

---

## Minat Gen-Z terhadap Berita Viral Jelang Pilkada 2024

Ismi Salsabila<sup>1</sup>, Ade Zhatasya Putri<sup>2</sup>, Nesya Arinmafinanta<sup>3</sup>  
Universitas Negeri Surabaya<sup>1,2,3</sup>

[24041184120@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184120@mhs.unesa.ac.id)<sup>1</sup>, [24041184071@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184071@mhs.unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [24041184326@mhs.unesa.ac.id](mailto:24041184326@mhs.unesa.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** 2024 akan menjadi tahun politik besar-besaran di Indonesia. Pada tahun ini, pemilihan umum (pemilu) dan pemilihan kepala daerah (pilkada) akan dilaksanakan dengan serentak. Generasi Z merupakan salah satu kelompok pemilih pada pemilu 2024. Generasi Z atau sering disebut Gen Z, secara demografis merupakan generasi yang paling aktif serta pemilih terbesar pada pemilu 2024. Dalam penyelenggaraan Pilkada 2024, peran Gen Z dianggap penting dan tidak dapat diremehkan. Dapat dikatakan, Gen Z akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perolehan suara kandidat pada Pilkada 2024. Salah satu penyebabnya yaitu banyaknya generasi Z yang jika dilihat dari sudut pandang partisipasi politik, cukup mengesankan. Selain peran Generasi Z yang sangat berpengaruh, mereka juga mempunyai dampak unik dalam pemilu, dikarenakan Gen Z hidup di era informasi di mana segala sesuatu dilakukan melalui internet dan media sosial.

**Kata Kunci:** Minat, Gen-Z, Berita, Viral, Pilkada

### PENDAHULUAN

Di era yang serba digital ini, persebaran berita semakin cepat dan tersebar tidak kenal waktu. Sudah banyak media yang menyediakan wadah untuk masyarakat dalam mencari dan membaca berita yang diinginkan. Mulai dari perkembangan media cetak seperti koran/surat kabar, majalah, tabloid, kemudian beralih ke radio dan televisi hingga media digital mulai dikenalkan sebagai media penyebaran berita paling cepat untuk saat ini. Media informasi yang paling digemari karena lebih efisien adalah media digital. Media jejaring ini digunakan dengan berbagai tujuan meliputi tujuan komunikasi, pengenalan, bisnis, pencarian informasi penting dan membangun komunikasi dengan pengguna jejaring lainnya (Ainiyah, 2018). Semua hal sudah terpapar di sana, bahkan di media sosial pun banyak informasi-informasi yang diinginkan. Dari semua kalangan, media sosial cukup sering diakses karena di sana tidak hanya sebagai tempat untuk komunikasi antar-persona, media sosial sekarang sudah menjadi wadah informasi bagi masyarakat. Tentu dengan bidang yang bermacam-macam sesuai yang dibutuhkan oleh masyarakat internet.

---

Zaman sekarang sudah canggih, apalagi anak muda yang lebih memahami teknologi. Biasanya disebut dengan Gen-Z atau Generasi Z yang selalu berkeliaran di media sosial. Gen-Z terdiri dari individu dengan tahun kelahiran sekitar tahun 1997 hingga 2012. Mereka adalah penghuni media sosial paling betah dan paling melek tentang teknologi apalagi tentang persebaran berita maupun yang sedang banyak diperbincangkan. Menurut survei Meta, sekitar 85% responden dari Gen-Z aktif menggunakan media sosial hanya untuk saling terhubung dengan teman, mengikuti perkembangan zaman dan yang sedang banyak diperbincangkan, membagikan pengalaman, memperluas relasi atau jaringan sosial, memberi pengaruh dengan opini, hingga hanya sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Selain itu, masih ada lebih dari 70% responden dari Gen-Z yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber utama untuk mencari informasi. Hal itu selaras dengan (Dwi Novita et al., 2024), ia menyatakan bahwa bagi Generasi Z, isu-isu politik yang dapat menarik perhatiannya yaitu informasi yang disajikan melalui platform media sosial.

Menurut survei yang dilakukan oleh (Asmarantika et al., 2022), durasi akses media digital cukup tinggi, terlihat dalam hasilnya bahwa durasi rata-rata penggunaan/akses media digital perhari adalah lebih dari 8 jam. Hal ini tidak dapat dipungkiri karena memang Gen-Z lahir dengan perkembangan teknologi. Mereka melewati perkembangan media informasi, mulai dari koran/surat kabar yang masih ada dan masih digunakan, kemudian radio yang mulai beralih ke media hiburan, dan juga ada televisi sebagai media hiburan dari segala kalangan, bahkan waktu itu Gen-Z masih belum usia dewasa, hingga media digital yang mulai digunakan Gen-Z sejak dini sebagai media komunikasi, media hiburan, bahkan beralih menjadi media informasi yang lebih efisien dan lebih akrab dengan mereka.

Gen-Z biasanya gemar akan berita viral, tidak memandang berita tersebut berada di bidang apa. Hal tersebut mereka nikmati sebagai bahan diskusi atau hiburan semata. Padahal jika diteliti lebih dalam, berita viral yang digemari oleh Gen-Z mayoritas hal-hal yang dilandasi oleh perasaan takut atas ketertinggalan informasi atau biasa disebut dengan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Hal ini menandakan bahwa Gen-Z yang selalu aktif di media sosial pastinya banyak mengetahui berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan. Mereka juga yang menjadi pelaku penyebaran berita sehingga semua kalangan dapat mengetahuinya. Biasanya berita viral yang cepat penyebarannya adalah tentang berita selebritis yang mereka ikuti, fenomena kriminalitas yang relevan dengan mereka, bahkan

---

mereka sendiri yang membuat beritanya dengan menyebarkan langsung di media sosial dengan alasan jika disebar di media sosial kemudian ramai, akan mudah diusut oleh pihak berwajib dengan berbagai kasus yang mereka alami. Kemudian kita dapat menggunakan FoMO itu sendiri untuk menyebarkan narasi persuasif agar generasi Z lebih terdorong untuk berpartisipasi politik dengan sehat. (Pakpahan et al., 2024).

Gen-Z sebagai penikmat kecanggihan media mendapatkan banyak kemudahan dalam mengakses informasi apalagi berita yang baru saja dirilis. Saat ini, di Indonesia akan mendekati masa jelang Pilkada 2024 di berbagai daerah. Pilkada sendiri merupakan fase yang sudah sering dilewati di Indonesia untuk meregenerasi kedudukan pemimpin di berbagai daerah. Di era digital, keramaian Pilkada tidak luput dengan proses kampanye, penyebaran informasi politik, bahkan pembentukan opini publik yang dipengaruhi lewat media sosial dan wadah informasi yang dapat mudah diakses oleh berbagai kalangan. Media sosial memiliki pengaruh besar pada partisipasi politik Gen Z dengan memberikan akses informasi yang luas dan cepat, meningkatkan kesadaran dan kepedulian terhadap isu-isu politik, sosial, dan lingkungan, serta memfasilitasi mobilisasi dan organisasi gerakan politik (Putra et al., 2024). Kita semua setuju bahwa Gen-Z mustahil tidak mengetahui informasi umum tentang Pilkada 2024 yang akan diselenggarakan di berbagai daerah secara serentak pada 27 November 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana Gen-Z mengetahui berita viral yang tersebar. Dengan banyak survei yang mengatakan bahwa Gen-Z adalah generasi paling betah dan paling lama dalam mengakses media sosial, perlu adanya bukti apakah Gen-Z memiliki minat yang tinggi terhadap berita viral tentang Pilkada 2024. Gen-Z dikatakan generasi yang kritis terhadap politik dan berani memberikan opini di media sosial tentang keputusan undang-undang yang memang akan memiliki dampak kelangsungan hidup bagi mereka. Karena Media sosial membuatnya mudah untuk mengakses informasi politik dan berinteraksi dengan berbagai pandangan opini (Hutajulu et al., 2024). Hal tersebut perlu dilandasi fakta bahwa Gen-Z memang mengikuti perkembangan berita tentang politik, apalagi saat ini akan mendekati waktu Pilkada 2024. Tidak seperti waktu Pemilu Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden 2024 yang memiliki daya sebar berita dan arus lalu lintas berita yang cukup tinggi karena banyak pembahasan dan diskusi antar

---

kalangan, Pilkada 2024 saat ini cukup tenang dan damai yang memang di setiap daerah memiliki calon yang berbeda, sehingga forum yang terbuat pasti terbagi di setiap daerah.

Padahal menurut Cahya Suryani (2024) lewat *platform* Disway Mojokerto bahwa terdapat labelisasi kepada Gen-Z anti isu politik. Hal ini dikarenakan pandangan tentang Gen-Z yang tidak peduli dengan keramaian politik yang ada. Padahal menurutnya hal ini memiliki faktor bahwa saat Gen-Z memberikan opini tentang politik, pandangan politik, atau sekadar pandangan kehidupan yang mereka miliki, malah seringkali ditanggapi remeh oleh beberapa kalangan yang sudah dewasa dengan anggapan Gen-Z tahu apa soal politik, mereka baru saja dewasa. Hal itu yang membuat anggapan bahwa Gen-Z seolah tak acuh terhadap isu politik maupun isu lainnya.

Penelitian yang telah kami lakukan memiliki urgensi dalam membuktikan antara dua anggapan tersebut. Gen-Z sebagai generasi yang aktif dalam media digital dan menjadi pengguna media sosial yang selalu membahas hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan, pastinya mengetahui persebaran berita atau Gen-Z yang tidak peduli dengan isu politik karena mendapatkan anggapan remeh oleh kalangan usia yang lebih tua terhadap opini politik yang mereka sampaikan. Awalnya dua anggapan ini menjadi pertimbangan bagi kami karena anggapan tersebut saling bertolak belakang dan perlu mencari data yang akurat. Anggapan tersebut memang ada benarnya dan tidak dapat dipungkiri bahwa setiap generasi memiliki kemudahan dan tantangan tersendiri. Komunikasi yang efektif bagi kaum Gen Z menggunakan bahasa yang singkat dan emoji untuk menyampaikan pesan. Mereka menggunakan kata singkatan, frase, dan emoji untuk menyampaikan pesan dalam konteks tidak perlu menggunakan kalimat panjang (Hanifah & Lexianingrum, 2024). Gen-Z sendiri mendapatkan masa pada saat semua hal mulai lebih efisien dan serba instan dibandingkan pada masa sebelumnya. Hal ini yang terkadang menjadi anggapan bahwa Gen-Z mendapatkan zaman yang serba instan jadi tidak perlu usaha lebih untuk mendapatkan sesuatu. Sama halnya dengan isu politik, mereka beranggapan bahwa Gen-Z hanya perlu duduk manis untuk mendapatkan hasil keputusan, padahal semua warga Indonesia memiliki hak untuk beropini.

## **METODE**

Jenis penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif

digunakan untuk menggali keadaan alamiah subjek, dimana peneliti sebagai alat kunci, teknik pengumpulan datanya adalah triangulasi (komposit), analisis data direduksi, dan hasil penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif akan langsung masuk ke obyek, melakukan penjelajahan dengan *Grant Tour Question*, sehingga masalah akan dapat ditemukan dengan jelas. Melalui penelitian model ini, peneliti akan melakukan eksplorasi terhadap suatu obyek. Salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah sukarnya merumuskan hipotesis. Selain itu, karena kedalaman dan keintensifan penyelidikan suatu masalah, penelitian kualitatif mempunyai sampel yang sedikit menurut Denzin dan Lincoln (2018), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan lingkungan alam dan bermaksud menginterpretasikan fenomena yang terjadi dengan menggunakan berbagai metode yang ada dalam penelitian metode kualitatif ini peneliti fokus pada studi kasus yaitu minat gen Z terhadap berita viral jelang Pilkada 2024. Penelitian studi kasus pada individu, kelompok, komunitas, serta sebagainya bertujuan untuk membantu membagikan hal-hal yang krusial agar menjadi perhatian atau fokus, dalam mencari solusi dari sebuah masalah penelitian (Hartley (2004).

Melalui penggunaan metode studi kasus, penulis nantinya akan dapat mengetahui dan memahami kekhususan manajemen kegiatan komunitas tanam karya dalam menyampaikan kritik sosial yang akan menjadi objek penelitian ini. Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan serta mengembangkan kompleksitas dan keunikan manajemen komunikasi kegiatan komunitas tanam karya dalam menyampaikan kritik sosial.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kasus yang merupakan saran inti untuk penelitian, yakni dengan menyajikan pandangan subjek yang akan diteliti. Selain itu dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti ingin pembaca memiliki kemungkinan untuk menemukan konsistensi yang tidak hanya tentang konsistensi faktual dan gaya, tetapi juga mengenai kepercayaan. Dalam metode penelitian kualitatif peneliti memilih Hasil penelitian dengan melakukan wawancara dan yang menjadi komunikator yaitu Gen Z. Wawancara yang peneliti gunakan adalah jenis wawancara pendekatan yang menggunakan petunjuk umum, yaitu mengharuskan pewawancara Membuat kerangka dan membuat garis-garis besar atau pokok-pokok Yang ditanyakan dalam proses wawancara. Penyusunan pokok-pokok ini dilakukan sebelum wawancara, dalam hal ini pewawancara harus dapat Menciptakan suasana yang santai tapi serius. Artinya, bahwa wawancara Dilakukan dengan sungguh-sungguh, tidak main-main tetapi tidak kaku. Dalam

penelitian kualitatif, kualitas riset sangat tergantung pada kualitas dan kelengkapan Data yang dihasilkan. Pertanyaan yang selalu diperhatikan dalam pengumpulan data adalah apa, siapa, dimana, kapan, dan bagaimana. Penelitian kualitatif bertumpu pada triangulation data Yang dihasilkan dari tiga metode, *interview*, *participan to observation*, dan telaah catatan organisasi (*document records*). Pemilihan informan dengan sendirinya perlu dilakukan secara purposif (bukan secara acak) yaitu atas dasar apa yang diketahui tentang variasi-variasi yang ada atau elemenelemen yang ada atau sesuai kebutuhan penelitian. Dengan kata lain jika suatu penelitian sudah tidak ada informasi yang dibutuhkan lagi (data yang diperoleh sudah dianggap cukup), maka peneliti tak perlu lagi melanjutkannya dengan mencari informasi atau informan lain (sample baru).

Artinya jumlah sample/ informan bisa sangat sedikit, tetapi bisa juga sangat banyak. Itu sangat tergantung pada; (1) memilih informannya itu sendiri, dan (2) kompleksitas/keragaman fenomena yang dikaji (pokok masalah penelitian). Jadi yang penting dalam penelitian kualitatif adalah tuntasnya perolehan informasi bukan jumlah sample atau informannya. Oleh karena itu terdapat tiga tahap yang biasa dilakukan dalam pemilihan sample/informan, yaitu: (1) pemilihan sample/informan awal, apakah informan (untuk diwawancarai) atukah suatu situasisosial (untuk diobservasi). (2) pemilihan Sample/informan lanjutan, guna memperluas informasi dan melacak segenap variasi Informasi yang mungkin ada, dan (3) menghentikan pemilihan sample/informan lanjutan Sekiranya sudah tidak muncul lagi informasi- informasi baru (Subadi, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan observasi melalui studi literatur dan wawancara terkait minat gen-z terhadap berita viral jelang Pilkada 2024 yaitu terdapat sejumlah individu dari gen-z memiliki minat yang rendah terhadap persebaran berita terkait politik apalagi tentang Pilkada 2024.

Melalui observasi yang dilakukan, memang tidak banyak berita viral tentang Pilkada 2024 dibandingkan dengan keramaian tentang Pemilu 2024 kemarin. Hal ini dikarenakan Pilkada 2024 diselenggarakan di berbagai daerah dengan calon pemimpin daerah yang berbeda pula di setiap daerah. Jadi topik pembicaraan akan terjadi dalam forum yang memiliki domisili yang sama.

---

Namun, salah satu narasumber mengatakan bahwa ia mengetahui berita tentang demo tolak revisi UU Pilkada. Hal ini menyatakan bahwa masih ada gen-z yang mengikuti berita tentang isu Pilkada karena berita ini juga sempat banyak diperbincangkan dan mendapatkan atensi banyak dari masyarakat dengan salah satu faktor untuk kepentingan bersama. Fenomena sosial ini sudah tidak asing terjadi di Indonesia, mengingat bahwa di Indonesia kerap kali membuat undang-undang baru maupun merevisi undang-undang lama yang ada. Hal itu pasti tidak lepas dari pantauan masyarakat yang akan terkena dampaknya langsung. Demo salah satu bentuk protes dan kepedulian masyarakat terhadap proses perjalanan politik Indonesia serta kelangsungan hidup mereka. Hasil wawancara juga tidak jauh berbeda dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar. Meskipun gen-z kerap kali mendapatkan informasi berita viral tentang politik khususnya Pilkada 2024 melalui media sosial dan media informasi digital, namun banyak dari mereka tidak memiliki minat terhadap berita mengenai politik. Mereka bukan tidak peduli dengan keadaan politik, tetapi pondasi pengetahuan politik sejak dini, pengenalan konsep politik juga memengaruhi daya minat gen-z saat ini. Sehingga tidak heran jika mendapatkan fakta bahwa gen-z kurang melek terhadap politik di Indonesia apalagi berita viral tentang Pilkada 2024.

### **Alasan Gen-Z Kurang Minat terhadap Berita Pilkada 2024**

Menurut beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka kurang minat dengan berita politik karena sedari awal mereka tidak paham dengan konsep politik sehingga mereka tidak mengikuti perkembangan berita tentang politik. Apalagi pada Pilkada 2024 ini tidak terlalu banyak berita yang tersebar sehingga mudah menjadi bahan perbincangan dibandingkan pada saat Pemilu 2024 kemarin dengan banyaknya antusias dari berbagai kalangan untuk berdiskusi dan meramaikan topik pembicaraan tentang Pemilu 2024 dengan berbagai opini dan juga sekadar kampanye berkedok konten hiburan.

### **KESIMPULAN**

Gen-Z saat ini banyak yang tidak tertarik dengan berita pilkada sebab gen-Z lebih tertarik dengan hiburan seperti hiburan musik, *fashion* dan lain-lain daripada mengikuti perkembangan berita tentang pilkada. Karena gen-Z juga dari awal mereka tidak paham dengan politik sehingga mereka tidak mengikuti perkembangan berita tersebut. Tetapi sebagian dari gen-Z ada yang mengikuti atau tertarik dengan berita pilkada. Dilihat dari pemilu tahun ini gen

-Z terlihat lebih antusias dengan ikut andil dalam forum diskusi tentang pandangan politik mereka masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, H. (2023). Salah Satu Desain Penelitian dengan Metode Kualitatif . *Jurnal Ilmiah Kependidikan* , 1-8.
- Asmarantika, R. A. (2022, Juni 15). Pola Konsumsi Media Digital dan Berita Online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 34-44.
- Fadhila, D. (2024). Peran Generasi Z dalam Pilkada yang Bersih dan Demokratis. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 1 - 7.
- Suryani, C. (2024). Politik Gak Penting di Mata Gen Z, Betulkah? *Disway Mojokerto*, 1-2.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34–44. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Dwi Novita, D., Sianipar, K., Tamrin Sikumbang, A., Sakila Nazwa, W., Azra Mutia Nasution, A., Syahdafi, A., & dan Penyiaran Islam, K. (2024). *Pola Komunikasi Politik Terhadap Generasi Z Pada Pemilu 2024*. 2(3), 106–115. <https://doi.org/10.59059/mandub.v2i3.1359>
- Hanifah, M., & Lexianingrum, S. R. P. (2024). Konstruksi Realitas Golput Dalam Pemilu Kaum Gen Z: Studi Komunikasi Politik. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 258–269.
- Hutajulu, S., Ginting, S., & Manasyekh, Y. (2024). *FILOSOFI+- VOLUME+1,+NO.+2,+MEI+2024+Hal+239-248*. 2.
- Pakpahan, A. F., Mulyadi Nugraha, D., Faizah, H. El, Maheswari, L. L., Rasyid, M. N., Azahra, S. Z., & Rismawati, Y. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) dalam Perspektif Gen Z terhadap Pesta Demokrasi 2024. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 2(1), 2988–0661. <https://doi.org/10.51903/pendekar.v2i1.587>



---

Putra, T. R., Wahyuni, R. T., Meilani, N., Anjani, M., & Sari, D. K. (2024). Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Politik*, 2(1), 61–68.  
<https://doi.org/10.61476/bpkxy103>