

Analisis Persepsi Pemilih Pemula Tentang Pramono-Rano Pada Pilkada Jakarta 2024 (Studi Pada Media Sosial Tiktok)

Ratri Dwi Astuti¹, Yasinta Ariati²

Universitas Tarakanita^{1,2}

Komp. Billy Moon, RT.1/RW.6, Pd. Kelapa., Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur.

e-mail : 2021140016@starki.id¹, e-mail : ariaticb@gmail.com²

Abstract

Political transformation in the digital age has made social media a key instrument in shaping public opinion, especially among the younger generation. This study aims to understand how first-time voters, particularly Generation Z in Jakarta, interpret the Pramono–Rano campaign through the TikTok platform. Using a qualitative approach with a phenomenological method, data was gathered om in-depth interviews with five informants. Referring to the Theory of Intrapersonal Communication and the Elaboration Likelihood Model (ELM), the research findings indicate that political perception formation occurs through rational evaluation of candidates' visions and missions, emotional attachment to their empathetic attitudes, and alignment of communication styles with voters' personal values. Campaigns that leverage popular trends—such as “jedag-jedug” content and collaborations with influencers were considered effective in conveying political messages in an engaging manner without losing substance. Although visuals play an important role, informants also reflect a reflective process regarding the content of political messages. Thus, TikTok has proven to be an influential medium in shaping the political perceptions of young voters, while communicative, empathetic, and visionary leadership traits are key factors in gaining support from Generation Z in the 2024 Jakarta Regional Elections.

Keywords: Perception, Generation Z, phenomenology, intrapersonal communication, Elaboration Likelihood Model

Abstrak

Transformasi kampanye politik di era digital telah menjadikan media sosial sebagai instrumen utama dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk memahami cara pemilih pemula, khususnya Generasi Z di Jakarta dalam mempersepsikan Pramono–Rano melalui platform TikTok. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, data diperoleh dari wawancara mendalam dengan lima informan. Dengan merujuk pada Teori Komunikasi Intrapersonal dan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano terjadi melalui penilaian rasional terhadap visi-misi, rekam jejak yang relevan dengan tantangan Jakarta, keterikatan emosional atas sikap empatik mereka, serta kesesuaian gaya komunikasi dengan nilai-nilai pribadi pemilih. Kampanye yang memanfaatkan tren populer seperti konten jedag-jedug dan kolaborasi dengan *influencer* dianggap efektif dalam menyampaikan pesan politik secara menarik tanpa kehilangan substansi. Meskipun visual berperan penting, informan juga mencerminkan adanya proses reflektif terhadap isi pesan politik. Dengan demikian, TikTok terbukti menjadi media yang berpengaruh dalam membentuk persepsi politik pemilih muda, faktor rekam jejak jejak yang relevan, karakter kepemimpinan yang komunikatif, empatik, dan visioner menjadi faktor kunci dalam memperoleh dukungan dari Generasi Z pada Pilkada Jakarta 2024.

Kata Kunci: Persepsi, Generasi Z, Fenomenologi, Komunikasi Intrapersonal, *Elaboration Likelihood Model*

PENDAHULUAN

Persepsi masyarakat terhadap dinamika politik nasional, dalam konteks Pemilu 2024 mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi digital. Kehadiran era digital telah memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara masif dan instan, membuka akses yang lebih luas bagi masyarakat dalam memperoleh berbagai wacana politik, dalam hal ini persepsi merupakan proses di mana individu menyadari keberadaan berbagai rangsangan yang memengaruhi indra mereka. Melalui persepsi, seseorang menentukan stimulus mana yang akan diperhatikan dan bagaimana stimulus tersebut dimaknai setelah mencapai tingkat kesadaran. Dengan kata lain, persepsi tidak hanya berperan dalam menyaring informasi yang diterima oleh pancaindra, tetapi juga dalam memberikan interpretasi terhadap pesan atau rangsangan tersebut berdasarkan pengalaman dan konteks individu (Lestari, 2024).

Fenomena ini membentuk pola interaksi baru, dimana masyarakat juga terlibat dalam menanggapi serta menyebarkan kembali informasi tersebut. Hal ini membentuk opini yang menjadi landasan dalam menyusun sikap politik individu. Dengan demikian, ruang digital memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi politik serta memengaruhi pilihan elektoral masyarakat secara signifikan.

Pemilu 2024 di Indonesia menunjukkan sejumlah perbedaan penting dibandingkan pemilu sebelumnya, khususnya dalam Pilkada Jakarta yaitu perubahan demografi pemilih, dengan meningkatnya peran generasi Z sebagai pemilih pemula. Generasi ini, yang tumbuh di tengah era digital, memiliki cara tersendiri dalam berpartisipasi secara politik. Berbeda dari generasi sebelumnya yang mengandalkan media konvensional seperti televisi dan koran, Gen Z lebih banyak mengakses informasi politik melalui media sosial.

Salah satu aspek paling mencolok dalam Pilkada Jakarta 2024 adalah pengaruh signifikan dari perubahan demografi pemilih, khususnya meningkatnya dominasi generasi Z sebagai pemilih pemula. Dilansir dari laporan (Rahmawati, 2024 dalam *detiknews*), KPU DKI Jakarta mencatat jumlah Daftar Pemilih Tetap (DPT) mencapai 8.214.007 orang, terdiri atas 4.048.811 pemilih laki-laki dan 4.165.196 perempuan, yang tersebar di 14.835 Tempat Pemungutan Suara (TPS). Berdasarkan data dari KPU, generasi Z menjadi kelompok terbesar dalam partisipasi pemilih, mencerminkan peran sentral generasi muda dalam kontestasi politik tahun ini.

Tabel 1 Jumlah DPT Pilkada Jakarta 2024

Kategori	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Jumlah	4.048.811	4.165.196	8.214.007

Sumber: <https://news.detik.com>

Pemilih pemula merupakan individu yang baru pertama kali menggunakan hak suaranya dalam pemilu. Kelompok ini kerap menjadi sasaran utama penyampaian pesan politik karena dinilai belum memiliki pandangan politik yang luas atau berbasis pengetahuan mendalam. Namun, di sisi lain, mereka juga kerap dicap apatis terhadap isu-isu politik, dengan pemahaman terbatas mengenai sistem pemerintahan serta persepsi bahwa dunia politik tidak memiliki kedekatan langsung dengan realitas kehidupan mereka.

Media sosial kini menjadi saluran utama yang dimanfaatkan oleh para politisi dalam menghadapi persaingan pemilu. Hal ini juga terlihat dalam strategi kampanye pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta nomor urut tiga, Pramono Anung dan Rano Karno yang dikenal luas sebagai Bang Doel dalam menjangkau pemilih dan membangun citra publik secara digital.



Gambar 1 Kampanye politik yang dibangun Pramono-Rano di media sosial TikTok

Sumber : <https://www.tiktok.com/@pramonoanungw>

Pasangan Pramono-Rano memanfaatkan TikTok secara aktif sebagai sarana penyebaran kampanye politik, dengan gaya “jedag jedug” yang mengikuti tren populer untuk menarik perhatian khalayak muda. Strategi ini semakin diperkuat melalui kolaborasi bersama selebritas TikTok Ahmad Dekatama Putra Zaman, atau biasa dikenal sebagai *Pasmingbased*, yang memiliki lebih dari 291 ribu pengikut, serta penggunaan tagar seperti #JakartaMenyala guna meningkatkan jangkauan serta kedekatan dengan warga Jakarta.



Gambar 2 Tanggapan Warganet Tiktok

Sumber: *screenshot* hasil olahan penulis

Respons publik terhadap kampanye politik pasangan Pramono-Rano melalui TikTok menunjukkan dinamika yang beragam. Interaksi positif terlihat melalui komentar-komentar pada akun resmi mereka, mencerminkan keberhasilan dalam membangun diskusi serta partisipasi yang

lebih mendalam dari masyarakat,terkhusus bagi generasi muda. Keaktifan mereka di platform ini turut mendorong terbentuknya ruang wacana politik yang inklusif.

Berdasarkan laporan dari (Nurhaliza, 2024 dalam *Antaraneews.com*) dan (Rosman, 2024 dalam *Katadata.co.id*,) hasil survei LSI pada Oktober 2024 mencatat elektabilitas pasangan Pramono-Rano mencapai 41,6%, unggul tipis dari pesaing terdekat yang meraih 37,4%, mengindikasikan bahwa strategi kampanye digital memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik, hal ini merupakan hasil dari keterlibatan penggunaan media sosial, dalam hal ini aplikasi TikTok sebagai media kampanye politik.

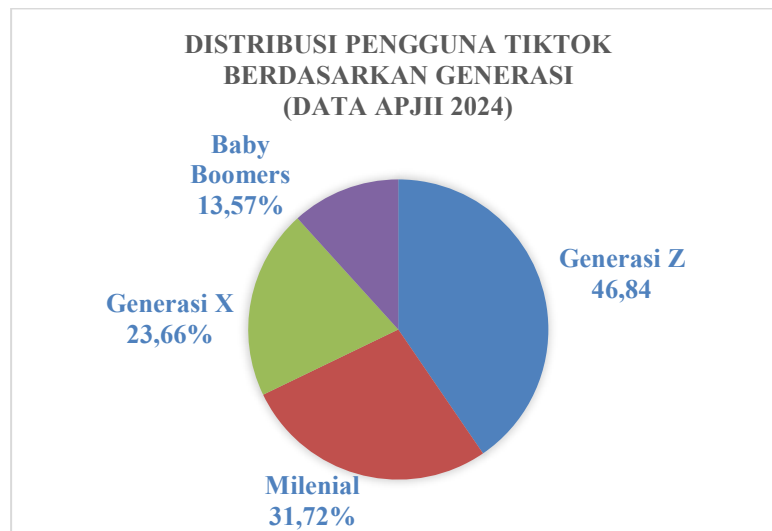


Diagram 1 Distribusi Penggunaan TikTok Berdasarkan Generasi

Sumber: <https://apjii.or.id/>

TikTok kini menempati posisi utama sebagai salah satu media sosial yang paling berpengaruh dalam membentuk pandangan politik generasi muda, terutama di kalangan pemilih pemula dari generasi Z. Merujuk pada (Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi, 2024) hasil Survei Internet Indonesia 2024, tercatat bahwa 46,84% Gen Z merupakan pengguna aktif TikTok, menjadikannya salah satu platform dengan tingkat penetrasi tertinggi di segmen usia tersebut.

Format konten TikTok yang singkat, visual, dan menghibur sangat selaras dengan preferensi generasi Z yang cenderung menyukai informasi yang cepat dan mudah dicerna. Dalam ranah komunikasi politik, platform ini menyediakan ruang yang efektif bagi para kandidat untuk membentuk citra diri yang lebih dekat, emosional, dan mudah diterima oleh khalayak muda.

Menurut studi yang dilakukan oleh Suryo dan Aji, menunjukkan bahwa pemilih pemula, khususnya pelajar dan mahasiswa, dalam perspektif pemilu 2019 tidak hanya menggunakan media sosial untuk hiburan, tetapi juga sebagai sumber utama dalam membentuk preferensi politik. Tingginya intensitas penggunaan membuat mereka akrab dengan narasi politik dan aktif menyaring serta menyebarkan informasi yang dianggap kredibel. Media sosial terbukti efektif sebagai alat komunikasi politik karena menjangkau pemilih secara cepat dan menciptakan interaksi dua arah. Temuan ini memperkuat pentingnya meneliti persepsi Gen Z terhadap pasangan Pramono-Rano dalam Pilkada Jakarta 2024 melalui TikTok sebagai ruang kampanye sekaligus pembentukan makna politik (Suryo & Aji, 2020).

Kampanye politik di TikTok tidak sekadar menjadi sarana penyampaian pesan, tetapi juga membangun interaksi simbolik yang menciptakan kesan kedekatan antara kandidat dan pemilih.

Oleh karena itu, memahami cara pemilih pemula menginterpretasikan konten politik di *platform* ini menjadi krusial, karena persepsi yang terbentuk dapat secara langsung memengaruhi sikap serta preferensi mereka dalam menentukan pilihan politik saat pemilu.

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan, penelitian ini memfokuskan pertanyaan utamanya pada bagaimana persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano dalam kontestasi Pilkada Jakarta 2024 melalui platform TikTok. Sejalan dengan itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano dalam kontestasi Pilkada Jakarta 2024 melalui platform TikTok.

Penelitian ini diharapkan memberikan dua manfaat utama. Secara teoritis, Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi komunikasi politik, khususnya terkait perilaku pemilih pemula di era digital. Temuan juga memperkuat penerapan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) dan komunikasi intrapersonal dalam memahami cara Gen Z memproses pesan politik di TikTok.

Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi tim kampanye, penyelenggara pemilu, dan pengamat politik dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk generasi muda. Selain itu, penelitian ini mendorong pemilih pemula agar lebih kritis terhadap konten kampanye di media sosial.

KAJIAN PUSTAKA

Persepsi

Persepsi merupakan salah satu tahap krusial dalam rangkaian proses pemrosesan informasi yang berlangsung secara internal dalam diri individu, atau yang dalam kajian komunikasi dikenal sebagai komunikasi intrapersonal. Proses ini mencakup kemampuan seseorang dalam menerima rangsangan atau informasi dari lingkungan, kemudian mengolahnya melalui sistem kognitif, menyimpannya dalam memori, dan pada akhirnya merekonstruksinya dalam bentuk tanggapan atau pemahaman (Anisah et al., 2022). Dalam konteks ini, persepsi tidak sekadar respons pasif terhadap stimulus, melainkan merupakan hasil dari interpretasi aktif terhadap pesan yang diterima, berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta latar belakang individu.

Persepsi dapat dipahami sebagai hasil dari proses interpretasi terhadap objek, peristiwa, atau hubungan tertentu yang ditangkap melalui pancaindra. Proses ini melibatkan penarikan kesimpulan berdasarkan informasi yang diterima dan penafsiran terhadap pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, persepsi berperan penting dalam memberikan makna terhadap rangsangan indrawi, sehingga individu tidak hanya menerima stimulus secara pasif, tetapi juga memaknainya sesuai dengan pengalaman dan kerangka kognitif yang dimilikinya (Yanti, 2021).

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi persepsi seseorang. Pertama, perhatian selektif, yaitu kecenderungan individu untuk fokus pada stimulus tertentu umumnya yang bergerak atau mencolok di antara stimulus lain. Kedua, nilai dan kebutuhan pribadi yang membentuk cara individu memaknai informasi. Ketiga, pengalaman sebelumnya, yang sangat berperan dalam membentuk cara seseorang memandang dan menafsirkan realitas di sekitarnya (Shaleh, 2009 dalam Kasoema et al., 2021)

Dalam hal ini persepsi dikaitkan dengan cara pandang pemilih pemula tentang Pramono-Rano yang bertarung dalam kontestasi Pilkada Jakarta 2024. Pembentukan persepsi pemilih pemula dalam melihat pemimpin, tentunya didukung oleh berbagai aspek. Berdasarkan pemahaman tersebut, menurut (Setyawan et al., 2022) melihat sosok pemimpin ideal dapat dilihat dari berbagai aspek,

1. Tingkat Visioner, yaitu kemampuan kandidat dalam menyampaikan visi jangka panjang yang realistis, terarah, dan memberi harapan bagi masa depan Jakarta.
2. Kecerdasan Emosional, yang mencakup empati, pengendalian diri, keterampilan sosial, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif di hadapan publik

3. Rekam Jejak, yakni latar belakang pengalaman kerja, prestasi, dan kinerja nyata yang relevan dengan posisi kepemimpinan.

Dalam penelitian ini, persepsi pemilih pemula diartikan sebagai pandangan atau penilaian yang diberikan oleh pemilih pemula tentang Pramono–Rano dalam Pilkada Jakarta 2024 melalui media sosial TikTok. Persepsi tersebut dibentuk melalui berbagai aspek yang dapat diamati dan diukur.

Teori Elaboration Likelihood Model

Elaboration likelihood model atau teori elaborasi kemungkinan pertama kali dikembangkan oleh Richard Petty dan John Cacioppo, psikolog sosial terkemuka, merumuskan Teori Elaborasi (ELT) untuk memfasilitasi pemahaman variasi ini. Teori ELT berfungsi sebagai kerangka kerja untuk persuasi, yang bertujuan untuk meramalkan keadaan di mana individu mungkin atau tidak terpengaruh oleh pesan yang diberikan (Agraeni, 2017).

Teori ini bertujuan untuk menggambarkan berbagai pendekatan yang digunakan individu dalam mengevaluasi informasi yang mereka terima. Dalam beberapa situasi, seseorang dapat memproses pesan secara mendalam melalui pemikiran kritis, sedangkan pada kesempatan lain, penilaian dilakukan dengan cara yang lebih instan dan kurang kompleks.

Istilah *elaborasi* yang digunakan oleh Cacioppo dan Petty merujuk pada sejauh mana audiens melakukan pemikiran mendalam terhadap pesan persuasif yang diterimanya. Mereka menggambarkan kemungkinan elaborasi sebagai sebuah metafora untuk menjelaskan tingkat perhatian dan pemrosesan informasi, yang dapat bervariasi dari rendah hingga tinggi tergantung pada bagaimana pesan tersebut dianalisis (Griffin et al., 2019).

Menurut kedua ilmuwan sosial ini, individu dalam menerima pesan persuasif cenderung mengolah informasi melalui dua jalur utama yaitu jalur sentral atau periferal atau dalam beberapa kasus, keduanya secara bersamaan, yang kemudian memengaruhi terjadinya perubahan sikap.

Rute *sentral* berkaitan dengan elaborasi pesan, proses kognitif atau berpikir di mana individu terlibat dalam pemikiran kritis untuk menilai informasi. Rute ini memerlukan pertimbangan aktif dan teliti dari semua argumen yang disajikan, menuntut tingkat aktivitas kognitif yang signifikan untuk elaborasi.

Rute *periferal*, di sisi lain, menjelaskan kekurangan pemikiran kritis yang ditunjukkan oleh individu ketika menilai informasi. Rute ini menyediakan jalan pintas kognitif untuk menerima atau menolak pesan tanpa terlibat dalam pemrosesan kognitif yang mendalam atau kontemplasi aktif karakteristik objek atau masalah. Dengan memanfaatkan rute ini, individu dengan cepat membentuk penilaian berdasarkan beberapa isyarat sederhana sambil mengabaikan kualitas argumen yang diajukan, menghasilkan perubahan sementara atau dampak minimal pada perilaku mereka (Agraeni, 2017).

Media Sosial

Media sosial pada dasarnya merupakan sekumpulan *platform* digital yang dirancang untuk memungkinkan terjadinya interaksi sosial antar penggunanya secara langsung. Berbeda dari media konvensional seperti televisi atau buku yang hanya menyampaikan pesan secara satu arah kepada khalayak luas, media sosial memberikan ruang bagi terjadinya komunikasi timbal balik.

Perubahan ini mencerminkan kemajuan teknologi media yang kian responsif terhadap kebutuhan sosial penggunanya. Seiring dengan itu, berbagai *platform* media sosial yang berkembang saat ini mencakup email, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, TikTok dan lain-lain, yang masing-masing menyediakan ruang interaktif sesuai dengan karakter penggunaannya (Suratnoaji et al., 2019).

Dalam penelitian ini berfokus pada media sosial TikTok sebagai *tools* pembentukan persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano pada Pilkada Jakarta 2024. TikTok sendiri merupakan sebuah *platform* digital yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat video pendek secara mudah dengan berbagai efek visual yang menarik dan kreatif. Aplikasi ini

menawarkan fitur-fitur khusus yang memudahkan siapa pun baik pemula maupun kreator berpengalaman untuk menghasilkan konten yang unik dan mampu menarik perhatian khalayak luas. TikTok sendiri adalah jejaring sosial berbasis video musik yang berasal dari Tiongkok dan resmi diluncurkan pada bulan September 2016. Sejak kemunculannya, aplikasi ini terus mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu media sosial paling populer, terutama di kalangan generasi muda.

Penelitian Terdahulu

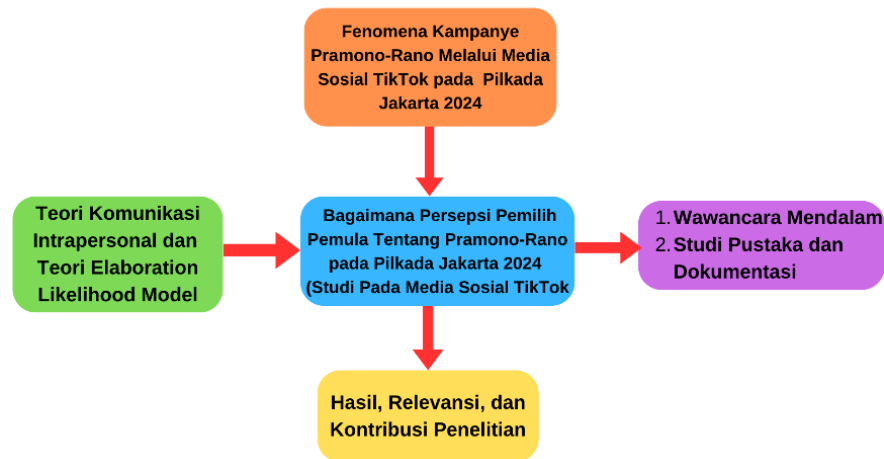
Penelitian Sebelumnya dengan judul “*Analisis Politik Milenial: Persepsi Siswa SMA terhadap Dinamika Politik pada Pemilu 2019*” yang dilakukan oleh (Rohim & Wardana, 2019) meneliti bagaimana remaja tingkat sekolah menengah atas membentuk persepsi politik melalui interaksi dengan lingkungan sosial mereka, dan media sosial. Penelitian ini menjadi fondasi awal untuk memahami proses pembentukan kesadaran politik di kalangan muda. Namun, studi ini belum mengarahkan perhatiannya secara spesifik pada satu jenis media sosial tertentu, apalagi dalam konteks persepsi terhadap pasangan calon kepala daerah. Fokus penelitian juga belum diarahkan pada dinamika kampanye di tingkat lokal yang lebih spesifik..

Selain itu, penelitian berjudul “*Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula dalam Menerima Pesan Politik pada Pemilihan Umum 2019 melalui Media Sosial)*”, yang dilakukan oleh (Suryo & Aji, 2020b) mengeksplorasi bagaimana pemilih pemula merespons informasi politik yang tersebar melalui media sosial. Mereka menemukan bahwa kelompok muda memiliki kecenderungan untuk bersikap kritis dan selektif terhadap pesan-pesan politik, dan menilai nilai edukatif sebagai hal penting dalam menentukan sikap politik. Meskipun demikian, bentuk visual pesan, terutama yang dikemas dalam format video pendek seperti yang biasa ditemukan di TikTok, belum dijadikan perhatian utama. Padahal, aspek visual dan cara penyajian konten sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi generasi digital native masa kini.

Adapun studi “*Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN)*”, yang dilakukan oleh (Haris & Azwar, 2024), menggunakan teori resepsi Stuart Hall untuk menelaah tanggapan pemilih pemula terhadap iklan politik audiovisual dari Partai Amanat Nasional. Hasilnya menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap pesan politik tidak tunggal, melainkan sangat tergantung pada latar belakang sosial serta kecenderungan individu masing-masing. Walaupun pendekatan yang digunakan cukup relevan, fokus penelitian masih terpusat pada institusi partai, bukan pasangan calon. Selain itu, media yang dikaji terbatas pada televisi dan YouTube, bukan TikTok yang kini jauh lebih dekat dengan keseharian pemilih muda.

Berdasarkan ketiga studi tersebut, penelitian tersebut belum terdapat penelitian kualitatif yang secara spesifik membahas TikTok sebagai alat kampanye politik yang dominan di kalangan pemilih muda, persepsi terhadap pasangan kepala daerah belum banyak menjadi sorotan utama dalam kajian sejenis, serta konteks kajian masih berskala legislatif, belum menyentuh dinamika politik kepemimpinan daerah seperti Pilkada DKI Jakarta 2024. Melihat perbedaan dari studi tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut, dengan fokus pada bagaimana pemilih pemula memaknai kampanye pasangan Pramono–Rano yang disebarluaskan melalui TikTok.

Kerangka Pemikiran



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis

Kampanye politik kini bergeser ke media sosial, termasuk TikTok yang populer di kalangan pemilih muda. Pasangan Pramono–Rano memanfaatkan *platform* ini dalam Pilkada Jakarta 2024, menarik untuk diteliti khususnya dari respons pemilih pemula. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Intrapersonal dan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) untuk memahami bagaimana pesan kampanye diproses, baik secara rasional (*central route*) maupun emosional (*peripheral route*). Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, didukung studi pustaka dan dokumentasi konten TikTok.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metodologi kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sebagai kerangka utama. Pendekatan ini dipilih karena dinilai mampu menangkap makna subjektif dari pengalaman individu, khususnya dalam memahami fenomena yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan data primer dari wawancara mendalam (*in-depth interview*), dengan pemilih pemula, serta data sekunder dari studi pustaka yang relevan. Teknik utama pengumpulan data adalah wawancara semi-terstruktur yang dilakukan secara langsung maupun daring melalui *WhatsApp call* menyesuaikan dengan ketersediaan waktu yang Informan miliki.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pemilihan informan sebanyak lima orang secara *purposive sampling*. Penelitian dilaksanakan pada April hingga Mei 2025, seluruh percakapan direkam, ditranskrip, dan dianalisis untuk mengetahui bagaimana persepsi pemilih pemula tentang pasangan Pramono-Rano melalui media sosial TikTok. Pendekatan *Grounded Theory* digunakan dalam analisis data ini, yang mencakup tiga tahap utama, yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan data, dengan membandingkan informasi dari beberapa narasumber serta memeriksa konsistensi jawaban yang diberikan.

Kelima informan yang terlibat dalam penelitian ini dipilih secara selektif karena dianggap

memiliki pengalaman langsung dalam mengakses, menyaksikan, atau memberikan respons terhadap konten kampanye politik pasangan Pramono–Rano di *platform* TikTok. Selain itu, mereka dinilai mampu menyampaikan narasi reflektif yang mendalam dan relevan, sehingga dapat memberikan kontribusi berarti dalam memahami konstruksi persepsi pemilih pemula.

HASIL

Hasil wawancara mendalam dengan lima informan dari kalangan pemilih pemula Generasi Z menunjukkan bahwa persepsi terhadap pasangan Pramono–Rano pada Pilkada Jakarta 2024 terbentuk dari empat aspek utama: kejelasan visi-misi, kemampuan komunikasi melalui TikTok, rekam jejak yang sesuai dengan tantangan Jakarta, serta kecerdasan emosional dalam berinteraksi dengan masyarakat.

Kejelasan Visi dan Misi

Kejelasan visi misi merujuk pada persepsi pemilih dalam menilai visi pasangan Pramono–Rano. Berdasarkan hasil wawancara bersama lima informan, sebagian besar memiliki persepsi yang sama bahwa pasangan ini dinilai memiliki visi jangka panjang yang realistis dan dapat diimplementasikan, bukan sekadar retorika politik. Sebagaimana mana yang diungkapkan oleh Informan 1,

“Visi misi mereka jelas dan realistis. Tidak muluk-muluk, terlebih Pramono berfokus pada keberlanjutan, melanjutkan pembangunan dari kepemimpinan sebelumnya.”

Informan 1 menggarisbawahi pentingnya keberlanjutan kebijakan yang baik pada kepemimpinan sebelumnya. Hal yang sama dari Informan 2 yang melihat gagasan tentang manajemen kota modern dan responsif sebagai bagian dari visi yang relevan dan dapat dijalankan.

“Yang paling masuk akal menurut saya adalah mewujudkan manajemen kota yang moderen dan responsif.....layanan publik yang responsif dari pemerintah Jakarta dalam hal perizinan sebelumnya sudah cukup baik dari pemerintahan Ahok dan Anies.....Janji keberlanjutan dan perbaikan yang diberikan oleh Pramono–Rano menjadi hal yang realistis untuk dilakukan, bukan sekedar janji.”

Aspek transportasi umum yaitu peningkatan aksesibilitas dan memperkuat sistem TransJakarta menjadi perhatian Informan 4 dan Informan 5 sebagai visi misi yang jelas dari Pramono–Rano. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Informan 4.

“Soal kebijakan kemudahan transportasi termasuk armada dan sistem operasional transjakarta. Karena, sebagian besar masyarakat bekerja di Jakarta, fasilitas dan sistem yang baik akan mempermudah aktivitas masyarakat, dan ini sangat diperlukan bagi Gen Z yang setiap hari melakukan kegiatan di Jakarta”

Informan 5 menambahkan bahwa program pengembangan armada TransJakarta, menjadi bagian dari visi yang dampaknya besar bagi masyarakat Jakarta.

“ Penggunaan transportasi Jabodetabek, karena dari yang tadinya cuma di Jakarta aja, sebenarnya yang paling berasa sebenarnya yang ini nih Transjakarta.”

Secara keseluruhan, kelima informan memiliki persepsi yang sama dari segi aspek kejelasan visi misi, sebagian besar informan menyatakan bahwa alasan utama mereka mengapresiasi Pramono–Rano adalah karena pasangan ini membawa gagasan yang konkret dan berorientasi pada solusi bagi persoalan masyarakat.

Kemampuan Berkomunikasi melalui Media Sosial TikTok

Selain aspek visi misi, temuan lain yang tidak kalah penting adalah bagaimana pasangan Pramono–Rano mampu memanfaatkan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana komunikasi politik yang efektif untuk menjangkau pemilih muda. Informan menyebut bahwa TikTok menjadi ruang penting bagi mereka untuk mengenal lebih dekat pasangan calon, baik melalui konten kampanye resmi maupun interaksi informal yang ditampilkan melalui video singkat.

Informan 1 menilai bahwa pendekatan mereka terasa segar dan tidak kaku, dengan gaya konten yang mengikuti tren yang digemari anak muda. Hal tersebut membuat komunikasi terasa dekat dan menciptakan kesan positif.

“Mereka menggunakan trend seperti jedag-jedug, template CapCut, dan kolaborasi dengan influencer... bisa mencerminkan hubungan yang positif sama masyarakat.”

Informan 2 juga menyoroti kualitas visual dan strategi tim kreatif pasangan ini, yang dianggap relevan dan mampu menjangkau anak muda secara langsung.

“Editan yang dibuat tim kreatif Mas Pram sangat relevan... strategi yang efektif untuk menjangkau dan melibatkan anak-anak muda.”

Informan 3 dan Informan 4 menyebut bahwa konsep konten yang kolaboratif dan penuh gaya visual populer terasa menyenangkan dan sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z, serta substansi politik dan visi misi tetap tersampaikan dengan jelas.

“Konsep konten jedag jedug bareng influencer jadi hal yang menarik buat saya sebagai Gen Z yang tidak suka sesuatu yang terlalu baku.”

Demikian halnya dengan Informan 4 bahwa konten Pramono–Rano dinilai tetap menyampaikan substansi yang jelas bersamaan dengan konten yang dikemas secara menarik dan menghibur.

“Mereka tetap fokus pada pesan visi misi... meskipun konten dibuat dengan trend jedag jedug yang sangat masa kini.”

Informan 5 menilai bahwa kolaborasi dengan *influencer* TikTok seperti *Pasingbased* terasa nyata dan berdampak di kalangan anak muda. Hal ini mencerminkan bahwa pasangan Pramono–Rano tidak hanya melakukan kampanye digital sebagai formalitas, melainkan benar-benar ingin menjangkau anak muda secara langsung.

“Collab sama Pasingbased kerasa banget impact-nya... pendekatan yang real lewat kampanye mereka kemarin.”

Dari wawancara dengan lima informan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi Pramono–Rano di TikTok dinilai menarik, efektif, dan sesuai dengan karakter pemilih pemula. Gaya kampanye yang ringan, mengikuti tren seperti musik jedag-jedug, serta kolaborasi dengan *influencer* dianggap mampu menarik perhatian Gen Z. Konten kunjungan langsung ke kawasan padat penduduk juga dipandang sebagai bentuk kepedulian nyata, bukan sekadar pencitraan..

Rekam Jejak yang Relevan dengan Tantangan yang dihadapi Jakarta

Mayoritas informan menilai rekam jejak Pramono–Rano sesuai dengan kompleksitas masalah Jakarta. Pengalaman mereka di level pusat dan daerah dianggap sebagai bekal penting untuk menghadapi isu birokrasi, pendidikan, dan sosial-politik. Informan 3 menilai Jakarta sebagai kota besar membutuhkan sosok pemimpin dengan rekam jejak yang solid dan pengalaman kepemimpinan yang matang.

“Relavan, daerah sebesar Jakarta memerlukan pemimpin yang memiliki rekam karir yang baik serta berpengalaman.”

Informan 5 menekankan bahwa pengalaman Pramono sebagai Sekretaris Kabinet dan mantan anggota DPR memberinya perspektif luas dalam melihat persoalan secara menyeluruh.

“Dia bisa lebih detail lagi ngelihat Jakarta karena ada pengalaman... misalnya tadi sekretariat, dia bisa ngelihat Jakarta lebih dalam karena udah pernah ada di struktur itu.”

Informan 4 menilai bahwa perpaduan pengalaman Pramono di tingkat pusat dan Rano di level daerah menjadikan keduanya figur yang ideal untuk menghadapi kompleksitas permasalahan Jakarta.

“Pramono yang memiliki background sebagai pejabat pemerintah sebagai Sekretaris Kabinet, dan Rano sebagai Wakil Gubernur Banten, dengan pengalaman itu cukup bagus untuk memimpin Jakarta.”

Rekam jejak Pramono di pemerintahan pusat dianggap memberikan keunggulan dalam memahami birokrasi serta dinamika pemerintahan di tingkat nasional dan daerah. Ia dinilai mampu menganalisis masalah Jakarta secara terstruktur dan mendalam.

Kecerdasan Emosional

Aspek terakhir yang sangat disoroti para informan adalah kecerdasan emosional pasangan Pramono–Rano. Mereka sepakat bahwa pemimpin ideal tidak hanya dituntut berpikir strategis, tetapi juga mampu mengelola emosi, menunjukkan empati, dan membangun komunikasi positif dengan masyarakat lintas latar belakang. Informan 1 menyoroti penampilan Pramono–Rano dalam debat publik yang dinilai tenang, tidak reaktif, dan tetap fokus pada program serta komitmen mereka menandakan kemampuan menjaga emosi dalam situasi terbuka dan penuh tekanan.

“Saat debat itu mereka tenang dan fokus pada penyampaian visi misi, emosi mereka gak menggebu-gebu.”

Informan 2 menilai bahwa Pramono dan Rano Karno mampu menanggapi kritik dari masyarakat secara dewasa, termasuk isu yang cukup kontroversial seperti pengiriman anak-anak ke pesantren. Mereka tidak terpancing emosi, tetapi justru menunjukkan sikap sabar dan bijak.

“Mereka menanggapi semua itu dengan tenang, menunjukkan kesabaran yang luar biasa.”

Informan 3 menyampaikan bahwa Pramono secara khusus tampil bijak dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan kritis di media. Ia memberikan respons yang positif dan tidak terpancing oleh nada provokatif dari lawan atau awak media.

“Dia memberikan jawaban yang positif... bahkan ketika menghadapi kritik.”

Hal serupa disampaikan oleh Informan 4, yang menilai bahwa dalam forum debat, Pramono–Rano menyampaikan pendapat dengan cara yang netral dan tetap percaya diri, tanpa menunjukkan sikap emosional berlebihan.

“Mereka tidak asal bicara... menyampaikan pendapat dengan nada yang netral namun penuh keyakinan.”

Sebagai seorang pemimpin, rasa empati dalam melihat situasi dan kondisi masyarakat menjadi hal yang penting. Hal ini sesuai dengan pendapat Informan 1 bahwa pemimpin ideal adalah mereka yang mampu memahami dirinya dan orang lain, serta menjaga hubungan yang berkesinambungan antara pemimpin dan masyarakat.

“Seorang pemimpin itu bisa mengenali dirinya sendiri dan mengendalikan dirinya sendiri, serta bisa memahami orang lain”

Informan 2 memperkuat pemahaman tersebut dengan menekankan pentingnya empati. Baginya, pemimpin harus mampu merasakan apa yang dirasakan rakyat agar kebijakan yang dibuat benar-benar sesuai kebutuhan.

“Pemimpin itu harus bisa merasakan apa yang dirasakan rakyatnya... supaya pas bikin kebijakan dia bisa ngerasa dampaknya.”

Stabilitas emosi juga menjadi poin utama bagi Informan 3, yang menyoroti pentingnya EQ (Emotional Quotient) dalam menghadapi tekanan dan berbagai persoalan dari masyarakat.

“Menurut saya, seorang Pemimpin apalagi Itu tuh EQ nya emang harus Stabil sih Karena kan apalagi landscape nya Pemimpin Jakarta yang menghadapi Banyak persoalan Banyak masyarakat yang beda-beda Jadi harus punya kestabilan emosional”

Informan 4 menegaskan bahwa empati dan pemahaman terhadap kondisi masyarakat menjadi bentuk nyata dari kecerdasan emosional yang dibutuhkan saat ini, terutama dalam menghadapi situasi sulit.

“Seorang pemimpin harus mendengarkan keluhan masyarakat... empati itu sangat diperlukan.”

Hal serupa disampaikan oleh Informan 5, yang menilai bahwa kecerdasan emosional tercermin dari kemampuan pemimpin dalam mengatur emosinya sendiri, terutama saat menghadapi situasi yang menekan.

“Kecerdasan emosional yang baik itu sebenarnya adalah pemimpin yang bisa ngatur emosinya.”

Kemampuan empati dari pasangan Pramono-Rano juga diperjelas oleh Informan 1 yang menilai bahwa kehadiran langsung pasangan ini di pemukiman padat menunjukkan empati yang

tulus terhadap masyarakat kelas bawah, khususnya mereka yang selama ini kurang mendapat perhatian pemerintah.

“Datang ke pemukiman kampung yang ada di Jakarta, bercengkrama dengan warga sekitar dan mendengarkan keluhan dari masyarakat, karena mereka berempati dengan permasalahan yang ada seperti sanitasi buruk, maraknya kriminal, dan mungkin ada juga pergaulan bebas disana, jadi empati mereka cukup besar untuk warga Jakarta terutama warga Jakarta yang jarang menerima bantuan dari pemerintah”

Kemampuan mereka dalam merespons kritik dan tekanan sosial-politik secara tenang dan terukur juga mencerminkan yang kuat. Gaya komunikasi mereka di TikTok, yang dinilai ringan namun sarat makna, menunjukkan bahwa mereka mampu menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakteristik generasi muda tanpa kehilangan esensi pesan politik.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano dalam Pilkada Jakarta 2024 melalui media sosial TikTok, dengan fokus pada 4 aspek utama yaitu aspek dari kejelasan visi misi, kemampuan berkomunikasi melalui media sosial TikTok, rekam jejak yang relevan, serta kecerdasan emosional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilih pemula memberikan apresiasi tinggi terhadap pasangan Pramono–Rano karena dinilai memiliki visi jangka panjang yang realistis, bukan sekadar janji politik, Pandangan ini selaras dengan konsep kepemimpinan visioner dalam buku kepemimpinan strategis, menurut (Soelistya, 2022), yang menyebut bahwa salah satu ciri pemimpin visioner adalah kemampuannya untuk merancang arah masa depan yang jelas sekaligus mewujudkannya dalam kebijakan publik. Hal ini selaras dengan temuan yang diperoleh dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan lima informan, dominasi menunjukkan bahwa Pramono-Rano memiliki visi dan misi yang jelas, dan relevan yang selaras dengan kebutuhan dan masa depan Jakarta. Kebijakan kemudahan transportasi termasuk armada dan sistem operasional transjakarta, menjadi hal yang krusial bagi masyarakat luas, karena sebagian besar masyarakat bekerja di Jakarta, fasilitas dan sistem yang baik akan mempermudah aktivitas masyarakat.

Proses penilaian terhadap visi dan misi pasangan Pramono–Rano oleh pemilih pemula, khususnya dari kalangan Generasi Z, tidak terjadi secara instan atau tanpa pertimbangan. Sebaliknya, mereka melalui serangkaian refleksi kognitif yang bersifat internal sebelum menyimpulkan bahwa gagasan yang ditawarkan pasangan calon tersebut bersifat realistis, solutif, dan relevan dengan kondisi Jakarta. Refleksi ini menunjukkan adanya komunikasi intrapersonal, yaitu dialog batin yang terjadi dalam diri seseorang ketika sedang mempertimbangkan suatu informasi atau keputusan.

Hal ini sejalan dengan pendapat (DeVito, 2019) dalam karyanya *Human Communication: The Basic Course*, yang menyatakan bahwa komunikasi intrapersonal merupakan fondasi dari segala bentuk komunikasi. Menurut DeVito, sebelum seseorang menyampaikan gagasan atau mengambil langkah tertentu, terlebih dahulu terjadi proses komunikasi di dalam pikiran yang membentuk cara pandang terhadap dunia. Dalam bukunya, ia menulis: *“Intrapersonal communication shapes how you perceive the world and informs your decisions before you act on them.”* Pernyataan tersebut mengindikasikan bahwa sebelum seseorang bertindak termasuk dalam hal membuat pilihan politik mereka terlebih dahulu melalui proses internalisasi dan penilaian pribadi atas informasi yang diterima. Dalam konteks ini, ketika para pemilih pemula menyebut bahwa visi Pramono–Rano *“tidak muluk-muluk”* dan terasa masuk akal, hal tersebut merupakan hasil dari refleksi mendalam terhadap kesesuaian program dengan kebutuhan aktual masyarakat Jakarta.

Kemampuan berkomunikasi pasangan Pramono-Rano melalui TikTok juga merupakan aspek temuan dari informan dalam mempersepsikan Pramono-Rano melalui media sosial TikTok. Hal

ini didukung oleh strategi pasangan ini dalam memperkuat dukungan melalui generasi z sebagai pemilih pemula. Fenomena ini dapat dianalisis melalui lensa Elaboration Likelihood Model (ELM) yang dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo. Menurut model ini, proses pemrosesan pesan persuasif dapat berlangsung melalui dua jalur: *central route* dan *peripheral route*. Informan mengakui bahwa mereka tidak hanya merespons pesan secara dangkal (*peripheral*), seperti tampilan visual dan gaya berbicara Pramono–Rano, tetapi juga secara mendalam (*central*) dengan menelaah isi pesan yang berkaitan dengan program dan visi politik pasangan tersebut.

Respons positif informan terhadap konten “jedag-jedug” bersama *influencer Pasmingbased* dapat dikaitkan juga dengan dua jalur pemrosesan pesan: *central route* dan *peripheral route*. *Peripheral route* muncul saat informan tertarik pada elemen visual, musik, dan figur influencer yang memicu respons emosional. Namun, karena kampanye juga memuat visi-misi dan nilai kepemimpinan, sebagian informan menanggapinya melalui *central route* dengan menilai isi pesan secara rasional dan kritis. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pramono–Rano berhasil memadukan daya tarik emosional dan substansi, sehingga efektif menjangkau pemilih pemula dari dua sisi pendekatan.

Berdasarkan penjelasan korelasi temuan dengan teori, hal ini menggambarkan bahwa pemilih pemula dari kalangan Gen Z tidak sekadar menikmati konten secara pasif, tetapi turut melakukan refleksi terhadap identitas mereka. Dengan kata lain, mereka menilai sejauh mana gaya komunikasi para kandidat mencerminkan nilai-nilai, gaya hidup, serta aspirasi yang mereka anut. Hal ini diperkuat oleh studi (Aries Kurniawan et al., 2024), dalam jurnal “*Generation Z Participation in Politics: An Approach to Consumer Behavior Theory*”, yang menegaskan bahwa pemilih dari kalangan Gen Z memiliki kecenderungan untuk mengambil keputusan politik berdasarkan kombinasi antara pertimbangan rasional dan emosional. Mereka cenderung memilih kandidat yang menawarkan rencana kerja jelas dan berdampak langsung terhadap kehidupan sehari-hari. Hal ini juga mengubah stigma di bagi generasi z yang cenderung apatis terhadap isu-isu politik, kembali kepada masing-masing pribadi sebagai pemilih yang bijak untuk memilih berdasarkan pertimbangan rasional maupun emosional, tidak berdasarkan generasi.

Keberhasilan Pramono-Rano dalam strategi kampanye politik mereka didukung oleh besarnya pengaruh media sosial TikTok yang kini menempati posisi strategis sebagai salah satu media sosial yang paling berpengaruh dalam membentuk pandangan politik generasi muda, terutama di kalangan pemilih pemula dari generasi Z. Merujuk pada (Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) APJII hasil Survei Internet Indonesia 2024, tercatat bahwa 46,84% Gen Z merupakan pengguna aktif TikTok, menjadikannya salah satu platform dengan tingkat penetrasi tertinggi di segmen usia tersebut.

Rekam jejak pasangan Pramono-Rano juga menjadi hal penting bagi para informan dalam mempersepsikan Pramono-Rano sebagai pemimpin Jakarta. Seluruh informan sepakat bahwa pengalaman kepemimpinan Pramono di tingkat pusat dan Rano di daerah menjadi modal penting dalam menangani isu birokrasi, pendidikan, dan problem sosial-politik Jakarta. Pramono dinilai mampu melihat persoalan secara sistematis, sementara Rano membawa pengalaman langsung dalam pengelolaan pemerintahan daerah.

Pandangan ini sejalan dengan pemikiran (Alfan, 2018) dalam bukunya *Wawasan Kepemimpinan Politik*, Ia menekankan bahwa dalam demokrasi figur politik menjadi pusat perhatian, di mana publik menilai calon pemimpin tidak hanya dari jabatan formal yang pernah dijabat, tetapi juga dari rekam jejak panjang dalam dunia politik dan sosial. Pemilih yang cerdas menilai lebih jauh pada konsistensi, kesungguhan, dan proses yang telah dilalui oleh seorang kandidat. Hal ini tercermin dalam persepsi informan terhadap pasangan Pramono-Rano. Mereka dianggap bukan sekadar tokoh dengan pengalaman birokratis.

Alfan juga mengutip nasihat *Shakespeare*, “*Love all, trust a few, do wrong to none,*” sebagai refleksi sikap selektif dalam demokrasi. Publik diajak untuk terbuka terhadap semua kandidat, namun tetap hati-hati dalam memberi kepercayaan. Sikap ini tergambar dalam dukungan

terhadap Pramono-Rano, yang dinilai bukan karena fanatisme, melainkan karena pengalaman dan integritas yang telah mereka tunjukkan sepanjang perjalanan politiknya.

Para informan memberikan apresiasi terhadap sikap Pramono–Rano yang dinilai tenang, empatik, dan terbuka dalam merespons kritik. Keterlibatan langsung dengan masyarakat kecil, terutama melalui interaksi di lapangan, dianggap sebagai bentuk kepedulian nyata terhadap persoalan publik. Bagi para informan, sikap tersebut tidak hanya membangun citra positif, tetapi juga menunjukkan karakter kepemimpinan yang bumi dan mampu menjalin kedekatan emosional dengan warga.

Temuan ini sejalan dengan konsep kepemimpinan berdasarkan *Emotional Intelligence (EQ)* yang dikemukakan oleh (Goleman, Boyatzis & Mckee 2004), menegaskan bahwa empati dan kesadaran sosial merupakan elemen kunci dari seorang pemimpin. Kemampuan mendengarkan, memahami sudut pandang orang lain, dan merespons secara tepat menjadi fondasi dalam membangun hubungan yang sehat antara pemimpin dan masyarakat.

Temuan ini juga diperkuat oleh hasil penelitian (Susilawati & Purwanda, 2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan seorang pemimpin tidak hanya ditentukan oleh IQ, tetapi lebih banyak bergantung pada kekuatan EQ. Pemimpin dengan EQ tinggi yang mencakup regulasi emosi, empati, dan komunikasi yang efektif akan lebih mampu membangun kepercayaan publik dan membawa perubahan yang berkelanjutan. Dalam konteks pasangan Pramono–Rano, informan berpendapat bahwa kehadiran mereka di lapangan menunjukkan kepedulian nyata terhadap isu-isu publik seperti sanitasi, dan kriminalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana persepsi pemilih pemula tentang Pramono-Rano pada Pilkada Jakarta 2024 melalui media sosial TikTok, dengan fokus pada aspek tingkat visioner, kecerdasan emosional, dan rekam jejak. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan mengacu pada Teori Intrapersonal dan Teori Elaboration Likelihood Model, penelitian ini berhasil menggali persepsi generasi z sebagai pemilih pemula tentang Pramono-Rano.

Berdasarkan hasil pembahasan dari wawancara mendalam yang dilakukan terhadap lima pemilih pemula Generasi Z, pasangan Pramono–Rano dinilai memiliki visi jangka panjang yang realistis, konkret, dan relevan dengan kondisi Jakarta sebagai kota metropolitan yang kompleks. Visi tersebut telah mulai diwujudkan dalam bentuk kebijakan nyata seperti pembangunan ruang publik, peningkatan akses transportasi, dan pemberdayaan masyarakat melalui balai rakyat. Kejelasan arah pembangunan ini sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung rasional, kritis, dan menuntut pembuktian nyata dari janji politik.

Rekam jejak pasangan Pramono-Rano juga menjadi hal penting bagi para informan dalam mempersepsikan Pramono-Rano sebagai pemimpin Jakarta. Seluruh informan sepakat bahwa pengalaman kepemimpinan Pramono di tingkat pusat dan Rano di daerah menjadi modal penting dalam menangani isu birokrasi, pendidikan, dan problem sosial-politik Jakarta. Pramono dinilai mampu melihat persoalan secara sistematis, sementara Rano membawa pengalaman langsung dalam pengelolaan pemerintahan daerah.

Selain itu kemampuan komunikasi Pramono–Rano berhasil memanfaatkan *platform* media sosial, khususnya TikTok, untuk menjangkau pemilih muda secara efektif. Pendekatan komunikasi mereka tidak hanya mengandalkan sisi visual dan gaya populer (*peripheral route*), tetapi juga menyisipkan substansi yang relevan (*central route*), yang mendorong keterlibatan kognitif Gen Z dalam memahami visi-misi. Ini membuktikan kemampuan komunikasi politik mereka yang strategis dan adaptif terhadap perkembangan digital.

Lebih lanjut, aspek EQ pasangan Pramono–Rano menjadi salah satu keunggulan yang sangat dihargai oleh pemilih pemula. Mereka menunjukkan kemampuan mengelola emosi dalam situasi

menekan, menyampaikan empati secara langsung kepada masyarakat kelas bawah, serta menanggapi kritik dengan tenang dan bijak.

Secara keseluruhan, pasangan ini dinilai sebagai pemimpin yang adaptif, komunikatif, dan empatik. Mereka mampu membangun persepsi positif di kalangan Generasi Z melalui pendekatan yang selaras dengan nilai-nilai yang dihargai oleh kelompok pemilih ini, seperti kejujuran, keterbukaan, keberpihakan terhadap masyarakat kecil, dan kemampuan menghadirkan solusi nyata terhadap permasalahan publik.

Berdasarkan hasil penelitian, secara teoritis untuk penelitian selanjutnya adalah ruang lingkup dapat diperluas kembali dengan kajian pembahasan politik Indonesia, agar dapat membuka cara pandang masyarakat terutama generasi muda untuk mengembangkan pemikiran kritis dan rasional dalam menentukan pilihan politik. Evaluasi terhadap visi, rekam jejak, serta kapasitas emosional kandidat harus menjadi dasar pertimbangan dalam menggunakan hak pilih secara bertanggung jawab, agar kedepannya kontestasi pemilu di tahun mendatang menciptakan sosok pemimpin yang tepat berdasarkan hasil dari keputusan masyarakat sebagai pemilih bijak.

Sedangkan secara praktis peneliti menyarankan agar Pramono-Rano yang secara resmi telah dilantik sebagai Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta, untuk terus memperkuat komunikasi berbasis digital, kebijakan atau progres kerja dari proyek yang sedang dikerjakan dapat dipublikasikan secara luas kepada masyarakat Jakarta melalui platform media sosial, dengan pendekatan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga bermuatan substansi kebijakan. Keberlanjutan program-program konkret yang telah dirintis perlu terus diperlihatkan kepada publik melalui narasi yang mudah dipahami.

DAFTAR PUSTAKA

- Agraeni, D. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Nerbitinbuku.com.
- Alfan, A. (2018). *Wawasan Kepemimpinan Politik*. Bekasi: Penjuru Ilmu.
- Anisah, N., Padillah, S. P., Barus, P., Sepriandito, R., Hasibuan, R. B., & Kustiawan W. (2022). Psikologi Komunikasi. In *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* (Vol. 2, Issue 1).
- Aries Kurniawan, Premananto, G. C., Candraningrat, C., Aprilius, A., & Hidayat, R. (2024). Generation Z Participation in Politics an Approach To Consumer Behavior Theory. *Business and Finance Journal*, 9(1), 12–25. <https://doi.org/10.33086/bfj.v9i1.5828>
- DeVito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication* (15th ed.). Pearson Education.
- Goleman, Daniel ; Boyatzis Richard; Mckee, A. (2004). *Kepemimpinan Berdasarkan Kecerdasan Emosi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *Communication Theory*. New York: McGraw-Hill Education.
- Haris, F., & Azwar, A. (2024). Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN). *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 139–158. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.957>
- Kasoema, R. S., Gandasari, D., Akbar, M. F., & Sari, I. M. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Kustiawan, W., Fadillah, U., Sinaga, F. K., Hattaradzani, S., Hermawan, E., Juanda, M. D., Suryadi, A., & Fahmi, R. R. (2022). *Komunikasi intrapersonal*. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 150–156.
- Lestari, R. (2024). *Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: DEEPUBLISH DIGITAL.
- Nurhaliza, S. (2024). *Survei LSI: Pram-Rano raih 41,6 persen*. ANTARA 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4417345/survei-lsi-pram-rano-raih-416-persen>
- Oleś, P. K., Brinthaup, T. M., Dier, R., & Polak, D. (2020). *Types of Inner Dialogues and Functions of Self-Talk: Comparisons and Implications*. *Frontiers in Psychology*, 11(March), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00227>
- Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi. (2024). Internet Indonesia. In *Survei Penetrasi Internet Indonesia*. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Rahmawati, D. (2024). *KPU DKI Tetapkan DPT Pilkada Jakarta 8.214.007 Jiwa, Ada 14.835 TPS*. DetikNews. <https://news.detik.com/pilkada/d-7552698/kpu-dki-tetapkan-dpt-pilkada-jakarta-8-214-007-jiwa-ada-14-835-tps>
- Rohim, M., & Wardana, A. (2019). Analisis Politik Milenial : Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 4(1), 47–63. <https://doi.org/10.24905/jip.4.1.2019.47-63>
- Rosman, A. (2024). *Survei LSI: Faktor Cawagub Jadi Pendorong Pramono-Rano Salip RK-Suswono*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/berita/nasional/671a0cac2be25/survei-lsi-faktor-cawagub-jadi-pendorong-pramono-rano-salip-rk-suswono>
- Setyawan, C. D., Saryatun, S., & Indrawati, C. D. S. (2022). Pemimpin Ideal dan Karakteristik yang Didambakan dalam Menjawab Tantangan Zaman. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 5(1), 96. <https://doi.org/10.20961/shes.v5i1.57778>
- Soelistya, D. (2022). *Kepemimpinan Strategis*. Nizamia Learning Center.
- Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari, Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis*

- Big Data*. 1–83. [http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode analisis Media Sosial.pdf](http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode%20analisis%20Media%20Sosial.pdf)
- Suryo, H., & Aji, H. K. (2020). Media Sosial dan Pesan Politik (Persepsi Pemilih Pemula Dalam Menerima Pesan Politik Pada Pemilihan Umum 2019 Melalui Media Sosial). *Research Fair Unisri*, 4(1).
- Susilawati, L., & Purwanda, E. (2024). Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima Volume V, Nomor II Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia Pentingnya Sinergitas Kecerdasan IQ, EQ, dan SQ Serta Optimalisasi Emotional Intelligence Sebagai Role Model Dalam Kepemimpinan Publik. V(2007), 37–47.
- Yanti, F. (2021). *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: IKAPI.