



**INTERAKSI MEDIA SOSIAL DAN KECENDERUNGAN  
MEMILIH GENERASI Z MENJELANG PILKADA 2024  
DI KABUPATEN KENDAL**

**Tesis**

**Disusun untuk menyelesaikan program Magister Ilmu Politik**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**DICO M GANINDUTO**

**NIM: 14010122420017**

**MAGISTER ILMU POLITIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2024**



**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN  
KARYA ILMIAH (TESIS)**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Dico M Ganinduto
2. NIM : 14010122420017
3. Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Februari 1990
4. Jurusan/Program Studi : Magister Ilmu Politik
5. Alamat : Jl. Kyai Tulus no 1 Tunggulrejo RT 1 RW 1, Kendal

Bermaksud menyatakan, bahwasanya karya ilmiah (Tesis) berjudul:

**INTERAKSI MEDIA SOSIAL DAN KECENDERUNGAN MEMILIH GENERASI Z  
MENJELANG PILKADA 2024 DI KABUPATEN KENDAL**

Merupakan Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, di mana tidak melakukan plagiasi terhadap karya orang lain.

Apabila dalam karya ilmiah hasil penulisan saya sendiri, terbukti melakukan plagiasi atau hasil karya ilmiah orang lain, maka saya bersedia mendapatkan sanksi pembatalan hasil karya ilmiah serta implikasinya, dampak kecurangan yang sengaja saya lakukan dalam penulisan karya ilmiah tesis (Tesis).

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat atas pemahaman dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab sebagai penulis.

Semarang, 28 Juni 2024



Dico M Ganinduto



**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Tesis : Interaksi Media Sosial Dan Kecenderungan Memilih Generasi Z  
Menjelang Pilkada 2024 di Kabupaten Kendal  
Nama Penyusun : Dico M Ganinduto  
NIM : 14010122420017  
Jurusan : Magister Ilmu Politik  
Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata II Program  
Studi Ilmu Politik.

Semarang, 28 Juni 2024

Dekan




Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 1969082 2199403 1 003

Plt. Wakil Dekan I




Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 1969082 2199403 1 003


**Dosen Pembimbing:**

1. Prof. Budi Setiyono, S.Sos., M.Pol.Admin., Ph.D. (.....)  
NIP. 197110111997021001

2. Dr. Dra. Rina Martini, M.Si (.....)  
NIP. 196703131993032001

**Dosen Penguji Tesis:**

1. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin (.....)  
NIP. 1969082 2199403 1 003

2. Dr. Nur Hidayat Sardini, S.Sos., S.H., M.Si (.....)  
NIP. 196910101997031001

3. Dr. Laila Kholid Alfirdaus, S.IP., M.PP (.....)  
NIP. 198105072005012002

## **MOTTO**

“Jangan berkecil hati jika jawaban doamu tidak segera datang. Pelajarilah, renungkan, dan tetap berdoa, memiliki iman yang tulus, dan menjalankan perintah-perintah-Nya”  
-Joseph B. Wirthlin

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur, Tesis ini kami persembahkan untuk:

1. Kepada Orang Tua, Istri dan Anak tersayang, yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang serta dukungan do'a yang tiada hentinya, semangat maupun perhatian yang tak terhingga;
2. Kepada Para Pembimbing dan Penguji, yang sudah sabar dengan kuat hingga penelitian ini berakhir, sudah melawan rasa lelah selama ini demi tekad yang luar biasa untuk membahagiakan keluarga tersayang;

## ABSTRACT

*The emergence of social media has marked a significant change in the structure of communication, especially with regard to the consumption of mass communication through traditional media to the interactive era of digital communication (new media). Social media plays a crucial role in various aspects such as 1) political mobilization and participation, 2) Source of political information and discussion, 3) Political monitoring and analysis tool, making it a very important tool for candidates, political parties and voters. proves that social media is closely related to people's perspective on politics and influences a number of people, including the younger generation Z, in participating in the world of politics.*

*The aim of this research is to analyze the use of social media in generation Z as a strategic communication tool in the 2024 Regional Head Election, with a focus on its impact on political dynamics, voter perceptions and voter participation. Analyzing how the use of social media influences interactions between candidates and Generation Z in Kendal Regency and how this influences the reach of political messages. Analyzing the potential use of social media in political campaigns on Generation Z voters' perceptions of candidates in Kendal Regency. Analyzing how the use of social media in political campaigns can influence Generation Z participation in Kendal Regency.*

*The results of this research show that overall social media has had a significant impact on Gen Z's political participation. Social media has increased political participation and enabled people to engage in political discussions, organize social movements, and influence public policy. Generation Z and Millennials are considered less involved in politics and even apathetic. However, the current situation is different. Generation Z and millennials are often the perpetrators of political culture change, especially in terms of wider and more inclusive political participation. They use social media as a tool to spread their political messages, organize protests or campaigns, and also utilize digital technology to quickly and easily obtain political information.*

*Keywords: Regional Election, Social Media, Generation Z*



## ABSTRAK

Munculnya media sosial telah menandai perubahan signifikan dalam struktur komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan konsumsi komunikasi massa melalui media tradisional ke era interaktif komunikasi digital (*new media*). Media sosial memainkan peran krusial dalam berbagai aspek seperti 1) mobilisasi dan partisipasi politik, 2) Sumber informasi dan diskusi politik, 3) Alat pemantauan dan analisis politik, sehingga menjadikannya alat yang sangat penting bagi para kandidat, partai politik, dan pemilih. Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial berhubungan erat pada cara pandang masyarakat terhadap politik dan mempengaruhi sejumlah masyarakat termasuk generasi muda Z dalam berpartisipasi pada dunia politik.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis penggunaan media sosial pada generasi Z sebagai alat komunikasi strategis dalam Pemilihan Kepala Daerah tahun 2024, dengan fokus pada dampaknya terhadap dinamika politik, persepsi pemilih, dan partisipasi pemilih. Menganalisis bagaimana penggunaan media sosial memengaruhi interaksi antara kandidat dan Generasi Z di Kabupaten Kendal serta bagaimana hal ini memengaruhi jangkauan pesan politik. Menganalisis potensi penggunaan media sosial dalam kampanye politik terhadap persepsi pemilih Generasi Z terhadap kandidat di Kabupaten Kendal. Menganalisis bagaimana penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat memengaruhi partisipasi Generasi Z di Kabupaten Kendal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap bagaimana partisipasi politik gen Z. Media sosial telah meningkatkan partisipasi politik dan memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam diskusi politik, mengorganisir gerakan sosial, maupun mempengaruhi kebijakan publik. Generasi Z dan Milenial dianggap kurang terlibat dalam politik dan bahkan apatis. Namun, situasi saat ini berbeda. Generasi Z dan milenial sering menjadi pelaku perubahan budaya politik, terutama dalam hal partisipasi politik yang lebih luas dan inklusif. Mereka menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan pesan politik mereka, mengorganisir aksi protes atau kampanye, dan juga memanfaatkan teknologi digital untuk dengan cepat dan mudah mendapatkan informasi politik.

Kata Kunci: Pilkada, Media Sosial, Generasi Z

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul, **“Interaksi Media Sosial Dan Kecenderungan Memilih Generasi Z Menjelang Pilkada 2024 di Kabupaten Kendal”**. Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan Tesis ini sebagai syarat memperoleh gelar Magister Sosial jurusan Magister Ilmu Politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik tentu berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, karena telah memberikan keberkahan, kesehatan, kekuatan dan kemudahan dalam setiap proses yang penulis jalani dalam menempuh perkuliahan selama ini;
2. Prof. Budi Setiyono, S.Sos., M.Pol.Admin., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah sabar dan ikhlas dalam memberikan bimbingan, arahan, penguatan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini;
3. Dr. Dra. Rina Martini, M.Si selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah sabar dalam memberikan membimbing tesis, memberikan saran dan masukan;
4. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
5. Dr. Nur Hidayat Sardini, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Departemen Politik dan Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang;
6. Dr. Dra. Rina Martini, M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang

7. Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku penguji I, Dr. Nur Hidayat Sardini, S.Sos., M.Si selaku penguji II dan , Dr. Laila Kholid Alfirdaus, S.IP., M.PP selaku penguji III yang telah memberikan masukan dan arahan dalam perbaikan penulisan tesis ini sehingga karya ilmiah ini dapat menjadi karya yang bermanfaat untuk sesama.
8. Segenap dosen dan tendik di Magister Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah membantu kelancaran studi hingga tesis ini dapat terselesaikan;

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                   | x   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                       | xii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                    | xi  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                     | xv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                | 2   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                      | 2   |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                   | 9   |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                   | 9   |
| 1.3.1 Tujuan umum .....                                       | 10  |
| 1.3.2 Tujuan khusus .....                                     | 10  |
| <b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....                           | 10  |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                                  | 11  |
| <b>1.5 Tinjauan Pustaka</b> .....                             | 12  |
| <b>1.6 Kerangka Teoritis</b> .....                            | 27  |
| 1.6.1 Teori Komunikasi Politik .....                          | 27  |
| 1.6.2 Pengaruh Media Sosial .....                             | 29  |
| 1.6.3 Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Pemilih.....    | 30  |
| 1.6.4 Etika dan Dampak Sosial Media Sosial dalam Politik..... | 32  |
| <b>1.7 Definisi Koneseptual dan Operasional</b> .....         | 33  |
| <b>1.8 Metode Penelitian</b> .....                            | 35  |
| 1.8.1 Tipe Penelitian .....                                   | 35  |
| 1.8.2 Ruang Lingkup Penelitian .....                          | 35  |
| 1.8.3 Fenomena Penelitian .....                               | 36  |
| 1.8.4 Penentuan Sampel .....                                  | 36  |
| 1.8.5 Jenis dan Sumber Data .....                             | 37  |

|  |            |
|--|------------|
| <b>BAB II OBYEK PENELITIAN .....</b>   | <b>37</b>  |
| 2.1 Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) .....  | 37         |
| 2.2 Gen Z .....  | 54         |
| 2.3 Branding Media Sosial .....  | 66         |
| <b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS .....</b>   | <b>77</b>  |
| 3.1 Identitas Responden.....   | 78         |
| 3.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....   | 78         |
| 3.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 79         |
| 3.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....  | 80         |
| 3.2 Hasil Penelitian.....  | 81         |
| 3.2.1 Potensi Media Sosial yang digunakan Generasi Z di Kabupaten Kendal sebagai interaksi untuk membantu dan memperluas pesan politik ..... | 82         |
| 3.2.2 Pengaruh Media Sosial terhadap partisipasi politik Generasi Z di Kabupaten Kendal.....   | 98         |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>  | <b>113</b> |
| 4.1 Kesimpulan .....   | 113        |
| 4.2 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya.....  | 118        |
| 4.3 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya:.....   | 120        |
| 4.4 Saran .....  | 121        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>122</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 2.2.1 (Data Pemilih Sementara Hasil Perbaikan Pemilu 2024 Kabupaten Kendal).....  | 62  |
| Gambar 3.1 (Penggunaan Media Sosial Instagram bagi Gen Z Kabupaten Kendal).....  | 85  |
| Gambar 3.2 (Penggunaan Media Sosial X bagi Generasi Z Kabupaten Kendal).....   | 86  |
| Gambar 3.3 (Penggunaan Media Sosial Tiktok Gen Z di Kabupaten Kendal).....   | 88  |
| Gambar 3.4 (Penggunaan Media Sosial Facebook Gen Z di Kabupaten Kendal).....   | 89  |
| Gambar 3.5 (Penggunaan Media Sosial Whatsapp Gen Z di Kabupaten Kendal).....   | 90  |
| Gambar 3.6 (Penggunaan Media Sosial Telegram Gen Z di Kabupaten Kendal) .....  | 91  |
| Gambar 3.7 (Penggunaan Media Sosial Youtube Gen Z di Kabupaten Kendal).....  | 92  |
| Gambar 3.8 (Rekapitulasi Penggunaan Media Sosial Generasi Z di Kabupaten Kendal).....  | 93  |
| Gambar 3.9 (Penggunaan Media Sosial Sebagai Informasi Politik).....  | 100 |
| Gambar 3.10 (Penggunaan Media Sosial Sebagai Informasi Politik ( <i>Sharing</i> )).....  | 101 |
| Gambar 3.11 (Penggunaan Media Sosial Sebagai Informasi Politik).....   | 103 |
| Gambar 3.12 (Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Politik Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Gen Z di Kabupaten Kendal)..... | 104 |
| Gambar 3.13 (Jenis Media Sosial Sebagai Alat Informasi Politik).....   | 105 |
| Gambar 3.14 (Jenis Media Sosial yang sering digunakan untuk alat informasi politik).....   | 106 |
| Gambar 3.15 (Jenis Kelamin).....   | 107 |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 2.2.1 (Generation behaviour characteristics of different age-group Bencsik&Machova,2016).....  | 65  |
| Tabel 3.1 (Identitas Responden Berdasarkan Umur).....  | 80  |
| Tabel 3.2 (Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin).....                                       | 80  |
| Tabel 3.3 (Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan).....                                  | 81  |
| Tabel 3.4 (Jenis Media Sosial yang sering digunakan untuk alat informasi politik).....               | 109 |
| Tabel 3.5 (Jenis media sosial yang sering digunakan untuk alat informasi politik Per Kecamatan)..... | 110 |
| Tabel 3.6 (Alamat Kecamatan : Jenis Kelamin).....  | 112 |

