

Memenangkan Suara Generasi Z: Strategi Dempo Xler di Pemilu 2024

Winning Generation Z Votes: Dempo Xler's Strategy in the 2024 Election

Silvia Amanda Putri*, Lisa Adhrianti, & Neneng Cucu Marlina

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bengkulu, Indonesia

Diterima: 22 Oktober 2023; Direview: 01 November 2023; Disetujui: 27 November 2023

*Corresponding Email: silviaamandaa04@gmail.com

Abstrak

Saat ini teknologi dimanfaatkan dalam kampanye politik di media sosial. Pemilu Legislatif 2024 telah memberikan warna terbaru dalam situasi kampanye saat ini, seperti yang dilakukan calon legislatif dari Kota Bengkulu yaitu Dempo Xler. Generasi Z memberikan dampak yang besar bagi pemilu 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi politik media sosial Dempo Xler guna meraih suara generasi Z dalam pemilu tahun 2024. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi sebagai instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukan strategi yang dilakukan Dempo Xler dalam meraih suara Gen Z dengan membentuk *personal branding* dan melakukan komunikasi persuasif. Strategi memiliki dampak dan respon yang positif dari Gen Z di Kota Bengkulu baik dukungan, saran, hingga kritik yang membangun sehingga nantinya hal ini dapat membantu dalam mencapai tujuan di pemilu tahun 2024. Kesimpulan dalam penelitian ini yakni Dempo Xler membuat media sosial menjadi selaras dengan adanya korelasi *personal branding* dan komunikasi persuasif merupakan bentuk kesempurnaan strategi kampanye politik dalam mendapatkan suara generasi Z di pemilu 2024.

Kata Kunci: Media Sosial; Strategi; Pemilu.

Abstract

Currently, technology is being used in political campaigns on social media. The 2024 Legislative Election has provided the latest color in the current campaign situation, this was also carried out by one of the legislative candidates from Bengkulu City, Dempo Xler. Generation Z had a big impact on the 2024 elections. This study aims to find out how Dempo Xler's social media political strategy is to win the Z generic vote in the 2024 election. This study used a descriptive qualitative method. This study uses interviews and observations as research instruments. The results showed the strategy carried out by Dempo Xler in gaining Gen Z votes by forming *personal branding* and conducting persuasive communication. The strategy has a positive impact and response from Gen Z in Bengkulu City, both support, suggestions, and constructive criticism so that later this can help in achieving goals in the 2024 election. This research concludes that Dempo Xler makes social media in line with the correlation of *personal branding* and persuasive communication as a form of perfection in political campaign strategies to get Generation Z votes in the 2024 election.

Keywords: Social Media; Strategy; Legislative Election.

How to Cite: Putri, S.A., Adhrianti, L., & Marlina, N.C., (2023), Memenangkan Suara Generasi Z: Strategi Dempo Xler di Pemilu 2024 Election, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2): 877-884.



PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi teknologi digunakan di beberapa domain eksistensi manusia, termasuk ranah politik. Untuk mengantisipasi Pemilu 2024 mendatang, partai politik dan calon legislatif secara konsisten menunjukkan upaya bersama mereka untuk menggali dukungan dari masyarakat umum. Terbukti, ada persaingan yang terlihat di antara individu untuk menunjukkan kemampuan optimal mereka dan menggunakan beragam strategi untuk mencapai tujuan mereka, khususnya untuk mengumpulkan dukungan dari penduduk yang tinggal di daerah yang ditunjuk dan mengamankan tempat sebagai perwakilan dari daerah pemilihan mereka (Aminah dan Hasan, 2020). Pemilu Legislatif 2024 telah menjadi poin penting dalam perjalanan politik negara, menciptakan gelombang perubahan yang luar biasa, terutama di tengah-tengah dinamika politik Kota Bengkulu.

Dalam peristiwa ini, Dempo Xler, seorang calon legislatif, tampil sebagai pemimpin yang membawa pendekatan yang segar dan unik dalam menghadapi tantangan politik. Dengan fokus pada semangat kolaborasi dan inovasi, Dempo Xler berperan aktif dalam membangun kesadaran politik dan mendorong partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi. Kontribusinya yang positif dan pendekatan yang inovatif tidak hanya menciptakan momentum positif di tingkat lokal tetapi juga membawa nuansa baru dalam dinamika politik nasional.

Di tengah persaingan yang ketat, Dempo Xler mampu merangkul keragaman masyarakat dan menawarkan solusi konkret untuk berbagai isu yang dihadapi Kota Bengkulu. Pendekatan politiknya yang unik mencerminkan komitmen pada pelayanan publik yang lebih baik dan keterlibatan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Melalui Pemilu Legislatif 2024, Dempo Xler membuktikan bahwa inovasi dan semangat positif dapat menjadi kunci untuk membawa perubahan yang signifikan dalam lingkup politik lokal, memberikan harapan baru bagi masyarakat dan membangun fondasi yang kokoh untuk masa depan yang lebih baik.

Pemilu berfungsi sebagai mekanisme penerapan sistem demokrasi, memfasilitasi ekspresi hak suara individu dalam pemilihan wakil atau pemimpin (Wijaya, 2020). Dalam masyarakat kontemporer, pemanfaatan media sosial telah menjadi aspek yang sangat diperlukan dalam kehidupan individu, memberikan pengaruh signifikan pada beberapa aspek masyarakat (Kurniawan dan Mutiah, 2022). Media sosial umumnya dilihat sebagai alat praktis dan efisien untuk mencapai jangkauan dan keterlibatan massa. Menurut Komariah dan Kartini, (2019), media sosial memiliki kapasitas untuk melakukan kontrol dan membentuk persepsi dan proses kognitif individu. Selama pemilihan politik, sejumlah besar kandidat legislatif menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memaksimalkan jangkauan mereka dan terlibat dengan suara yang lebih besar. Untuk meningkatkan keterlibatan pemilih, sangat penting bagi kandidat untuk memanfaatkan media sosial secara efektif.

Menurut Silitonga dan Roring, (2023), diperkirakan bahwa Pemilu 2024 di Indonesia akan sangat menawan, dengan tingkat penetrasi digital terbesar yang pernah disaksikan dalam sejarah pemilu bangsa. Fenomena yang diamati memerlukan transisi wacana politik dari lingkungan fisik ke digital. Perdebatan yang terjadi di media sosial sering terwujud dalam konteks *offline* juga. Fenomena ini juga berfungsi sebagai indikator evolusi gerakan politik di Indonesia. Kurniawan dan Mutiah, (2022) berpendapat bahwa ranah virtual kontak siber terkait erat dengan tindakan dunia nyata, khususnya dalam konteks gerakan politik. Media sosial umumnya menunjukkan beberapa indikasi, termasuk keterlibatan, keterbukaan, dan fasilitasi percakapan yang berkontribusi pada pembentukan komunitas *online*. Indikator ini menunjukkan hubungan yang kuat antara media sosial dan gaya hidup berorientasi digital kontemporer. Pada Januari 2022, penggunaan media sosial di Indonesia diamati di antara basis pengguna yang substansial dari 191,4 juta individu. Setiap hari, durasi rata-rata waktu yang dihabiskan oleh pengguna media sosial di situs jejaring sosial adalah 3 jam 17 menit (Mahdi, 2022).

Pemilu 2024 ditandai dengan kehadiran pemilih pemula yang substansial, karena ukuran kelompok demografis ini yang cukup besar. Kehadiran demografis yang substansial dari Generasi Y dan Z menimbulkan hambatan signifikan bagi penyelenggara dan peserta pemilu dalam memobilisasi ini secara efektif untuk menggunakan hak suara mereka selama proses pemilihan (Sitorus dan Sitorus, 2023). Generasi Z mewakili pergeseran generasi dari Generasi Y, juga



dikenal sebagai generasi *milenial*, yang terjadi selama periode kemajuan teknologi yang luar biasa (Candranegara, Mahardhika dan Mirta, 2018).

Generasi Z menunjukkan kecenderungan terhadap kedekatan dalam sikap mereka. Menurut Pramelani dan Widyastuti, (2021), mayoritas individu Gen Z menunjukkan preferensi terhadap calon pemimpin yang memiliki keterampilan motivasi yang kuat. Para pemimpin ini dicirikan oleh kemampuan mereka untuk secara konsisten meningkatkan tingkat motivasi konstituen mereka, terutama dalam kaitannya dengan pentingnya proses organisasi dalam mencapai hasil yang diinginkan yang bermanfaat bagi masyarakat.

Teori Dramaturgi yang dikembangkan Erving Goffman, merupakan konsep dimana individu cenderung bersaing untuk menampilkan diri mereka dengan sebaik mungkin (Yusanda et al., 2021). Ketika seseorang terlibat dalam interaksi dengan orang lain, mereka memiliki keinginan untuk menyajikan gambaran diri yang dapat diterima oleh orang lain. Usaha ini juga dikenal sebagai manajemen kesan (*impression management*). Pendekatan teori dramaturgi menekankan Dempo Xler melaksanakan perannya, bukan hanya pada tindakan, niat, atau alasan di balik tindakan tersebut. Fokusnya adalah agar generasi Z dapat memahami kehidupan karakter dan mengikuti perkembangan cerita melalui eksekusi yang dipersembahkan.

Interaksi antara Dempo Xler dan Generasi Z di media sosial merupakan sarana untuk memahami dan menyusun strategi untuk mencapai pengaruh Generasi Z. Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan individu Generasi Z, karena memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa tentang masalah politik dan proses pemilihan (Amir dan Usni, 2022). Oleh karena itu, jelas bahwa individu yang termasuk Generasi Z, yang dikategorikan sebagai pemilih baru dalam proses pemilu, memiliki pemahaman sebelumnya mengenai pentingnya berpartisipasi dalam pemilihan demokratis pada tahun 2024 (Sitorus dan Sitorus, 2023).

Validasi ilmiah tentang kemandirian calon legislatif dalam mengamankan dukungan pemilih menggunakan media sosial masih belum meyakinkan sejauh ini. Namun demikian, adopsi media sosial yang meluas di kalangan masyarakat umum tampaknya cukup untuk menetapkannya sebagai elemen penting dari pendekatan yang sukses. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pendekatan politik media sosial yang digunakan oleh Dempo Xler dalam rangka mengamankan suara dari demografi Gen Z selama Pemilu 2024 di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merangkum pendekatan metodologi kualitatif yang diadopsi untuk menjelajahi dan mendalami fenomena tertentu yang terjadi di lingkungan studi (Creswell, 2016). Dengan fokus pada Kota Bengkulu, penelitian ini berupaya menggambarkan perubahan signifikan yang muncul sebagai hasil dari Pemilu Legislatif 2024. Dalam konteks ini, Dempo Xler, salah satu kandidat legislatif, memainkan peran krusial dengan pendekatan yang unik dalam proses politik.

Metode kualitatif dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam tentang perubahan politik dan dinamika yang terjadi di tingkat lokal, khususnya di Kota Bengkulu. Data deskriptif, yang mencakup bahasa tertulis dan lisan, serta ekspresi individu dan perilaku yang diamati, dianggap penting dalam membongkar lapisan-lapisan kompleks dari peristiwa politik ini.

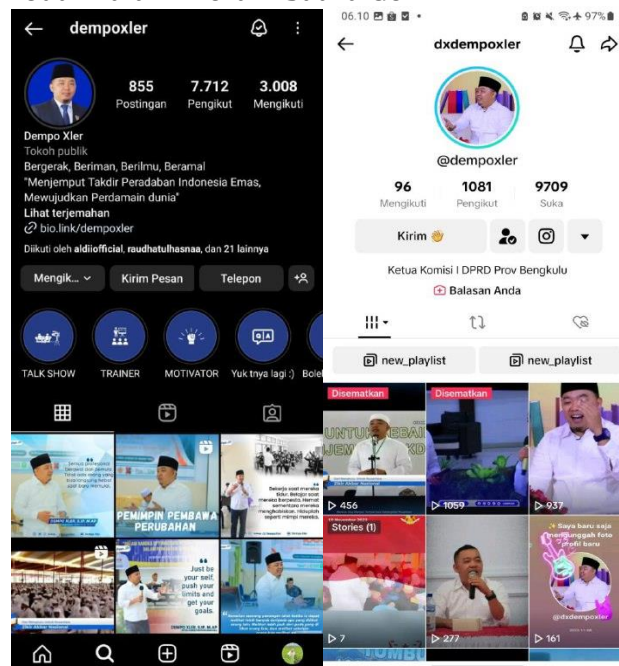
Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan, yang mencakup pengamatan langsung dan wawancara semi terstruktur dengan berbagai informan yang terlibat dalam proses politik di Kota Bengkulu. Metode purposive sampling dipilih untuk memastikan pemilihan informan yang tepat dan relevan, sesuai dengan kriteria dan pertimbangan tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2015).

Pendekatan analisis data yang melibatkan pengolahan kualitatif dan analisis data yang diperoleh diimplementasikan untuk mengeksplorasi hasil studi lapangan dengan cara yang holistik (Matthew B. Miles, 1992). Penelitian ini bertujuan untuk tidak hanya menyajikan temuan empiris, tetapi juga untuk menyajikan interpretasi mendalam yang mencerahkan tentang dampak perubahan politik dan kontribusi unik dari kandidat seperti Dempo Xler dalam proses

tersebut. Sebagai penelitian yang responsif terhadap perkembangan aktual, metodologi ini memberikan dasar yang kokoh untuk memahami dinamika politik lokal di Kota Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Sebagai Modal Dalam Meraih Suara Gen Z



Gambar 1. Media Sosial Dempo Xler
Sumber: Media Sosial Dempo Xler

Berbagai pendekatan kepada masyarakat telah dilakukan oleh kepada masyarakat telah dilakukan oleh masing-masing calon legislatif guna mendulang suara sebanyak-banyaknya. Dempo Xler merupakan caleg *incumbent* yang mana akan melakukan kampanye kembali di tahun 2024, dalam kesempatan kali ini ia akan membuktikan kepada masyarakat dengan pekerjaannya sebagai wakil rakyat nanti.

Munculnya nama-nama baru menjadi tantangan tersendiri bagi *incumbent* (Ramadhona et al., 2020). Pemanfaatan teknologi dan informasi saat ini memberikan suatu bentuk nyata dalam memberikan dampak positif (Alvin, 2022). Salah satunya dengan adanya kampanye politik yang dilakukan di media sosial, salah satu calon legislatif yang memanfaatkan hal ini yaitu Dempo Xler. Berdasarkan penuturannya dalam wawancara Dempo Xler mengungkapkan bahwa:

"Media sosial adalah wadah untuk merangkul aspirasi rakyat dan menyampaikan informasi yang kami perjuangkan. Media sosial memiliki peran penting dalam dunia politik. Terlebih lagi bagi politisi seperti saya yang tidak memiliki sumber daya finansial yang besar dan saya berasal dari desa. Kita dapat melihat dampaknya dari ribuan orang yang menghubungi saya melalui media sosial dan memberikan dukungan dan menawarkan bantuan dana."

Media sosial merupakan wadah bagi aspirasi rakyat. Seringkali rakyat mendapati hambatan ketika ingin menyampaikan aspirasi secara langsung bahkan tidak direspon dengan baik. Dengan adanya media sosial ini tentunya aspirasi-aspirasi tersebut dapat tersampaikan dengan cepat tanpa adanya hambatan. Hal ini yang menjadi modal utama bagi Dempo Xler dalam mendapatkan etensi dan suara generasi Z dalam pemilu 2024 nantinya. Dempo Xler menggunakan media sosial untuk merangkul aspirasi-aspirasi rakyat dan memperjuangkan aspirasi tersebut untuk kepentingan bersama.

Media sosial menjadi salah satu media alat yang membantu memperkenalkan sosok Dempo Xler serta program kerja dan pencapaiannya kepada masyarakat terutama wilayah Bengkulu. Selain Instagram, ada beberapa media sosial seperti Facebook, dan Youtube, TikTok dan lain-lain. Dengan menggunakan media sosial Dempo Xler tidak perlu mengeluarkan biaya yang tinggi dan tetap dapat berkontribusi dalam pemilu di Bengkulu. Hal ini yang membuat generasi Z di Bengkulu menaruh perhatiannya terhadap sosok Dempo Xler. Meskipun tidak memiliki sumber keuangan yang cukup namun tidak mematahkan semangatnya untuk mengabdikan diri sebagai wakil rakyat bagi masyarakat Bengkulu.

Modal sosial terdiri dari tiga elemen kunci, yaitu kepercayaan, jaringan informal, dan norma. Ketiga elemen ini membentuk hubungan sosial yang memberikan manfaat sosial dan potensi ekonomi. Dalam konteks kampanye politik, Dempo Xler memanfaatkan media sosial sebagai platform jaringan sosial yang telah ia kembangkan sejak usia muda.

Berdasarkan hal ini penjelasan yang dituturkan oleh Dempo Xler memberikan suatu ruang yang terbukti dengan adanya media sosial memberikan wadah untuk aspirasi – aspirasi masyarakat kepada Dempo Xler mengenai berbagai hal yang menyangkut dengan politik terkini. Salah satu bentuk meraih suara Gen Z dengan menarik perhatian dari media sosial memberikan suatu kemajuan yang mana memberikan bentuk positif antara Dempo Xler dan masyarakat. Dalam penuturannya Dempo Xler juga mendapat berbagai respon positif dari masyarakat melalui pesan di Instagramnya, respon positif tersebut diantaranya seperti dukungan untuk Dempo Xler untuk menjadi calon legislatif di tahun 2024, memberikan kritik serta saran kepada Dempo Xler dalam melakukan kampanye di tahun 2024. Sehingga dengan hal ini tidak membuat ruang yang terbatas antara masyarakat dengan Dempo Xler.

Edukasi dan Motivasi Sebagai Ciri Khas Dempo Xler



Gambar 2. Edukasi & Motivasi Dempo Xler Melalui Media Sosial
Sumber: Media Sosial Dempo Xler

Dempo Xler, selain menjalankan strategi personal branding dalam bidang politik, juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memberikan edukasi dan motivasi kepada masyarakat, terutama generasi Z. Kesadaran Dempo Xler akan potensi positif media sosial dalam memberikan dampak lebih luas, tidak hanya terbatas pada ranah politik, melainkan juga sebagai alat untuk memberikan kontribusi positif pada pendidikan dan motivasi.

Dengan memahami kekuatan jangkauan media sosial yang global, Dempo Xler berusaha memberikan edukasi dengan menyajikan konten yang informatif, mendidik, dan memberikan inspirasi kepada generasi Z. Kontennya mencakup berbagai isu pendidikan, sosial, dan motivasi untuk mendorong pemahaman yang lebih baik dan memberikan dorongan semangat kepada generasi muda. Inisiatif ini memperlihatkan peran media sosial sebagai alat yang multifungsi, tidak hanya sebagai platform politik, tetapi juga sebagai wahana untuk membangun dan menguatkan komunitas, khususnya generasi Z, melalui pendekatan edukasi dan motivasi. Hal ini terlihat dari postingan di media sosialnya yang sering memberikan edukasi dan motivasi yang bermanfaat bagi kalangan muda di Bengkulu. Dempo Xler mengatakan:

"Saya menggunakan media sosial tidak hanya untuk urusan politik, tetapi juga untuk memberikan edukasi dan motivasi kepada generasi Z. Anak muda harus menilai kelayakan seseorang sebagai wakil di parlemen bukan berdasarkan popularitas di media sosial, melainkan berdasarkan prestasi dan kontribusi yang telah dilakukan oleh orang tersebut. Penting untuk tetap berada di tengah masyarakat dan mendengarkan aspirasi mereka. Saya yakin dan percaya bahwa rakyat secara umum generasi Z dan pasti menginginkan wakil legislatif itu orang yang punya kualitas dan integritas."

Dempo Xler tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun citra diri politiknya, tetapi juga sebagai platform untuk edukasi dan motivasi, khususnya bagi generasi Z. Kontennya mencerminkan kesadaran akan peran penting media sosial dalam mengedukasi dan memberikan motivasi kepada masyarakat, terutama generasi muda, yang menjadi audiens utama di platform ini. Dengan memanfaatkan berbagai fitur media sosial, Dempo Xler tidak hanya menyampaikan pesan politiknya tetapi juga berupaya membawa dampak positif dengan memberikan informasi, wawasan, dan motivasi kepada masyarakat.

Isi konten Dempo Xler di media sosial mencerminkan upayanya untuk menjembatani kesenjangan generasi dan meningkatkan pemahaman generasi Z terhadap politik serta isu-isu penting lainnya. Melalui platform ini, dialog dan interaksi antara Dempo Xler dan generasi Z dapat terjalin secara lebih intensif, menciptakan lingkungan di mana ide-ide inovatif dan gagasan dapat bertukar dengan bebas. Pemanfaatan media sosial sebagai alat edukasi dan motivasi oleh Dempo Xler menciptakan ruang partisipatif yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam proses pembelajaran dan pemahaman, sekaligus memberikan inspirasi positif dalam mewujudkan perubahan yang lebih baik.

Meningkatkan Komunikasi Persuasif Sebagai Bentuk *Personal branding*

Untuk melaksanakan strategi yang mana Dempo Xler memerlukan suara Gen Z dalam pemilu legislatif 2024 untuk meraih suara Gen Z saat ini, maka Dempo Xler perlu *personal branding*. *Personal branding* merupakan pencitraan diri yang harus dipublikasikan di hadapan umum terutama kepada masyarakat (Irawatiningrum, 2020). Pembentukan *personal branding*, atau yang sering disebut sebagai pencitraan diri, merupakan suatu proses yang memerlukan faktor-faktor yang dapat meyakinkan masyarakat tentang citra diri yang dibangun narasumber, terutama melalui media sosial. Dalam konteks ini, Dempo Xler, seorang calon legislatif yang akan menghadapi kampanye kembali pada tahun 2024, berada dalam posisi yang strategis untuk membuktikan nilai-nilai dan dedikasinya kepada masyarakat. Dengan menggunakan media sosial sebagai saluran utama komunikasi, Dempo Xler dapat menyampaikan pesan-pesan yang relevan dan meyakinkan masyarakat tentang kontribusinya sebagai wakil rakyat.

Dalam persiapan untuk kampanye mendatang, Dempo Xler dapat menggabungkan pendekatan autentik dan transparan dalam pembentukan citra dirinya. Melalui konten yang

bersifat informatif dan inspiratif, Dempo Xler dapat memperkenalkan visi, misi, dan pencapaian-pencapaian yang telah dicapainya. Dengan demikian, ia dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap peran dan kontribusinya sebagai wakil rakyat, membuktikan bahwa personal branding yang dibangunnya bukan sekadar representasi diri, melainkan cerminan nyata dari komitmen dan dedikasinya kepada masyarakat.

Selain itu dalam melakukan strategi ini Dempo Xler juga membentuk *personal branding* dengan melakukan komunikasi persuasif sebagai bentuk keefektifan untuk strategi meraih suara Gen Z. Komunikasi perusatif tanpa adanya sekat antara Dempo Xler dan masyarakat. Dempo Xler memberikan akses kemudahan dalam berkomunikasi dengannya. Siapapun dapat berkomunikasi dengannya tanpa adanya hambatan. Dempo Xler mengungkapkan:

"Media sosial memungkinkan interaksi langsung antara individu dan membuat komunikasi menjadi lebih mudah dan tanpa kendala. Kemudahan ini memungkinkan akses komunikasi dan informasi tanpa dibatasi oleh faktor ruang dan waktu. Dengan demikian, sebagai seorang politisi, saya dapat dengan mudah mengakses aspirasi dari masyarakat tanpa harus bertatap muka secara fisik dan dapat memberikan pesan dan informasi kepada tanpa menghabiskan banyak waktu dan tanpa mengorbankan efisiensi."

Komunikasi persuasif menjadi bentuk serta langkah penting yang diperlukan dalam membangun *personal branding* bagi seorang Dempo Xler, dengan hal tersebut diperlukannya media sosial perlu diimbangi dengan *personal branding* yang baik serta kemampuan komunikasi persuasif untuk menarik perhatian kepada para masyarakat terutama dalam Gen Z saat ini. Dalam perkembangan politisasi dengan teknologi ini memberikan pencerahan cara yang mana juga memberikan kemudahan kepada Dempo Xler untuk melaksanakan kampanye politik pada tahun 2024.

Dalam pernyataannya Dempo Xler tersebut menjelaskan bahwa dengan menggunakan media sosial dapat memberikan pengaruh yang besar karena dengan media sosial Dempo Xler dapat berinteraksi kepada masyarakat tanpa adanya sekat. Selain itu dalam berkomunikasi di media sosial memberikan kesempatan masyarakat juga untuk menilai calon wakil legislatif dari media sosial. Penilaian ini bisa saja dilakukan masyarakat dengan memahami calon legislatif – calon legislatif yang akan berpolitik di tahun 2024. Pendekatan antara Dempo Xler dengan Gen Z di media sosial merupakan salah satu bentuk untuk memahami dan mengerti strategi mencapai suara Gen Z.

SIMPULAN

Pemilu legislatif 2024 tentunya akan sangat penuh dengan keberagaman ditambah saat ini politik dapat menjamah ke dalam media sosial, sehingga sudah barang tentu diperlukannya strategi untuk meraih suara – suara masyarakat dari media sosial. Dengan berkembangnya teknologi terutama saat ini membuat politik memanfaatkan teknologi. Namun seringkali jika teknologi tersebut tidak digunakan dengan kemampuan ataupun strategi untuk meraih suara maka hasil tersebut tidaklah mungkin sesuai dengan tujuan. Sehingga diperlukannya strategi politik dalam mencapai tujuan di pemilu legislatif 2024.

Realitas sesuai dengan kenyataannya bahwa strategi politik diperlukan dengan cara pembentukan citra diri ataupun *personal branding* di media sosial tidak hanya memerlukan satu aspek itu saja, diperlukannya komunikasi persuasif sebagai bentuk keselarasan terutama dalam membuat strategi kampanye politik untuk meraih suara Gen Z. Pembentukan strategi yang dilakukan oleh calon legislatif Dempo Xler dengan memanfaatkan media sosial dalam kampanye politiknya merupakan salah satu pemanfaatan yang efektif terutama dengan perkembangan zaman saat ini. Media sosial menjadi selaras dengan adanya korelasi *personal branding* dan komunikasi persuasif merupakan bentuk kesempurnaan dalam menjalankan kampanye tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung Di Pemilu 2019. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 312–323. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i4.1167>
- Aminah, & Hasan, E. (2020). Strategi Marketing Politik Azhar Abdurrahman Dalam Memenangkan Pemilu Legislatif DPRD Periode 2019-2024. *Journal of Political Sphere (JPS)*, 1(1), 40–60.
- Amir, & Usni. (2022). 2019, Strategi Partai Amanat Nasional (PAN) Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik GEN-Z Pada Pemilu Legislatif Tingkat Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun. *Lanskap Politik*, 01(September), 86–105.
- Candranegara, I. M. W., Mahardhika, I. P. E., & Mirta, I. W. (2018). Partisipasi Generasi Milenial dalam Kancah Politik Nasional 2019. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v2i1.36>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- Irawatiningrum, S. (2020). Personal Branding Caleg Melalui Media Sosial. *Lingkar Studi Komunikasi (LISKI)*, 6(Vol 6 No 2 (2020): SEPTEMBER 2020), 107–115.
- Komariah, K., & Kartini, D. S. (2019). Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu. *Aristo*, 7(2), 228. <https://doi.org/10.24269/ars.v7i2.1608>
- Kurniawan, F., & Mutiah, T. (2022). Menentukan Capres dan Cawapres 2024 Melalui Penggunaan Media Sosial. *Global Komunika*, 5(2).
- Mahdi, I. M. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Matthew B. Miles, A. M. H. (1992). *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode metode baru*.
- Pramelani, P., & Widyastuti, T. (2021). Persepsi Milenial terhadap Gaya Kepemimpinan Calon Presiden Tahun 2024. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(2), 1–13. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i2.196>
- Ramadhona, E. S., Parapat, N., Muhammadiyah, U., & Selatan, T. (2020). *Strategi Calon Anggota Legislatif Perempuan Dalam Upaya Memenangkan Pemilihan Legislatif 2019 kota Padangsidimpuan*. 4, 16–25.
- Silitonga, N., & Roring, F. P. (2023). Politik Digital: Strategi Politik Elektoral Partai Politik. *Jurnal Communicology*, 4(2), 676–690.
- Sitorus, M. S., & Sitorus, S. H. (2023). Partisipasi Generasi Z dalam Menggunakan Hak Pilih pada Pemilihan Umum 2024 di SMK Taruna Pekanbaru. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 969–976.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). STRATEGI PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>

