat lokal, dengan Generasi Z sebagai katalisator perubahan.

Acknowledgments / Ucapan Terima Kasih

Penghargaan yang mendalam diberikan kepada dosen pembimbing Bapak Dr. Isbon Pageno, MA dan Bapak Sisrilnardi S.IP.,MA atas arahan dan masukan yang sangat membantu dalam penyusunan penelitian ini. Apresiasi juga kami sampaikan kepada teman-teman yang terpilih menjadi responden dalam penelitian ini dan berasal dari kabupaten Parigi Moutong yang telah meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner berbasis link yang peneliti sebar. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kebijakan pemerintah khususnya dalam kebijakan kesehatan.

References / Referensi

- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. *Semina Nasional Seni Dan Desain: "Reinvensi Budaya Visual Nusantara,"* September, 401–406.
- Bagaskoro, A. (2023). Anomali Perilaku Pemilih Generasi Z di Kabupaten Kulon Progo. *Prosiding Seminar Nasional Program Doktor*
- Bartels, L. M. (2000). Partisanship and Voting. *American Journal of Political Science*, 44(1), 35–50.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. (1960). *The America Voter*.
- Coleman, J. S. (1944). *Foundations of social theory-Harvard University Press* (1994).
- Coleman, J. S. (1986). *Social Theory , Social Research , and a Theory of Action*. 91(6), 1309–

- 1335.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Dolot, A. (2018). New trends in management The Characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 2(2), 44–50.
- Fauzi, A. M. (2019). *Perilaku Pemilih Menjelang Pemilu 2019*. 40–48.
- Firmanzah. (2007). *Sosial Politik Marketing Pemilih*.
- Fitriyani, A., Rosadi, A. D., Laila, F., Puspita, D., & Imron, A. (2024). *Generasi z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024*. 10(April).
- Hasdiana, U. (2018). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5.
- Hutajulu, S., Ginting, S., & Manasyekh, Y. (2024). *Digitalisasi Budaya Politik Melalui Peran Generasi Milenial dan Gen Z Di Indonesia*. 2.
- Keputusan Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Tengah Nomor 124 Tahun 2023 (2023).
- Kumar, R. (2019). *Research Methodology a step-by-step guide for beginners*.
- Newman, B. I. (1994). *The Marketing Of The President Political Marketing as Campaign Strategy*.
- Oral, U. (2023). The Use of Media by Turkey's Generation Z as a Source for Political Information. *OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi*, 20(51), 162–173. <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1214406>
- Pageno, I. (2023). *Faktor-faktor Mempengaruhi Implementasi Kebijakan dan Dana Desa di Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi* (Vol. 2, Issue 22).
- Peters, B. G. (2018). *American Public Policy: Promise and Performance (11th ed.)*. CQ Press. (p. 509). https://archive.org/details/americanpublicpo00pete_0/mode/2up
- Popkin, S. L. (1991). The Reasoning Voter Communication and Persuasion in Presidential Campaigns. In *Political Psychology* (Vol. 14, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3791718>
- Prensky, M. (2020). Tracking dynamics between digital design agencies and clients of hybrid outsourcing in the double diamond website development process. *Archives of Design Research*, 33(1), 17–35. <https://doi.org/10.15187/adr.2020.02.33.1.17>
- Rosa, V. Dela, Fadhila, D., Salsabilla, N., Anwar, R. S. T., & Randa, M. (2024). Peran generasi z dalam pemilu yang bersih dan demokratis. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7, 4654–4660.
- Sarah Lestari Tampubolon , Tri Bayu Armanda , Depi Yohana Manurung, U., & Sinaga, Santiana Siboro, Limra Nababan, J. P. B. (2024). Perilaku Pemilih Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024. *Sosial : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(2), 110–120.
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>

- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Taylor, A. H. & B. (2014). Rational Choice. In *Key Concepts in Sociology*.
<https://doi.org/10.4135/9781473914704.n30>
- Wartoyo, F. X., & Ginting, Y. P. (2024). Sosialisasi Generasi Z Dalam Partisipasi Pemilu 2024. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(02), 132–143.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i02.963>
- We Are Social. (2023). Digital 2023 Indonesia : Platfrom Social Media yang Sering Digunakan di Indonesia 2023. *Wearesocial*, 56.