

GEN-Z DAN POLITIK: MENELUSURI STRATEGI KAMPANYE MEDIA SOSIAL ATALIA PRARATYA DALAM PEMILU LEGISLATIF 2024

Andreas Saut Simanjuntak¹, Yusa Djuyandi²

^{1,2} Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Padjadjaran,
Jl. Raya Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor, 456363

Email: andreassimanjuntak7@gmail.com; yusa.djuyandi@unpad.ac.id

Submitted: 07-07-2024; Accepted: 04-09-2024; Published :05-09-2024

ABSTRACT

This research describes the relationship between Atalia's social media campaign strategy in the legislature and Gen-Z. Atalia's populist figure makes Atalia one step ahead of the campaign compared to other legislative candidates. Atalia is a popular figure because she has large political capital in the form of economic, cultural, social and symbolic capital. Through social media platforms, because of easy and fast access, social media platforms can be used as a link between political communicators. Atalia often uses social media to reach the voice of society at large. Interactive dialogue is built by responding to comments that are frequently submitted on social media accounts. Political campaigns via social media are used to reach certain audiences. Meanwhile, Gen-Z during the 2024 election will use social media to access political information, participate in political discussions and connect with political campaigns. Atalia builds interactive dialogue with all levels of society on every media platform, making Gen-Z feel like they are participating in a part of the political system that encourages the realization of a government that is more responsive to the needs and aspirations of Generation Z.

Key Words: Campaign Strategy; Gen-Z; Elections

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan Hubungan Strategi Kampanye Media Soisal Atalia Dalam Legislatif dengan Gen-Z. Sosok Atalia yang populis membuat Atalia selangkah lebih depan untuk kampanye dibandingkan Calon Legislatif lainnya. Atalia merupakan sosok populer karena memiliki modal politik yang besar baik itu berupa modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik. Melalui platform media sosial, karena akses yang mudah dan cepat maka platform media sosial dapat dijadikan penghubung antara komunikator politik. Atalia sering menggunakan media sosialnya untuk dapat menjangkau suara masyarakat secara luas. Dialog interaktif dibangun dengan membalas komentar yang sering diajukan di akun-akun media sosialnya. Kampanye politik melalui media sosial ini dimanfaatkan untuk menjangkau audiens tertentu. Sementara itu Gen-Z pada saat pemilu 2024 memanfaatkan media sosial untuk mengakses informasi politik, berpartisipasi dalam diskusi politik, dan terhubung dengan kampanye politik. Atalia membangun dialog interaktif dengan seluruh kalangan masyarakat disetiap platform medianya membuat Gen-Z merasa dianggap berpartisipasi dalam bagian sistem politik yang mendorong terwujudnya pemerintahan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi generasi Z.

Kata kunci: Strategi Kampanye; Gen-Z; Pemilu

PENDAHULUAN

Menghadapi pesaingan di dunia politik, partai politik dan aktor politik dihadapkan pada tantangan berkomunikasi, terutama dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju. Saat ini, perkembangan teknologi komunikasi telah meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Media sosial seperti mata uang bagi para aktor politik, memiliki dua sisi yang berbeda. Pemanfaatan yang efektif dapat membuka peluang untuk mendapatkan dukungan positif, sementara di sisi lain, kegagalan dalam memanfaatkannya berisiko merusak citra yang dimiliki oleh aktor politik tersebut (Anshari, 2013).

Penting juga untuk dicatat bahwa media sosial memiliki karakteristik terbuka, di mana aksesnya tidak dibatasi oleh geografis atau ideologis. Ini membuatnya dikelompokkan sebagai media massa karena dapat diakses oleh berbagai kalangan tanpa batasan tertentu. Kemampuan media sosial untuk memasuki ranah pribadi pengguna menunjukkan tingkat interaksi yang tinggi dan kemampuan untuk mengatasi batasan ruang, waktu, dan tempat. Media sosial menjadi sarana di mana individu bisa mendapatkan informasi dari berbagai sumber dan berbagai topik tanpa adanya pembatasan yang signifikan (Nurhidayat & Garis, 2023)

Pemilu 2024 adalah pemilu serentak ke dua kalinya setelah Pemilu 2019. Penyelenggaraan pemilu serentak ini menggabungkan pemilihan Anggota DPR, DPD, dan DPRD serta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden. Dengan begitu banyak pilihan calon anggota legislatif ditambah lagi dengan banyaknya surat suara yang harus dipilih dari surat suara capres/cawapres, anggota DPR, DPD, dan DPRD tingkat satu dan dua akan membuat masyarakat kurang mengenal sosok ketokohan dari masing-masing calon legislatif maupun eksekutif. Hal ini disebabkan karena perhatian masyarakat lebih melihat calon presiden atau wakil presiden dibandingkan calon legislatifnya. Sementara itu pemilihan legislatif juga tidak kalah pentingnya. Karena tidak mungkin kekuasaan eksekutif berdiri sendiri tanpa kekuasaan legislatif. Karena harus ada *check and balances* antara eksekutif dan legislatif (Chadie, 2024).

Kampanye politik adalah sebuah upaya terorganisasi yang dilakukan oleh sebuah kelompok (agen perubahan) yang bertujuan

memersuasi pihak lainnya (target) untuk menerima, memodifikasi, atau menolak ide ide, sikap-sikap, tindakan-tindakan praktis, dan perilaku tertentu(Cangara, 2006). Kampanye politik (Wahid, 2016) adalah: (1) proses transformasi informasi dalam beragam bentuk pesan politik kepada khalayak melalui saluran dan media komunikasi tertentu untuk memengaruhi serta menciptakan opini publik; (2) sebuah upaya terorganisasi yang bertujuan memengaruhi proses pengambilan keputusan para pemilih. Kampanye politik selalu merujuk pada kampanye pemilihan umum; (3) bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat. Kampanye politik diatur dengan peraturan tersendiri, baik waktu, tata cara, pengawasan, dan sanksi-sanksi jika terjadi pelanggaran. Dengan demikian, kampanye politik adalah kegiatan yang bersifat formal sebagai ajang perebutan jabatan politik. Ketika Kampanye Politik dipahami sebagai upaya membujuk pemilih untuk meningkatkan eligibilitas dan popularitas, seorang kandidat harus memiliki strategi dan rencana yang matang. Caleg yang mencalonkan diri tentu memiliki cara kampanye yang berbeda dengan caleg lainnya. Kampanye sebagai wahana untuk mencapai tujuan politik membutuhkan strategi yang akan menjadi krusial. Pemilu serentak juga menjadi salah satu faktor caleg untuk selalu lebih kreatif dan inovatif dalam berkampanye mengingat jumlah surat suara yang harus dipilih masyarakat lebih dari satu.

Di tahun 2024, Gen-Z mendapat peran penting dalam menentukan masa depan Indonesia. Generasi Z akan menjadi generasi yang paling berpengaruh di masa depan ritel (Simamora et al., 2024). Dalam konteks pemilu 2024 di Indonesia akan ditengahkan oleh generasi Z, yang merupakan kelompok pemilih dengan populasi penduduk yang besar dan suara yang cukup signifikan. Di dalam kerangka demokrasi ini Gen-Z menempati posisi sebagai pemilih pemula dalam kegiatan Pemilu. Posisi Gen-Z dalam lingkar politik sangat diperhitungkan baik di Indonesia maupun di tahapan Internasional. mayoritas

pemilih Pemilu 2024 didominasi dari kelompok generasi Z dan milenial. Sebanyak 66.822.389 atau 33,60% pemilih dari generasi milenial. Sedangkan pemilih dari generasi Z adalah sebanyak 46.800.161 pemilih atau sebanyak 22,85% dari total DPT Pemilu 2024. Jika diakumulasikan, total pemilih dari kelompok generasi milenial dan generasi Z berjumlah lebih dari 113 juta pemilih (Muhammad, 2023). Para anak muda ini menjadi penting dalam sengitnya persaingan mendulang suara demi perebutan kursi kekuasaan baik itu di tingkatan legislatif, ataupun eksekutif. Kedekatan mereka dengan media sosial menjadi kunci yang menjadi pertimbangan terkait metode pendekatan yang dilakukan. Beragam konten media sosial dibuat dalam rangka menarik minat para pemilih pemula.

Generasi Z atau biasa yang disebut Gen-Z merupakan sebutan klasifikasi anak muda yang hari ini berperan aktif di banyak bidang. Di dalam suatu penelitian,(Stillmen, 2017) mengemukakan generasi Z adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012 yang bisa disebut juga sebagai generasi net atau generasi internet. . Generasi Z juga disebut sebagai "Digital Natives". Mereka cenderung menggunakan berbagai platform digital dan merasa nyaman menggunakan media sosial, perangkat seluler, dan teknologi digital lainnya untuk mencari informasi, hiburan, dan berkomunikasi. Generasi Z ini dapat dikatakan sebagai salah satu generasi yang mudah terpengaruh oleh media massa yang tersebar di khalayak ramai (Kurniawan, 2023).

Survei CSIS tahun 2002, menginformasikan bahwa 93,5% anak muda terhubung dengan internet. Kemudian sebesar 84,8% dari generasi muda terhubung atau memiliki akun face facebook, 74,9% terhubung dengan YouTube, 74,5% terhubung dengan Instagram dan ada 56,0% terhubung dengan tiktok serta 24,8% terhubung dengan akun twitter (Mulyadi et al., 2024). Survei di atas semakin diperkuat dengan hasil Survei Internet 2023 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa 215.626.156 penduduk Indonesia terhubung dengan internet dengan tingkat penetrasi 78,19%. Survei ini juga menunjukkan bahwa mayoritas anak muda berkontribusi besar terhadap pertumbuhan penetrasi internet pada tahun 2023, yaitu 44,24% pada usia 13-34 tahun dan mayoritas pengguna internet menyampaikan bahwa alasan mereka harus berselancar di internet yaitu karena untuk mengakses media social seperti Facebook,

Instagram, Whatsapp, Twitter, Youtube, Line, dan sebagainya). (Asfar et al., 2024).

Mayoritas Generasi Z berusia antara 17 hingga 29 tahun dan memenuhi syarat sebagai pemilih utama. Karena besarnya populasi Generasi Z, suara dan preferensi mereka dapat menentukan hasil suatu pemilu. Dengan begitu besarnya potensi Gen-Z dalam Pemilu 2024 maka Pemilu kali ini menjadi panggung di mana kreativitas dan strategi politik memiliki peran krusial dalam membentuk citra calon legislatif di mata Masyarakat. Calon anggota legislatif harus bisa mengaktifasi semua platform digitalnya baik itu platform media partai politik dan platform media milik pribadi serta memperbanyak kegiatan yang melibatkan media sosial nasional dan lokal. Dari Uraian di atas setiap calon anggota legislatif harus mempersiapkan setiap jenis platform media yang sering digunakan Gen-Z yaitu Facebook, Youtube, Instagram, tiktok, dan twitter. Sehingga media sosial telah menjadi alat kuat dalam kampanye politik. Dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menargetkan audiens tertentu, kandidat politik dapat menyampaikan pesan mereka secara efektif kepada pemilih

Atalia Praratya, (lahir 20 November 1973) adalah dosen dan aktris Indonesia. Atalia adalah istri dari Gubernur Jawa Barat ke-14, Ridwan Kamil. Atalia merupakan salah satu anggota legislatif terpilih pada saat pileg 2024 dapil Jabar 1 (Bandung-Cimahi). sosok Atalia ini juga seorang seorang dosen, di sela-sela mendampingi karier suami hingga mendapat sebutan *couple goals*. Atalia juga menjabat sebagai penanggungjawab administrasi dan keuangan di PT Urbane Indonesia, perusahaan bidang konsultan arsitektur di bawah arahan Ridwan. Prestasi yang jarang diekspos bahwa Atalia merupakan lulusan terbaik di Program Doktoral Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, Jawa Barat 2022. Selain itu sebagai Penerima penghargaan dari Ikatan Penerbit Indonesia Kategori Promoter Literacy 2022. Penerima penghargaan dari Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) sebagai Inspiring Women 2018. Penerima penghargaan sebagai Perempuan Inspirasi

Indonesia 2019 dan Penerima penghargaan Nugraha Dharma Pustaloka Tahun 2021. Penerima penghargaan Wiyata Dharma Madya pada kategori Bunda PAUD 2021 tingkat provinsi dan Penerima penghargaan Influential Woman in Local Government of The Year dalam Fimela Award 2022. Penerima Anugerah Figur Teladan detikJabar Awards 2023 kategori Pemberdayaan Perempuan dan Penerima penghargaan Mobile Intellectual Property Clinic 2023 sebagai tokoh yang berperan aktif mendorong program dan kesadaran pentingnya kekayaan intelektual.

Dari banyaknya prestasi yang sudah diuraikan. Rata-rata pencapaiannya yang ditorehkannya karena mengawali karirnya sebagai Istri Ridwan Kamil pada saat menjabat menjadi Walikota Bandung tahun 2013-2018. Nama Atalia dikenal masyarakat karena sering mendampingi Ridwan Kamil dalam melaksanakan tugasnya sebagai Walikota. Lalu ketika Ridwan Kamil menjadi Gubernur, Atalia juga sering mendampingi Ridwan Kamil dalam bertugas. Citra yang dibangun sebagai istri yang mendukung suaminya sebagai Gubernur cukup menyita perhatian masyarakat. Atalia mendampingi Ridwan Kamil saat menjalankan tugasnya terdokumentasi di media sosial baik itu Instagram Ridwan Kamil ataupun Instagram pribadi Atalia. Hal ini membuat sosok Atalia menjadi populer di Masyarakat. Atalia juga mendapatkan jabatan posisi strategis selama menjadi istri Gubernur Jawa Barat. Jabatan yang langsung didapat ketika menjabat sebagai Istri Gubernur adalah Ketua Tim Penggerak PKK. Atalia Praratya Ridwan Kamil dikukuhkan sebagai Ketua Kwartir Daerah (Kwarda) Jabar periode 2020-2025 dalam Musyawarah Daerah (Musda) XIV Tahun 2020. Pada tahun 2019 Atalia juga mendirikan Organisasi Jabar Bergerak sekaligus menjabat sebagai Ketua Umum organisasi Jabar Bergerak kini memiliki lebih dari 1000 relawan yang telah banyak berkiprah untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.

Riwayat Atalia yang sudah dituliskan merupakan salah satu modal politik Atalia itu sendiri pada saat berkontestasi di Pileg 2024. Secara konseptual dalam kontestasi politik terwujud dari empat modal utama yang dimiliki oleh para calon yang akan mengikuti kontestasi dalam Pileg. Ketiga modal itu adalah modal ekonomi (economical capital), modal kultural (cultural capital), modal sosial, (social capital) dan modal simbolik (symbolic capital) akumulasi keempat modal ini merupakan modal politik

(political capital) yang dapat mempengaruhi seorang kandidat dalam memperoleh dukungan dari masyarakat untuk meraih kekuasaan. Semakin besar akumulasi modal yang dimiliki oleh seorang kandidat maka semakin besar pula dukungan yang diperoleh (Marijan, 2006). pada aspek modal politik yang dimanfaatkan oleh aktor, baik itu modal politik yang ia miliki ataupun modal politik yang dimiliki oleh kelompok tertentu. Dengan memanfaatkan kepopuleran atau modal politik orang lain, yang bertujuan untuk memenangkan kontestasi politik. seorang aktor dapat memenangkan kontestasi politik dengan menggunakan modal politik individu atau modal politik orang lain yang masih memiliki hubungan kekeluargaan dengan sang kandidat, untuk dapat memobilisasi suara pemilih agar memilihnya dalam pemilihan legislatif (Ananda & Valentina, 2021).

Atalia sebagai salah satu tokoh populer di Jawa Barat berhasil duduk sebagai anggota dewan lewat Pileg 2024. Walaupun belum dilantik sebagai anggota dewan tapi hasil perhitungan KPU Atalia berhasil duduk dengan jumlah suara 234.065 suara. Keberhasilan Atalia ini tidak terlepas dari pengaruhnya di media sosial. Dari pemaparan pendahuluan diatas maka penulis ingin menelusuri strategi kampanye media sosial Atalia untuk memenangkan suara Gen-Z dalam Pemilu legislatif 2024.

Menurut pengamatan peneliti, Atalia, Calon Legislatif DPR RI Daerah Pemilihan Jabar 1 (Bandung-Cimahi) periode tahun 2024-2029 memiliki jumlah pengikut (follower) yang sangat signifikan di antara Calon Legislatif DPR RI Dapil Jabar 1 lainnya. Atalia aktif menggunakan banyak platform media sosial, termasuk Instagram, Twitter, dan TikTok. Atalia menggunakan media sosial secara aktif dengan tingkat intensitas yang tinggi untuk melakukan kampanye kepada masyarakat dan menjalin komunikasi guna menerima aspirasi dari warga. Melalui akun media sosialnya, Atalia secara aktif membagikan konten terkait kegiatan politik, edukasi politik, dan serta aktivitasnya. Pendekatan ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya sebagai alat kampanye politik, tetapi juga sebagai media alternatif yang signifikan dalam praktik kampanye politik. Kehadiran media sosial

menjadi peluang bagi para aktor politik untuk mempererat hubungan dengan masyarakat melalui kegiatan kampanye politik, penyampaian informasi tentang kegiatan, serta penerimaan aspirasi masyarakat.

Pada penelitian ini didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Berliani Ardha dengan judul penelitian social media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa media sosial telah memainkan dan akan terus memainkan peran penting dalam kampanye politik politik 2014. Melalui platform seperti Facebook, Twitter dan Youtube, kandidat politik akan terus berinteraksi dengan pendukung dan menerima dukungan dalam bentuk sumbangan dan relawan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Ahmad Salman Farid dengan judul penelitian penggunaan media sosial dalam kampanye politik dan dampaknya terhadap partisipasi politik dan persepsi public. Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dalam kampanye politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku politik, partisipasi politik, dan persepsi publik (Jayus et al., 2024)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi pustaka dan observasi. Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan dipecahkan. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Nazir, 2003). Observasi dilakukan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai interaksi dan aktivitas politisi di platform media sosial. Kombinasi teknik-teknik ini dapat memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang strategi kampanye politik Atalia melalui media sosial. Setelah teknik-teknik pengumpulan data dilakukan, maka dilanjutkan untuk diolah, dianalisa, dan dilakukan interpretasi data, sehingga akan menghasilkan suatu temuan dengan pengupayaan dihasilkannya kebaruan riset (novelty), disamping hasil penelitian yang dihasilkan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan (Hardiansyah, 2010); (Faisal, 2008)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman dimana proses analisis data kualitatif dilakukan dengan tiga tahapan. Yaitu: reduksi, penyajian data, dan kesimpulan (Sugiyono, 2011). Reduksi data mencakup penyederhanaan data yang telah dikumpulkan, penyajian data melibatkan ekspresi data secara terstruktur, dan tahap kesimpulan digunakan untuk membentuk gambaran atau desktipsi yang lebih jelas tentang strategi kampanye politik Atalia melalui media sosial di kalangan Gen-Z. Oleh karena itu, analisis data diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih luas tentang penggunaan media sosial terhadap Gen-Z sebagai alat kampanye politik oleh Atalia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi politik yang dibangun oleh Atalia dalam usaha kampanye politiknya dilakukan secara terorganisir dengan aktif menggunakan platform media baik itu akun media pribadi milik Atalia ataupun akun media diluar milik pribadinya bahkan tidak jarang menggunakan media massa. Dalam Perspektif komunikasi politik, saluran komunikasi massa mengambil salah satu dari dua bentuk. Yang pertama adalah komunikasi tatap muka, seperti ketika seorang kandidat politik berpidato di rapat umum atau seorang presiden tampil di hadapan banyak wartawan dalam sebuah konferensi pers. yang kedua terjadi ketika ada perantara antara komunikator dan audiens. Di sini, masukkan media, teknologi, perangkat, dan instrumen komunikasi lainnya. (Nimmo, 1978).

Melalui platform media sosial, karena akses yang mudah dan cepat maka platform media sosial dapat dijadikan penghubung antara komunikator politik. Atalia sering menggunakan media sosialnya untuk dapat menjangkau suara dari para Netizen melalui membaca komentar-komentar dibeberapa platform media sosialnya.

Jangkauan penghubung yang luas dan efisien membuat media sosial adalah alternatif pilihan yang menjanjikan dalam melakukan branding Atalia baik itu sebelum masa mencalonkan diri sebagai calon legislatif ataupun sesudah menjadi calon legislatif. Sehingga situasi ini dapat dijadikan ruang publik baru terkhusus untuk gen-Z yang dapat dianggap bahwa Atalia merupakan salah satu *Public Figure* yang mudah dijangkau walau hanya sebatas di dunia maya.

Kebersamaan Ridwan Kamil dan Atalia sebagai suami istri sudah sering disorot sejak Ridwan Kamil menjadi Walikota Bandung periode 2013-2018. Keduanya sama-sama aktif di media sosial dan memiliki followers hingga jutaan akun. Atalia tidak jarang membangun citra politik yang dapat mencari simpati Gen-Z baik itu dengan mengikuti *trend* positif dengan cara mengupload foto ataupun video yang sedang digemari Gen-Z. Atalia juga sering memberikan konten kolaborasi bersama artis-artis yang sedang ramai dibicarakan di media sosial sehingga Atalia terkenal bukan hanya di Jawa Barat melainkan diluar Provinsi Jawa Barat. Kegiatan Atalia yang sering diupload di platform media sosial ini yang sering sekali menyita perhatian publik sehingga publik sering sekali untuk mencari tahu profile tentang Atalia.

Menurut pengamatan peneliti, hal-hal yang sering dibagikan Atalia di media sosial yang menjadi perhatian publik adalah kehidupannya sebagai istri dari Ridwan Kamil yang pada masanya menjadi Walikota Bandung dan Gubernur Jawa Barat. Atalia juga sering membagikan kegiatan-kegiatannya yang berhubungan dengan kariernya. Atalia juga membagikan prestasi yang dia dapat selama menjadi Istri Walikota dan Gubernur Jawa Barat. Segala Kegiatan yang sudah dilakukan Atalia tersebut dapat dijadikan modal politik Atalia selama proses Pemilu 2024 dalam rangka sebagai calon anggota legislatif 2024.

Analisis Calon Legislatif 2024: Atalia Pratraya

Modal Atalia Menuju Pileg 2024

Teori modal dikenalkan secara luas oleh Pierre Bourdieu. Disebutkan bahwa modal sangat dekat dengan persoalan kekuasaan. Dalam suatu masyarakat politik, persoalan dominasi adalah persoalan utama sebagai bentuk aktualisasi kekuasaan. Dominasi yang dimaksud disini tergantung terhadap situasi, sumber daya (kapital), dan strategi pelaku (Halim, 2014). Konsep teori modal Bourdieu tidak dapat dilepaskan terhadap konsep *habitus* dan *ranah* (arena). Habitus yang dimaksudkan sebagai struktur mental kognitif yang menjadi penghubung antara manusia dengan sosial (Ritzer & Goodman, 2005). Habitus mencoba menyebutkan bahwa manusia bertindak wajar dan objektif dalam merefleksikan diri pada struktur kelas. Sedangkan ranah (arena) oleh Bourdieu dijelaskan sebagai jaringan relasi antar posisi objektif di dalamnya. Keberadaan relasi ini terpisah, bukan interaksi antar subjektif, dan kedudukan pada arena bisa saja agen maupun institusi yang dipaksakan dalam struktur arena (Ritzer & Goodman, 2005). Arena juga bisa dianalogikan seperti arena pertempuran ataupun arena perjuangan. Fungsi modal bagi Bourdieu adalah relasi sosial dalam sistem pertukaran yang mempresentasikan dirinya sebagai sesuatu yang langka serta layak dicari dalam bentuk sosial tertentu. Penukaran tersebut dapat terjadi dalam bentuk simbolik. Bentuk simbolik inilah kemudian menjadi bentuk modal yang berbeda dan dipersepsikan sebagai sesuatu yang mudah dilegitimasi (Halim, 2014). Bourdieu membaginya menjadi 4 (empat) bentuk modal, yakni modal ekonomi, modal kultural, modal sosial, dan modal simbolik.

Modal Ekonomi

Modal ekonomi adalah sumber daya yang bisa menjadi sarana produksi dan sarana finansial. Modal ekonomi merupakan jenis modal yang dapat dikonversikan dalam bentuk modal lainnya. Modal ini mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda), dan uang. Firmanzah mengkategorisasikan lebih detail mengenai mengenai modal ekonomi.

Bahwa modal ekonomi yang nampak adalah uang. Modal uang digunakan untuk biaya kampanye. Masing-masing dari partai politik atau politisi berusaha meyakinkan publik bahwa partai atau politisi tersebut lebih peduli, empati, memahami benar persoalan yang ada, dan memperjuangkan rakyat (Firmanzah, 2010). Saluran-saluran tersebut dapat melalui media promosi, seperti TV, ormas, koran, baliho, spanduk, konsultan politik, dan lain sebagainya (Firmanzah, 2010). Modal ekonomi bagi Bourdieu dianggap penting terutama pada alat-alat produksi, materi, dan uang. Modal ekonomi menjadi modal yang secara langsung bisa ditukar dan dipatenkan menjadi hak milik individu. Modal ekonomi juga menjadi jenis modal yang relatif independen dan fleksibel karena modal ini secara mudah dapat ditransformasikan ke ranah-ranah lain. Dalam melihat Atalia, dia berprofesi sebagai dosen tetap di Universitas Widyatama Bandung. Sebelum itu, sempat menjabat sebagai komisaris di PT. Urbane Indonesia, perusahaan jasa arsitek milik Ridwan Kamil dan rekannya. Adapun salah satu sumber kekayaan Atalia berasal dari tunjangannya sebagai istri Ridwan Kamil, di mana suaminya pernah menjabat sebagai mantan Wali Kota Bandung dan mantan Gubernur Jawa Barat. Berdasarkan LHKPN yang dilaporkan Ridwan Kamil saat masih menjabat sebagai Gubernur Jawa Barat, mereka memiliki harta kekayaan senilai Rp 23,76 miliar (Nabila, 2024) .

Modal Kultural

Modal kultural adalah keseluruhan kualifikasi intelektual yang bisa diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Misalnya kemampuan menampilkan diri di depan publik, kepemilikan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu atas hasil pendidikan formal(Halim, 2014). Modal kultural pada dasarnya berupa keyakinan akan nilai-nilai mengenai segala sesuatu yang dipandang benar dan senantiasa diikuti dengan upaya mengaktualisasikannya. Modal kultural tidak dengan sendirinya teraktualisasikan dalam realita bagi masyarakat. Modal kultural dapat berhenti tanpa memberi manfaat apapun saat kemampuan komitmen itu berhenti. Dalam melihat Atalia, dia tampil sebagai sosok perempuan yang pintar yang terlihat dari latar belakang pendidikan S-3 nya.

Modal Sosial

Modal sosial adalah segala jenis hubungan sumber daya untuk penentuan kedudukan sosial (Halim, 2014). Bagi Bourdieu, modal sosial sejatinya merupakan hubungan sosial bernilai antar orang. Hal tersebut bisa dicontohkan sebagian masyarakat yang berinteraksi antar kelas dalam lapisan sosial masyarakat. Modal sosial merupakan sumber daya yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru. Sumber daya yang digunakan sebagai investasi inilah yang dinamakan sebagai modal.

Modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok. Dengan ruang perhatian pada kepercayaan, jaringan, norma, dan nilai yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Dalam melihat sosok Atalia, modal sosial yang dimiliki Atalia sebagai istri mantan Wali Kota Bandung dan Gubernur Jawa Barat menggambarkan keterlibatannya yang luas dalam berbagai aspek pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di Kota Bandung dan Jawa Barat secara umum. Modal sosial ini mencakup jaringan hubungan, partisipasi sosial, kepercayaan, dan nilai-nilai kolaboratif yang telah dibangunnya selama bertahun-tahun. Berikut adalah beberapa contoh konkrit dari pengalaman dan kontribusinya:

Jaringan Hubungan yang Luas: Sebagai istri Wali Kota Bandung sejak 2013 dan Gubernur Jawa Barat sejak 2018, Bu Atalia telah membangun jaringan hubungan yang kuat dengan berbagai pihak, termasuk pemangku kepentingan dalam pemerintahan, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sipil. Jaringan ini tidak hanya memfasilitasi akses ke sumber daya dan informasi, tetapi juga memungkinkan kolaborasi lintas sektor dalam mendukung berbagai inisiatif pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

Partisipasi dalam Gerakan Sosial: Bu Atalia mendirikan Jabar Bergerak pada tahun 2019, sebuah NGO yang aktif dalam mempromosikan kesejahteraan sosial dan kepedulian terhadap masalah-masalah kritis di Jawa Barat. Melalui inisiatif ini, dia

bencana, atau program pendidikan dan pelatihan untuk masyarakat.

Kontribusi sebagai Ketua Kwarda Jawa Barat: Sebagai Ketua Kwarda Jawa Barat mulai tahun 2020 hingga 2025, Bu Atalia memiliki peran strategis dalam mengorganisir dan mengkoordinasikan kegiatan kepramukaan di tingkat provinsi. Kepramukaan tidak hanya membangun karakter generasi muda, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan semangat kolaboratif di antara anggotanya.

Kepemimpinan dan Keterampilan Manajerial: Sebagai seorang pemimpin dalam PKK Jawa Barat, Bu Atalia mengembangkan keterampilan kepemimpinan dan manajerial yang kuat. Kemampuannya dalam mengorganisir, mengelola tim, dan mengarahkan berbagai inisiatif menunjukkan kapasitasnya dalam memobilisasi sumber daya sosial dan membangun kerjasama yang produktif antar *stakeholder*.

Komitmen terhadap Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga: Perannya dalam PKK menunjukkan komitmennya terhadap pemberdayaan perempuan dan keluarga di Jawa Barat. Ini mencerminkan nilai-nilai dan norma-norma sosial yang diyakininya, seperti keadilan, kesetaraan, dan kedulian terhadap kesejahteraan sosial masyarakat.

Peran dalam Pendidikan: Sebagai dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Widyatama sejak 2020, Bu Atalia turut serta dalam membentuk generasi penerus yang terdidik dan terampil. Perannya dalam dunia pendidikan tidak hanya sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pembina dan motivator bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pembangunan sosial dan ekonomi kota.

Modal Simbolik

Modal simbolik adalah jenis sumber daya yang dioptimalkan dalam meraih kekuasaan simbolik. Kekuasaan simbolik sering membutuhkan simbol-simbol kekuasaan seperti jabatan, mobil mewah, kantor, *prestise*, gelar status tinggi, dan keluarga ternama. Artinya modal simbolik dimaksudkan sebagai bentuk pengakuan kelompok, baik secara institusional ataupun non institusional. Simbol itu sendiri memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realitas yang mampu menggiring orang untuk mempercayai, mengakui, dan mengubah pandangan mereka tentang realitas seseorang, sekelompok orang, sebuah partai politik, ataupun sebuah bangsa (Halim, 2014).

Modal simbolik mengacu pada derajat akumulasi *prestise*, ketersohoran, kehormatan, dan dibangun di atas dialektika pengetahuan dan pengenalan. Modal simbolik tidak terlepas dari kekuasaan simbolik. Dimana kekuasaan simbolik memungkinkan untuk mendapatkan setara dengan apa yang diperoleh melalui kekuasaan fisik dan ekonomi. Hal inilah yang kemudian dijadikan alat ukur modal sosial yang dimiliki oleh Atalia yang akan dianalisis sebagai berikut:

a. Prestise, dalam hal pendidikan, Atalia memiliki jenjang pendidikan yang lengkap, dimana beliau menamatkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 5 Bandung, kemudian melanjutkan kuliah Diploma 3 PAAP Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran. Atalia menamatkan S1 di Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Parahyangan. Atalia juga mengenyam pendidikan S2 di Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan dan S3 di Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Hal ini dapat digunakan sebagai modal simbolik, dimana gelar akademik dari S1 hingga S3 dapat disematkan didalam nama Atalia.

Dengan tingginya pendidikan yang telah diraih, menjadikan Atalia memiliki profesi utama sebagai seorang pendidik, dimana beliau menjadi dosen tetap di Universitas Widyatama serta menjadi dosen tamu di berbagai universitas. Sebagai pendidik, Atalia memiliki berbagai prestasi, seperti pengagas Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-cita (Sekoper Cinta) yang hingga saat ini memiliki lebih dari 100.000 alumni se-Jawa Barat. Selain itu, Atalia juga pendiri Jabar Bergerak yang saat ini tersebar di 27 kota/kabupaten. Jabar Bergerak telah berkontribusi di Jawa Barat, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, hingga Palestina.

Atalia juga menjadi pengagas Siaran Keliling (Sarling Jabar), Satu Data Keluarga Jawa Barat (Sadarka), Berbagi Bersama On The Street (Bubos) yang pertama hingga ketujuh, dan Aplikasi Pramuka (Super Apps), serta organisasi-organisasi sosial lainnya.

Saat ini Atalia memiliki jabatan di berbagai organisasi, seperti Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia Jawa Barat (ketua),

Forum Jawa Barat Sehat (ketua), Kerjasama Luar Negeri Ikatan Keluarga Alumni Universitas Pasundan (kepala bidang), Palang Merah Indonesia Jawa Barat (ketua dewan kehormatan), Kwartir Daerah Gerakan Pramuka Jawa Barat (ketua), Ikatan Keluarga Alumni Universitas Padjadjaran (wakil ketua 2), Sekoper Cinta (pengagas), Jabar Bergerak (pendiri dan ketua umum), Ikatan Keluarga Alumni SMPN 2 Bandung (pembina), Disabilitas Jawa Barat (bunda asuh, dan menjadi penasehat dan pembina di berbagai organisasi di Jawa Barat). Jabatan yang dimiliki oleh Atalia di berbagai organisasi menjadi modal simbolik yang akan digunakan dalam pemenangan Atalia dalam Pilkada Kota Bandung 2024.

Kemudian, Atalia juga mendapatkan banyak penghargaan yang dapat digunakan sebagai modal simbolik. Atalia pernah mendapatkan tanda penghargaan Lencana Melati dari Kwartir Nasional Gerakan Pramuka, Detik Awards untuk kategori Figur Teladan tahun 2023, Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) Awards untuk kategori *Literacy Promoter* tahun 2023, Dharma Karya Kencana dari Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional tahun 2022, Apresiasi Bunda Paud tingkat Nasional Predikat Wiyata Madya tahun 2022, piagam penghargaan Lencana Karya Bakti dari Ketua Kwartir Gerakan Pramuka tahun 2022, Bakti Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah dari Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2022, penghargaan OJK kategori Tokoh Penggerak Inklusi Keuangan - Literasi Pemberdayaan Perempuan tahun 2022, Nugraha Jasa Dharma Pustaloka kategori Tokoh Masyarakat dari Perpustakaan Nasional RI tahun 2021, dan puluhan penghargaan lainnya.

b. Keluarga Terpandang, Atalia merupakan memiliki keturunan keluarga terpandang di Kota Bandung. Hal ini karena Atalia memiliki keturunan dari Hoofd Penghulu Sumedang, Raden Haji Abdullah. Tepatnya Atalia merupakan cucu dari Raden Haji Abdullah, sehingga beliau masuk dalam Keluarga Besar Pendiri Bandoeng. Eyang buyut Atalia merupakan kepala desa pertama dari Pager Ageung Raden Tabri, Raden Muhammad Tabri. Jadi, Atalia merupakan keturunan dari kepala desa Kuwu yang pertama. Dari garis ayah, Atalia memiliki keturunan yang aktif di agraria, dan jika ditelusuri lebih jauh lagi buyut dari Atalia yang bernama Mas Amartapura merupakan Mantri Polisi Pagerageung.

Kecamatan Pager Ageung merupakan daerah yang mempertahankan ciri tradisi masyarakat Sunda dan sangat kental dengan nuansa Islami.

Selain itu, Atalia merupakan istri dari mantan Walikota Bandung dan Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. Hal ini menempatkan Atalia sebagai pendamping dari mantan orang nomor satu di Kota Bandung dan Provinsi Jawa Barat yang dapat dijadikan modal simbolik dalam hal kesohoran dan kehormatan.

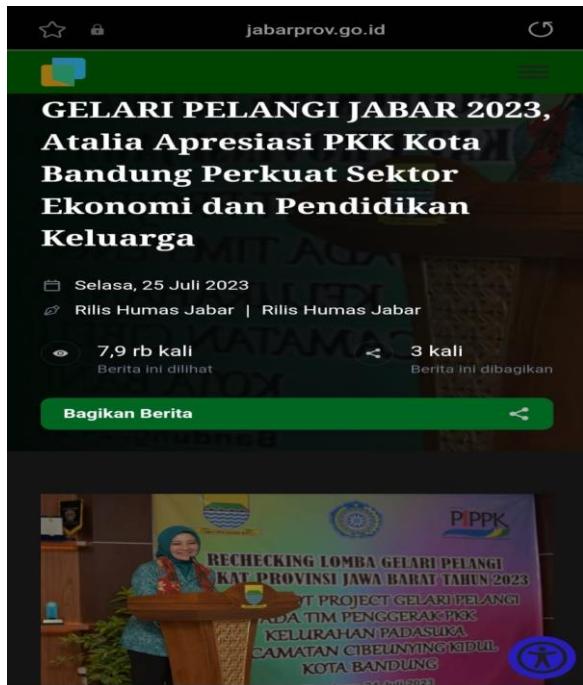
Strategi Kampanye Media Sosial

Atalia merupakan sosok yang populer di Jawa Barat. Jauh sebelum Pemilu 2024, Atalia merupakan salah satu tokoh populis yang aktif dalam menggunakan media sosial. Hal ini juga didorong faktor dari Ridwan Kamil Gubernur Jawa Barat yang juga aktif menggunakan media sosial. Bahkan Ridwan Kamil merupakan salah satu Pejabat Publik yang paling sering intens dan konsisten dalam menggunakan media sosial baik itu untuk keperluannya sebagai Gubernur Jawa Barat ataupun untuk membranding namanya sendiri. Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil meraih penghargaan PR INDONESIA Most Popular Leader in Social Media pada event Jambore PR INDONESIA (JAMPIRO) bertepatan dengan Hari Pahlawan. Gubernur Ridwan Kamil dinilai bukan hanya sekedar posting program pemerintahan, tapi juga beliau banyak posting konten edukasi yang relevan dengan kejadian kekinian (Humas Jabar, 2022). Sering sekali juga Atalia berada dalam postingan media sosial Ridwan Kamil, bahkan memberikan dukungan pada saat masa kampanye.



Sumber Foto diakses dari <https://www.instagram.com/ridwankamil>

Sering sekali juga Atalia sebagai Ketua Tim Penggerak PKK menggunakan media resmi Lembaga Pemprov Jabar sebagai media berita kegiatan Ketua Tim Penggerak PKK. Hal ini dapat dilihat di lama Portaljabarprov.go.id Portaljabarprov.go.id ini sendiri merupakan website resmi pemprov jabar yang digunakan untuk memberikan informasi dan ruang pengaduan atau diskusi untuk kebutuhan masyarakat jabar.



Sumber Foto diakses dari <https://jabarprov.go.id/berita>

Website Portal Jabarprov.go.id ini juga menjadi menyediakan hasil pengumuman PPDB (penerima peserta didik baru) Tingkat SMA di Jawa Barat.



Sumber foto diakses dari <https://jabarprov.go.id/>

Hal ini memungkinkan website ini dikunjungi oleh Calon siswa tingkat SMA/SMK yang merupakan calon pemilih pemula. Atalia juga sering sekali memanfaatkan media sosial akun organisasi yang memiliki potensi dikunjungi banyak audiens karena memiliki rata-rata jumlah sebesar 30.000 dan 60.000 pengikut.



Sumber foto diakses dari <https://instagram.com/pramukajabar>



Foto ini diakses dari <https://insatgram.com/jabarbergerak>

Atalia sendiri juga memiliki akun media sosial yaitu instagram yang memiliki jumlah sebesar 4.500.000 pengikut dan memiliki akun tiktok yang memiliki jumlah sebesar rata-rata 800.000 pengikut. Dengan jumlah media sosial yang sudah dimanfaatkan, Atalia berhasil mebranding dirinya sebagai sosok populis di Jawa Barat. Dengan potensi ini atalia selangkah lebih didepan dibandingkan calon legislatif lainnya yang harus memperkenalkan dirinya terlebih dahulu sebagai calon legislatif di Jawa Barat. Didalam setiap postingan Media sosial organisasi yang dia Jabat, atalia mempresentasikan dirinya sebagai sosok pemimpin yang hadir langsung untuk kebutuhan organisasinya yang mana itu dapat menjadi modal politik dia untuk

berkontestasi di Pileg 2024. Sementara itu Atalia juga berhasil membangun citra dirinya sebagai Istri/Ibu/guru dan teman dari masyarakat di Jawa barat melalui kontennya mendampingi Ridwan Kamil saat kerja. Sosok Ibu juga timbul melalui konten Atalia yang turun langsung ke masyarakat sebagai Ketua Tim Penggerak PKK. Dia juga sering sekali turun ke sekolah-sekolah untuk melakukan sosialisasi terhadap siswa-siswi SD, SMP, SMA dan juga mengajar sebagai Dosen di Perguruan Tinggi.

Sementara itu Gen-Z Melalui media sosial, dapat mengakses informasi politik, berpartisipasi dalam diskusi politik, dan terhubung dengan kampanye politik dan aktivis. Media sosial dapat mempengaruhi pemilih pemula siswa SMA dengan cara memperkuat pandangan politik yang sudah ada atau mengubah pandangan politik mereka. Informasi yang tersebar di media sosial dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap partai politik, calon pemilihan, dan isu-isu politik yang relevan. Penggunaan media sosial dalam kampanye politik dapat mempengaruhi orientasi politik pemilih Gen-Z. Partai politik dan calon pemilihan menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye, mempromosikan platform kebijakan, dan memobilisasi dukungan pemilih(Razaqa et al., 2022).

Dalam dunia politik, generasi Z menjadi semakin paham mengenai peristiwa-peristiwa politik yang ada di sekitarnya, terutama mendekati pemilu presiden dan pemilu legislatif tahun 2024. Selain itu, generasi Z juga dapat dikatakan sebagai pemilih pemula. Hal tersebut dikarenakan mayoritas dari generasi Z baru menggunakan hak pilihnya untuk pertama kalinya (Kusumawardani & Cahyanto, 2024). Partisipasi dalam pemilihan umum memberikan generasi Z kesempatan untuk memengaruhi arah politik negara. Dengan memberikan sebuah suara, generasi Z memiliki kemampuan untuk memilih pemimpin dan perwakilan yang mewakili nilai-nilai dari kepentingan generasi Z. Hal tersebut dapat membuat generasi Z merasa memiliki stake dalam sistem politik serta mendorong terwujudnya pemerintahan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi generasi Z (Zulkarnaen, 2020).

Sosok Atalia yang berhasil membangun citra positif juga dimanfaatkan untuk membuka dialog interaktif atau kedekatan emosional komunikasi Atalia di platform media sosialnya.

Tidak sedikit Atalia membahas komentar dari beberapa pengunjung media sosialnya mengingat

Generasi Z cenderung memiliki karakter yang fleksibilitas dan bebas. Mereka lebih berani *speak up* atau mengeluarkan pendapatnya yang mereka anggap benar. Hal ini dapat mengundang partisipasi Gen-Z untuk membangun arah politik di Jawa Barat. Pola membangun interaksi terhadap masyarakat ini harapannya berhasil mempengaruhi arah politik Gen-Z untuk meningkatkan keterkaitan kepada sosok Atalia. Hal ini bisa saja terjadi karena Gen-Z menganggap bahwa Atalia adalah satu-satunya perwakilan rakyat yang dapat menjawab semua kebutuhan permasalahan Gen-Z mengingat Gen-Z akan memilih pemimpin yang memiliki kemampuan untuk mewakili nilai-nilai dari kepentingan Gen-Z (Zulkarnaen, 2020).

KESIMPULAN

Menelusuri peran Strategi Kampanye Atalia dalam menarik perhatian Gen-Z dalam pemilu legislatif 2024 bukan hanya sekedar postingan media sosial saja. Lebih dari itu Atalia yang memiliki potensi politik yang dibangun sebelum proses pencalegan. Atalia merupakan sosok populer yang dengan modal politik yang besar baik itu berupa modal ekonomi, kultural, sosial, dan simbolik. Dengan modal yang dimiliki Atalia sudah dikenal oleh masyarakat konstituennya secara luas termasuk Gen-Z. Kemudian atalia melakukan kampanye dan mendokumentasikannya di media sosial pribadi maupun media sosial resmi pemerintah yang memiliki potensi dapat mendulang suara. Sosok Atalia yang populis membuat Atalia selangkah lebih depan untuk kampanye dibandingkan Calon Legislatif lainnya. Dengan Modal Politik, Atalia berhasil mengkooptasi akun media pemerintah maupun akun aktor politik lainnya yang dianggap dapat membantu mendulang suara Atalia. Peran seluruh media yang mengkampanyekan Atalia berhasil membangun citra yang positif. Atalia membangun citra sebagai Istri. Ibu, Guru, dan teman lewat postingan-postingannya di media pribadi maupun di media lainnya dan juga Atalia membangun

dialog interaktif kepada warga diplatform media sosialnya. Sehingga Gen-Z dengan memilih Atalia maka Gen-Z merasa sudah berpartisipasi ikut menjadi bagian dari sistem politik yang mendorong terwujudnya pemerintahan yang lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi generasi Z karena Atalia dianggap sebagai sosok pemimpin yang dapat mewakili nilai-nilai dari Gen-Z. Partisipasi dalam pemilihan umum memberikan generasi Z kesempatan untuk memengaruhi arah politik negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Valentina, T. R. (2021). Modal Politik dan Modal Sosial Athari Gauthi Ardi Pada Kemenangan Pemilu Legislatif Tahun 2019 di Provinsi Sumatera Barat. *JDKP Jurnal Desentralisasi Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 169–185. <https://doi.org/10.30656/jdkp.v2i1.2496>
- Anshari, F. (2013). Komunikasi Politik di Era Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 8, 91–101. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol8.iss1.art7>
- Asfar, A., Firdaus, Z., Kasidi, D., & Yustika, S. (2024). *Mewujudkan Kepublikan Pemilu Dikalangan Pemuda dengan Mendorong Pemilih Muda sebagai Subjek Politik*.
- Cangara, H. (2006). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Chadie. (2024). *Tak Hanya Pilpres, Masyarakat Juga Perlu Kenali Caleg di Pemilu 2024*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/651001/tak-hanya-pilpres-masyarakat-juga-perlu-kenali-caleg-di-pemilu-2024>
- Faisal, S. (2008). *Format-format Penelitian Sosial*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmanzah. (2010). *Persaingan, Legitimasi, Dan Marketing Politik*. Yayasan Obor Indonesia.
- Halim, A. (2014). *Manajemen Keuangan Sektor Publik* problematika penerimaan dan pengeluaran pemerintah.
- Hardiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Humas Jabar. (2022). *Ridwan Kamil Raih Penghargaan Most Popular Leader in Social Media di JAMPIRO 2022*. Portal Jabarprovgoid.
- Jayus, Sumaiyah, Mairita, D., & Abdullah, A. (2024). Media Sosial sebagai Media Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024 Social Media as a Political Campaign Media Ahead of the 2024 Elections. *Jurnal Simbolika*, 10(1). <https://doi.org/10.31289/simbolika.v10i1.11468>
- Kurniawan, M. R. (2023). Digitalisasi: Strategi Komunikasi KPU Dalam Meningkatkan Partisipasi Gen Z Pada Pemilu 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3, 1375–1390.
- Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2024). Fenomena Buzzer Dan Hoax Pada Sosial Media Dalam Menentukan Pilihan Politik Bagi Gen-Z Pada Pilpres 2024 Dalam Perspektif Agenda Setting. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*.
- Marijan, K. (2006). *Demokratisasi di Daerah, Pelajaran dari Pilkada Secara Langsung*.
- Muhammad, N. (2023, July 5). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/kpu-pemilih-pemilu-2024-didominasi-oleh-kelompok-gen-z-dan-milenial>
- Mulyadi, D., Lananda, A., Claudia Simbolon, C., Kedzma Alvian, C. M., Irvanul Farraz, M., & Akhtar Perdana, Z. (2024). Pengaruh Media Massa Terhadap Generasi Z Sebagai Partisipasi Pemilu 2024: Di Tinjau Dari Teori Demokrasi. <https://doi.org/10.36355/v1i2>
- Nabila, D. (2024). *Sumber Kekayaan Atalia Praratya*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2024/01/12/145836/kekayaan-atalia-praratya-istri-ridwan-kamil-yang-nyaleg-perdana#:~:text=Sumber%20Kekayaan%20Atalia%20Praratya&text=Harta%20Kekayaan%20yang%20dimiliki%20Atalia.keuangan%20di%20PT.%20Urba%20Indonesia>
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Ghilia Indonesia.
- Nimmo, D. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*. Goodyear Publishing USA.

- Nurhidayat, I., & Garis, R. R. (2023). Trend Komunikasi Politik di Media Sosial. *Jurnal Lanskap Politik*, 1. <https://doi.org/10.31942/jlp.2023.1.2.8373>
- Razaqa, M. K., Prawira, F. R., & Santoso, G. (2022). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*.
- Ritzer, George., & Goodman, D. J. (2005). *Teori sosiologi modern*. Prenada Media.
- Simamora, I. Y., Azra, A., Nasution, M., Novita, D. D., Syahira, Z., Sakila Nazwa, W., & Siregar, R. A. (2024). Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Stillmen, D. (2017). *Gen Z @ work : how the next generation is transforming the workplace*. Harper Business, an imprint of HarperCollinsPublishers.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Sombiosa Rekatama Media.
- Zulkarnaen, F. (2020). Partisipasi Politik Pemilih Milenial Pada Pemilu Di Indonesia. *Jurnal Politikom Indonesiana*.