

**ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP  
PENGUNAAN ISU AGAMA DALAM KAMPANYE  
PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024**

**SKRIPSI**



**Putri Zelsi Arisandi**

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
Prodi Ilmu Politik  
NIM. 200801018

**UNIVERSITAS ISLAM NEGEREI AR-RANIRY**

**BANDA ACEH**

**2024 M /1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Zelsi Arisandi

NIM : 200801018

Program Studi : Ilmu Politik

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Alamat : Jln. Pasar Indra Pura Kec Labuhan Haji Tengah, Kab Aceh Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penelitian skripsi ini saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 08 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Putri Zelsi Arisandi

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN ISU  
AGAMA DALAM KAMPANYE PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh Sebagai Salah Satu Persyaratan Penulisan Skripsi Pada Program

Studi Ilmu Politik

Oleh:

**PUTRI ZELSI ARISANDI**

**NIM. 200801018**

Mahasiswa Program Studi Politik  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintah

جامعة الرانيري  
AR - RANIRY

Disetujui untuk diuji/dimunaqasyah oleh:

Pembimbing



**Aklima, S.Fil., MA**  
NIP. 19881006019032009

**ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN ISU  
AGAMA DALAM KAMPANYE PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2024**

**SKRIPSI**

**Putri Zelsi Arisandi**

**Nim. 200801018**

**Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqsyah Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry  
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai  
Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Politik**

**Pada Hari/Tanggal : Senin 13 Januari 2025**

**13 Rajab 1446 H**

**Banda Aceh**

**Panitia Ujian Munaqsyah Skripsi :**

**Ketua**

**Aklima, S.Fil., MA**  
NIP. 19881006019032009

**Sekretaris**

**Lidva, S.IP**  
NIP. -

**Penguji I**

**Eka Januar, M. Soc.Sc.**  
NIP. 198401012015031003

**Penguji II**

**Danil Akbar Tagwadin, B.IAM., M.Sc**  
NIP. 198904082023211022

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan  
Uin Ar-Raniry Banda Aceh**



**DE Muji Mulia, M.Ag**  
NIP. 197403271999031005

## ABSTRAK

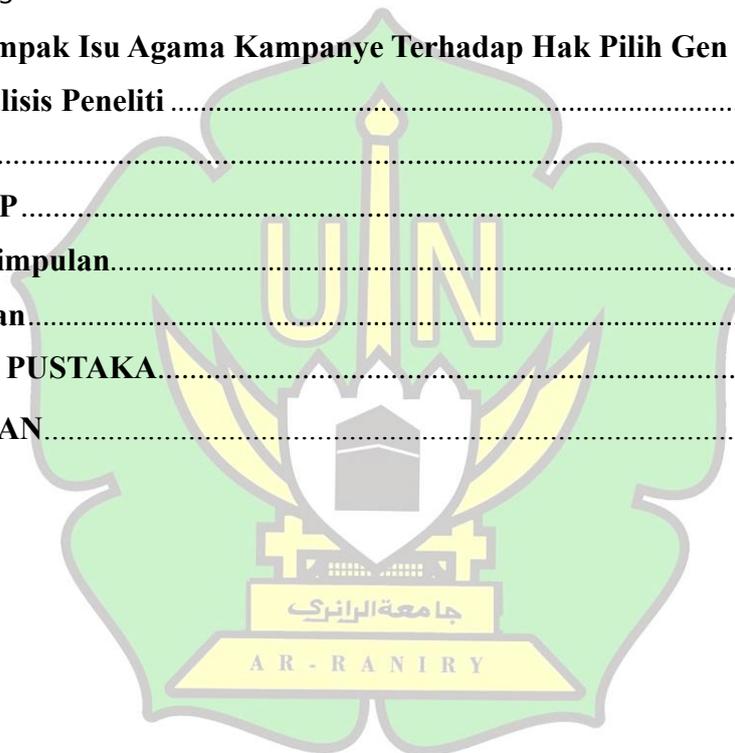
Pemilihan Umum di Indonesia sering kali menghadirkan dinamika politik yang melibatkan isu agama sebagai alat mobilisasi politik. Fenomena ini semakin menonjol dalam Pemilihan Presiden 2024, yang memunculkan pertanyaan tentang bagaimana Generasi Z memandang politisasi agama dalam kampanye politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye Pilpres 2024 dan dampaknya terhadap preferensi politik mereka. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye Pemilihan Presiden 2024. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan desain deskriptif, yang melibatkan wawancara mendalam dengan sejumlah responden dari Generasi Z di Kota Banda Aceh. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara induktif untuk mengidentifikasi tema-tema utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun agama tetap menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial politik Indonesia, sebagian besar Generasi Z mengkritisi penggunaan agama dalam kampanye politik. Mereka berpendapat bahwa penggunaan isu agama dapat memecah belah masyarakat dan mengalihkan perhatian dari isu-isu substantif yang lebih relevan, seperti ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial. Generasi Z lebih menekankan pentingnya kualitas calon pemimpin, termasuk integritas, rekam jejak, dan visi-misi yang jelas, ketimbang identitas agama yang ditonjolkan dalam kampanye. Penelitian ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang sikap Generasi Z terhadap politisasi agama dalam kampanye politik dan memberi wawasan kepada kandidat politik untuk mengembangkan strategi kampanye yang lebih berbasis substansi dan inklusif.

**Kata Kunci:** *Generasi Z, isu agama, kampanye Pilpres 2024, persepsi politik*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN ILMIAH .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>11</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.Latar Belakang.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.Rumusan Masalah.....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.Tujuan Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4.Manfaat Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>a. Manfaat Teoritis.....</b>	<b>18</b>
<b>b. Manfaat Praktis.....</b>	<b>18</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>21</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.Landasan Teori.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1.Teori persepsi .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2.2.Isu Agama .....</b>	<b>31</b>
<b>2.2.3.Persepsi Pemilih Gen Z .....</b>	<b>36</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
<b>METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2Lokasi Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.Jenis Data .....</b>	<b>45</b>

3.4.Informan Penelitian.....	46
3.5.Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6.Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV</b> .....	51
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
4.1 Dinamika Partisipasi Politik Gen Z di Kota Banda Aceh .....	51
4.2 .Efektivitas Penggunaan Isu Agama untuk Menarik Perhatian Generasi Muda 55	
4.3. Dampak Isu Agama Kampanye Terhadap Hak Pilih Gen Z .....	63
4.4.Analisis Peneliti .....	72
<b>BAB V</b> .....	75
<b>PENUTUP</b> .....	75
5.1.Kesimpulan.....	75
5.2.Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	77



## DAFTAR TABEL

3.1 Tabel informan penelitian.....	38
------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran I** Surat keterangan skripsi

**Lampiran II** Surat bebas plagiasi

**Lampiran III** Surat izin penelitian



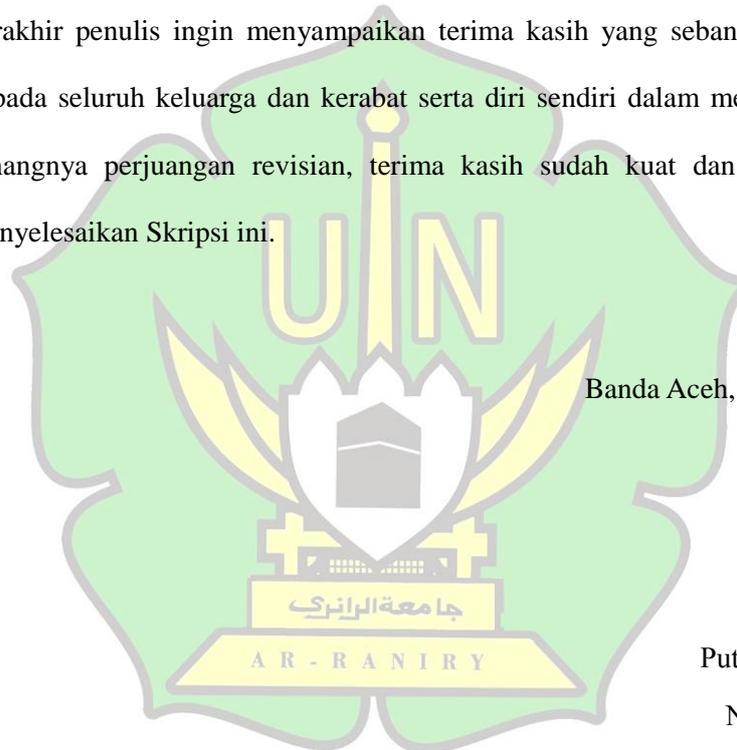
## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam penulis sanjung sajikan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita sehingga dapat merasakan nikmatnya iman dan islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Penulisan Skripsi ini yang berjudul “ **Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Isu Agama Dalam Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024** ” untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program S1 Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, arahan, dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Kedua Orangtua yang sudah memberikan kasih sayang kepada penulis dan senantiasa mendidik, memberi dukungan dan doa kepada penulis.
2. Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Ar- Raniry.
4. Dr. Muji Mulia, M.Ag, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry.
5. Rizkika Lhena Darwin, MA. Ketua Prodi Ilmu Politik dan juga sekaligus sebagai pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mendidik, memberikan saran dan motivasi, yang sangat sabar dengan penulis selama proses bimbingan, serta mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sangat baik.

6. Ramzi Murziqin, M.A. Sekretaris Prodi Ilmu Politik
7. Dr. Said Amirulkamar, MM, M.Si dan Arif Akbar, MA, selaku pembimbing pertama dan kedua yang telah meluangkan segenap waktu, motivasi, bimbingan dan pengarahan serta kemudahan dalam penyusunan Skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program studi Ilmu Politik yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan selama perkuliahan.
9. Terakhir penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebanyak- banyaknya kepada seluruh keluarga dan kerabat serta diri sendiri dalam menghadapi susah senangnya perjuangan revisian, terima kasih sudah kuat dan tangguh untuk menyelesaikan Skripsi ini.



Banda Aceh, 08 Januari 2025

Penulis,

Putri Zelsi Arisandi

NIM: 200801018

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang

Pemilihan umum di Indonesia memiliki kecenderungan hadirnya isu agama, mencerminkan hubungan dinamis antara politik dan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat. Pemilu berperan sebagai sarana formal untuk membentuk tatanan negara dan masyarakat (*state and social formation*) yang lebih baik, serta sebagai filter bagi kepercayaan rakyat terhadap partai politik yang dianggap mampu mewakili aspirasi rakyat. Dalam hal ini, agama sering kali menjadi elemen penting, baik sebagai alat mobilisasi pemilih maupun sebagai identitas kandidat yang berusaha menarik dukungan.<sup>1</sup>

Dinamika ini terlihat dari berbagai perspektif melalui cara kandidat memanfaatkan agama dalam mobilisasi pemilih, perdebatan tentang peran agama dalam kehidupan publik, hingga polarisasi sosial yang muncul. Kandidat sering menonjolkan identitas keagamaan, seperti dengan menghadiri acara keagamaan atau mengutip ayat-ayat suci dalam kampanye. Beberapa bahkan menggunakan retorika yang selaras dengan nilai-nilai agama mayoritas untuk membangun citra sebagai pemimpin religius yang memenuhi harapan masyarakat. Politisasi agama sendiri merupakan upaya manipulasi pemahaman keagamaan melalui propaganda, indoktrinasi, kampanye, dan sosialisasi di ruang publik, bertujuan mengubah pandangan masyarakat,

---

<sup>1</sup>Marulak Pardede, "Implikasi Sistem Pemilihan Umum Indonesia (*The Implication of Indonesia Election System*)", *Jurnal Demokrasi* Vol 3, no. 1 (2019).

memengaruhi konsensus keagamaan, serta menyisipkan agenda politik tertentu ke dalam kebijakan publik.<sup>2</sup>

Fenomena ini terlihat jelas dalam Pemilu Presiden 2019 pada momen-momen politik, seperti pemilu; Pileg, Pilkada, dan Pilpres bagaimana agama itu dijadikan alat atau senjata untuk kepentingan kemenangan kekuasaan. Contoh, pada tahap pendaftaran calon presiden dan wakil presiden yang banyak memanfaatkan tokoh-tokoh agama atau ulama, hingga pada tahap kampanye yang banyak menggunakan simbol-simbol agama seperti penggunaan peci/kopiah, kain sarung, jubah putih, sorban, hingga tasbih, kemudian pemanfaatan terhadap ritual agama seperti shalat, dzikir, silaturahmi, pengajian. Tak luput pula pemanfaatan terhadap lembaga atau ormas keagamaan seperti NU, Muhammadiyah, FPI, PA 212, FUI, HT yang kemudian menimbulkan polarisasi terhadap umat beragama.<sup>3</sup>

Pemilu 2024 diprediksi akan mengulang pola yang sama, di mana politik identitas, khususnya yang berkaitan dengan agama, kembali menjadi alat strategis politisi. Misalnya, pasangan calon presiden Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar menggunakan diksi "Amin", sementara Ganjar Pranowo tampil dalam iklan yang menampilkan adzan dan salat. Ini menunjukkan

---

<sup>2</sup>Riki Ronaldo, *Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada Pemilu Presiden Indonesia 2019*," Jurnal Politik Vol 3, Vol no. 1 (2021): 33–48

<sup>3</sup> Riki Ronaldo, Darmaiza, *Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada Pemilu Presiden Indonesia 2019*, Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol, Padang(2021)

bahwa politik identitas berbasis agama tetap dipandang sebagai strategi yang efektif.<sup>4</sup>

Namun Peningkatan politik identitas dalam Pemilu 2024 menimbulkan kekhawatiran terkait dampaknya terhadap pemilih, terutama dalam hal memengaruhi pilihan politik mereka. Isu agama yang digulirkan dalam kampanye dapat memperburuk polarisasi sosial, membelah masyarakat, dan mengalihkan perhatian dari substansi kebijakan yang seharusnya menjadi fokus utama.<sup>5</sup> Agama yang memiliki peran sentral dalam kehidupan masyarakat Indonesia dan memengaruhi pengambilan keputusan politik. Sebagai makhluk religius, manusia dipengaruhi ajaran agama dalam berbagai aspek, termasuk pandangan politik. Pemahaman agama yang mendalam dapat memperkuat atau mengatasi polarisasi yang ditimbulkan oleh politik identitas.<sup>6</sup>

Di tengah kompleksitas isu sosial dan politik yang semakin berkembang, perhatian kini terfokus pada Generasi Z sebagai kelompok pemilih muda yang memiliki pengaruh yang semakin signifikan. Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam era digital yang sangat dipengaruhi oleh media sosial. Media sosial telah membentuk cara mereka berinteraksi dengan dunia dan mempengaruhi cara mereka

---

<sup>4</sup>Tumpal Daniel S. "*Pilpres 2024: Populisme Islam dan Politik Identitas*." *Jurnal Politik Islam*, Vol. 5, No. 2 (2023).

<sup>5</sup> Evan Glen Widjaja; Steven Yehezkiel; Muhammad Darren Husaini; Andryanto Lim, *Pengaruh Agama pada Masyarakat Indonesia dalam Melaksanakan Pemilihan Umum*, Vol 2 No 1, Hal 1-25, (2024)

<sup>6</sup> Ajat Sudrajat, *Relasi Umat Islam dan Kristen: Beberapa Faktor Pengganggu*, *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*, Vol 6 No, Hal 3. (2020)

mengakses serta memahami informasi, yang pada gilirannya turut memengaruhi pola pikir dan orientasi politik mereka, termasuk penggunaan agama dalam kampanye, cenderung berbeda dengan generasi sebelumnya.<sup>7</sup>

Generasi Z kini menjadi kelompok dominan dalam populasi pemilih, dan penilaian mereka terhadap calon presiden dapat memberikan dampak signifikan terhadap citra calon tersebut di kalangan mereka. Agama, sebagai elemen penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, sering dimanfaatkan sebagai alat mobilisasi politik. Pemilihan Presiden 2024 menjadi momentum penting untuk menganalisis pandangan Generasi Z, yang dikenal lebih kritis dan inklusif terhadap keberagaman, terhadap penggunaan isu agama dalam strategi kampanye politik.<sup>8</sup>

Pemilih baru sering kali dianggap lebih tidak stabil dan cenderung apatis terhadap politik, memiliki pemahaman politik yang terbatas, mudah dipengaruhi oleh teman sebaya, serta masih berada dalam tahap pembelajaran mengenai politik, termasuk dalam pengambilan keputusan saat pemilihan umum. Dalam hal ini, pemahaman agama juga dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan politik mereka, mengingat agama memiliki

---

<sup>7</sup> Irma Yusriani Simamora , Alya Azra Mutia Nasution , Dona Dwi Novita, Zidan Syahira , Windi Sakila Nazwa , Rusydi Aulia Siregar, *Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia*, Vol 8 No 1,( 2024)

<sup>8</sup> Veronica Dela Rosa, Dinda Fadhila,Nathasya Salsabilla, Ridho Satria Tangguh Anwar,Muhammad Randa, *Peran Generasi Z Dalam Pemilu Yang Bersih dan Demokratis*, Vol 7 No 2, (2024)

peran penting dalam membentuk pandangan dunia dan orientasi politik individu.<sup>9</sup>

Di Indonesia, khususnya di Provinsi Aceh, yang memiliki keistimewaan dalam penerapan syariat Islam, pengaruh agama dalam kehidupan sehari-hari sangat kuat. Kehidupan politik di Aceh tidak terlepas dari nilai-nilai keagamaan ini, yang dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat, termasuk pemilih baru. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana pemahaman agama berperan dalam keputusan politik Generasi Z, yang kini semakin mendominasi populasi pemilih.<sup>10</sup>

Kota Banda Aceh, sebagai pusat pemerintahan dan pendidikan di Provinsi Aceh, mencerminkan dinamika politik yang sangat kental dengan nilai-nilai keagamaan. Di kota ini, Generasi Z menunjukkan karakteristik unik dalam perilaku politik. Meskipun kampanye politik di Banda Aceh sering mengadopsi identitas religius kandidat untuk menarik perhatian dan dukungan masyarakat, Generasi Z cenderung lebih kritis terhadap penggunaan agama dalam politik. Mereka lebih memprioritaskan evaluasi terhadap rekam jejak, visi, dan misi kandidat daripada sekadar popularitas atau simbol agama yang digunakan dalam kampanye.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Muhamad Idris Purwanto, Kalis Purwanto, Achmad Fauzan, dan Irton, "*Persepsi Generasi Muslim Z terhadap Politik Uang pada Pemilihan Umum di Daerah Istimewa Yogyakarta*," Universitas Amikom Yogyakarta, 2023, hlm. 92.

<sup>10</sup> Raja Marwazi dan Siti Fatimah, "*Demokrasi dan Partai Lokal: Mencermati Dinamika Pemilihan Umum di Aceh*," Jurnal Demokrasi Vol 10, no. 1 (2023): 70–82.

<sup>11</sup> Muhammad Ichlas El Qudsi dan Ilham Ayatullah Syamtar, "*Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)*," Jurnal Universitas Muhammadiyah Vol 4, no. 2 (2020).

Dukungan dan preferensi politik Generasi Z penting untuk dianalisis mengingat jumlah mereka yang signifikan. Berdasarkan data Daftar Pemilih Tetap (DPT) yang dirilis oleh Komisi Pemilihan Umum (KPU) untuk Pemilu 2024, jumlah total pemilih di Indonesia mencapai 204.807.222 orang, dengan generasi milenial menyumbang sekitar 33,60% dan Generasi Z sebanyak 22,85%. Angka ini menunjukkan potensi besar pengaruh pemilih muda, terutama Generasi Z, dalam menentukan arah politik Indonesia ke depan.<sup>12</sup>

Di Aceh sendiri, jumlah pemilih yang terdaftar dalam DPT untuk Pemilu 2024 mencapai 3.742.037 orang. Dari jumlah ini, 931.705 orang merupakan pemilih dari Generasi Z (berusia 11-26 tahun), termasuk banyak pemilih pemula yang diharapkan berpartisipasi aktif dalam proses demokrasi. Selain itu, terdapat 1.347.216 pemilih dari Generasi Y (berusia 27-42 tahun), 978.156 pemilih dari Generasi X (berusia 43-58 tahun), serta 427.058 pemilih dari kelompok Baby Boomers (berusia 59-77 tahun) dan 57.902 pemilih dari kelompok Pre-Boomers (berusia 77 tahun ke atas). Dengan jumlah pemilih yang tersebar di 23 kabupaten/kota dan 16.046 tempat pemungutan suara (TPS) yang disiapkan, penting untuk memahami bagaimana Generasi Z di Aceh, terutama di Banda Aceh, merespons penggunaan isu agama dalam kampanye politik.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Irma Yusriani Simamora, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, dan Rusydi Aulia Siregar, *Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia*, Jurnal Pendidikan Tumbasai Vol 8, no. 1 (2024), Medan.

<sup>13</sup> Uswatul Farida, *Jumlah Suara Gen Z dan Kaum Milenial Pada Pemilu 2024 di Aceh*, 15 Januari <https://www.kabaraktual.id/news/ini-jumlah-suara-gen-z-dan-kaum-millenial-pada-pemilu-2024-di-aceh/index.html>

Memahami pandangan Generasi Z terhadap isu agama dalam kampanye politik sangat penting mengingat pengaruh signifikan mereka sebagai pemilih. Sikap dan persepsi mereka terhadap politisasi agama berpotensi memengaruhi hasil pemilu serta mencerminkan dinamika hubungan antara agama dan politik di masa depan. Adapun tantangan utama bagi Generasi Z di Banda Aceh adalah bagaimana mereka dapat menjaga objektivitas dalam pengambilan keputusan politik di tengah kuatnya pengaruh nilai-nilai agama dalam kehidupan sosial-politik kota tersebut. Oleh karena itu, analisis terhadap persepsi Generasi Z terhadap politisasi agama menjadi krusial untuk memahami dampaknya terhadap partisipasi politik. Pemilu 2024 bukan hanya merupakan ajang kompetisi antar kandidat, tetapi juga menjadi fokus utama bagi Generasi Z dalam menyaring informasi yang diterima dan berperan aktif dalam mendorong perubahan yang substantif dalam sistem politik Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi Generasi Z terkait penggunaan isu agama dalam kampanye Pilpres 2024 serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pandangan mereka. Mengingat Banda Aceh memiliki keunikan dalam penerapan nilai-nilai keagamaan yang kuat, penelitian ini juga penting untuk menilai sejauh mana Generasi Z memprioritaskan identitas religius kandidat dibandingkan dengan rekam jejak dan visi-misi yang ditawarkan oleh calon presiden.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah yang dapat menjadi fokus penelitian mengenai **Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Isu Agama Dalam Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024**: Bagaimana persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan penelitian yang dapat menjadi fokus penelitian mengenai **Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Isu Agama Dalam Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024** : Untuk mengetahui bagaimana persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye Pemilihan Presiden (Pilpres) 2024?

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana isu agama memengaruhi pemilihan umum di Banda Aceh . Ini dapat membantu masyarakat dan penentu kebijakan lebih memahami kompleksitas isu-isu yang berkaitan dengan agama dan politik. Penelitian ini juga bermanfaat manakala kita bisa bahwa terdapat pengaruh yang signifikan jika isu dan simbol agama mampu meningkatkan perolehan suara para kandidat , dan menjadi bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

#### **b. Manfaat Praktis**

Skripsi ini dapat membantu pemangku kebijakan dan politisi memahami isu-isu agama yang paling relevan dan sensitif bagi pemilih di Kota Banda Aceh. Ini memungkinkan mereka untuk merancang platform dan pesan yang lebih efektif. Dengan informasi yang diperoleh dari skripsi ini, politisi dapat membuat keputusan yang lebih tepat terkait dengan isu-isu agama, seperti kebijakan yang harus mereka dukung atau posisi yang harus mereka ambil untuk memenangkan pemilu.





## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Dasar dari penelitian ini, penulis memiliki lima penelitian terdahulu untuk menjadi landasan acuan yang relevan bagi penulis, dengan memiliki tujuan sebagai acuan dapat memperkuat penulis dalam meneliti. Penelitian pertama adalah studi oleh Indri Angraeni 2021 dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul *Penggunaan Simbol Agama Dalam Kampanye Pemilihan Umum Perspektif Fiqh Siyasah dan Hukum Positif*. Penelitian ini membahas keterkaitan antara agama dan politik di Indonesia yang sering sulit dipisahkan. Simbol agama kerap digunakan sebagai strategi politik untuk menarik dukungan, terutama dari mayoritas penganut agama, demi meningkatkan peluang elektoral. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam membahas penggunaan agama sebagai strategi politik di Indonesia, khususnya dalam kampanye pemilihan umum. Keduanya sama-sama menyoroti dampak negatif dari praktik tersebut, seperti polarisasi sosial dan risiko konflik. Selain itu, terdapat perbedaan utama dalam fokus dan pendekatannya. Penelitian Angraeni menggunakan perspektif hukum positif dan *fiqh siyasah* untuk menganalisis batasan etis dan hukum penggunaan simbol agama. Sementara itu, penelitian ini lebih berorientasi pada eksplorasi persepsi Generasi Z terhadap isu agama dalam kampanye, menyoroti pandangan generasi muda yang lebih kritis dan rasional. Perbedaan pendekatan ini

memberikan dimensi baru dalam memahami dampak isu agama terhadap generasi muda di era politik kontemporer.<sup>14</sup>

Penelitian kedua oleh Delmus Puneri Salim 2022 dari Institut Agama Islam Negeri Manado berjudul *Preferensi Pemilih Muslim Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 di Sumatera Barat dan Sulawesi Utara* membahas pengaruh sentimen agama dalam pemilihan kepala daerah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Delmus Puneri Salim (2022) yang membahas pengaruh agama terhadap preferensi pemilih, terutama dalam konteks pemilihan umum. Keduanya mengkaji bagaimana agama mempengaruhi pilihan politik, dengan fokus pada dampak sosial dan preferensi pemilih. Penelitian Salim menyoroti perbedaan preferensi pemilih Muslim di Sumatera Barat dan Sulawesi Utara berdasarkan identitas agama, sementara skripsi ini mengeksplorasi persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye politik. Namun, perbedaannya terletak pada fokus dan konteks penelitian; penelitian Salim lebih berfokus pada pemilihan kepala daerah dan identitas agama, sedangkan skripsi ini memfokuskan pada persepsi generasi muda terhadap relevansi isu agama dalam pemilihan presiden 2024, di mana mereka lebih mengutamakan kebijakan konkret dan program kerja daripada faktor agama.<sup>15</sup>

Penelitian ketiga oleh Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantoro, dan Moddie Alvianto Wicaksono dari Universitas Gadjah Mada berjudul *Relasi Politik*

---

<sup>14</sup> Indri Angraeni, *Penggunaan Simbol Agama Dalam Kampanye Pemilihan Umum Perspektif Fiqh Siyasah dan Hukum Positif*, Lampung, UIN Randen Lampung, (2021.)

<sup>15</sup> Delmus Puneri Salim. *Preferensi Pemilih Muslim Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 di Sumatera Barat dan Sulawesi*. Jurnal Politik Islam. Vol 5 No 1 (2020) Manado

*dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019* membahas pengaruh sentimen agama dalam membangun politik identitas. Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantoro, dan Moddie Alvianto Wicaksono (2022) yang berjudul *Relasi Politik dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019*. Kedua penelitian sama-sama mengkaji pengaruh agama dalam politik, terutama bagaimana isu agama digunakan untuk membangun identitas politik dan menarik dukungan pemilih, sama-sama menyoroti bagaimana isu agama dapat mempolarisasikan masyarakat dan mempengaruhi pilihan politik, serta mengakui pentingnya dinamika sosial dalam penggunaan agama untuk tujuan politik. Namun, perbedaan utama terletak pada konteks dan fokusnya, berfokus pada dinamika politik internal partai politik (PKS) dan penggunaan isu agama dalam membangun identitas politik dan memobilisasi pemilih selama Pemilu 2019. Mereka menganalisis perubahan sikap PKS terhadap penerapan hukum berbasis agama, khususnya dalam konteks Aksi Bela Islam dan pengaruhnya terhadap strategi kampanye. Sementara itu, skripsi ini lebih menekankan pada persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye politik, khususnya dalam Pemilu Presiden 2024, dengan fokus pada preferensi kebijakan konkret daripada politik identitas berbasis agama.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantoro, dan Moddie Alvianto Wicaksono, "Relasi Politik dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019," *Jurnal UMM* Vol 6, no. 1 (2020).

Penelitian keempat oleh Amar Muhyi Diinis Sipa 2021 dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berjudul *Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia* membahas penggunaan simbol dan narasi agama dalam kampanye legislatif. Penelitian sama-sama membahas penggunaan agama dalam konteks politik dan kampanye pemilihan umum, khususnya terkait dengan bagaimana simbol dan narasi agama digunakan untuk menarik dukungan pemilih. Penelitian ini juga sepakat bahwa isu agama sering digunakan untuk membangun citra positif calon pemimpin dan menarik simpati masyarakat, dengan fokus pada religiusitas sebagai faktor penting dalam memilih calon legislatif. Namun, terdapat perbedaan dalam konteks dan fokus keduanya, lebih berfokus pada penggunaan simbol dan narasi agama dalam kampanye legislatif, seperti penggunaan peci, sorban, atau jilbab oleh calon legislatif untuk memperkuat citra religius. Penelitian ini, di sisi lain, lebih menekankan pada persepsi Generasi Z terhadap isu agama dalam kampanye pemilihan presiden 2024, dengan fokus pada bagaimana generasi muda memandang relevansi dan dampak dari penggunaan isu agama dalam politik.<sup>17</sup>

Penelitian kelima oleh Siti Faridah dan Jerico Mathias 2018 dari Universitas Negeri Semarang berjudul *Politisasi Agama Pemecah Keutuhan Bangsa Dalam Pemilu* membahas dampak negatif penggunaan isu agama dalam politik. Kedua penelitian membahas dampak negatif dari penggunaan agama dalam politik, terutama dalam konteks pemilu, serta potensi polarisasi yang ditimbulkan. Keduanya sepakat bahwa penggunaan agama dalam politik identitas

---

<sup>17</sup> Amar Muhyi Diinis Sipa. "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia." *Jurnal Politik*, Vol. 6, No. 2. (2021)

dapat merusak persatuan bangsa dan mengalihkan perhatian masyarakat dari kualitas kandidat politik ke identitas mereka, baik agama maupun suku. Selain itu, kedua penelitian juga menekankan bahwa agama, sebagai nilai luhur, seharusnya tidak dijadikan alat politik untuk kepentingan tertentu. Namun, terdapat perbedaan dalam konteks dan fokus penelitian. Penelitian Faridah dan Mathias lebih menekankan pada politisasi agama yang digunakan untuk menyerang lawan politik melalui isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan), yang dapat memecah belah bangsa, terutama jika dimainkan oleh kelompok garis keras. Di sisi lain, skripsi ini fokus pada persepsi Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye pemilihan presiden 2024, dengan penekanan pada bagaimana generasi muda lebih memprioritaskan kebijakan konkret dan visi kandidat daripada isu agama.<sup>18</sup>

## **2.2.Landasan Teori**

Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian perlu adanya pedoman dasar berfikir, yaitu sebuah kerangka teori yang berfungsi sebagai landasan berfikir untuk menggambarkan dari segi peneliti menyoroti masalah yang akan dipilih. Teori adalah serangkaian konsep, konstruksi, definisi, asumsi dan prosisi untuk mencari suatu fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan dan konsep. Adapun kerangka teori yang menjadi landasan berfikir menulis dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>18</sup> Siti Fatimah dan Jerico Mathias, "*Politisasi Agama Pemecah Keutuhan Bangsa dalam Pemilu,*" Vol 4 No 3 (2018),Semarang.

### 2.2.1. Teori persepsi

Teori Persepsi berasal dari kata dalam bahasa Inggris "perception," yang diadaptasi dari bahasa Latin "percepto" dan "percipio." Kata ini merujuk pada proses pengaturan, identifikasi, dan penerjemahan informasi yang diterima melalui panca indera untuk memahami dan mengetahui lingkungan sekitar. Dalam psikologi, persepsi melibatkan sinyal yang dihasilkan oleh sistem saraf sebagai respons terhadap rangsangan fisik atau kimia yang diterima oleh indera.

Meskipun sering terjadi di luar kesadaran, persepsi didukung oleh fungsi sistem saraf yang kompleks. Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang memandang atau menilai seseorang atau sesuatu sesuai sudut pandangnya sendiri. Dalam cakupan yang lebih luas, persepsi mencakup bagaimana seseorang memahami dan menilai suatu hal berdasarkan pengalaman dan pandangannya. Proses ini diawali dengan stimulasi pada reseptor indera, yang berkembang seiring dengan pertumbuhan fisik dan kemampuan seseorang.<sup>19</sup>

Persepsi adalah salah satu faktor psikologis yang memengaruhi pembentukan perilaku seseorang. Saat seseorang memiliki persepsi terhadap objek, peristiwa, atau benda tertentu, hal ini dapat mendorong tindakan tertentu sebagai respons terhadap persepsi tersebut. Menurut Robbins; persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk mengatur dan menafsirkan kesan-kesan dari indera mereka, sehingga dapat memberikan makna terhadap lingkungan sekitar.

---

<sup>19</sup> Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, Oktavia Ningsih, dan Intan Nopriyanti, "Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley," *CiDEA Journal* Vol. 3, No. 1 (Juni 2024), hlm. 44–54.

Sejalan dengan ini, Gibson dkk menyatakan; bahwa persepsi adalah proses di mana seseorang memahami lingkungannya, melibatkan pengorganisasian dan interpretasi sebagai respons psikologis. Mangkunegara juga mengartikan; persepsi sebagai proses memberi arti atau makna pada suatu objek di lingkungan.<sup>20</sup>

Philip Kotler memberikan definisi persepsi sebagai proses seseorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Persepsi disini tidak hanya tergantung pada hal fisik, tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut. Sedangkan dalam proses memperoleh atau menerima informasi tersebut adalah juga berasal dari objek lingkungan. Suatu rangsangan juga dipandang sebagai kejadian-kejadian yang ada dalam lingkungan eksternal individu yang ditangkap dengan menggunakan alat sel syaraf yang selanjutnya akan terjadi proses pengolahan sensasi. Ketika jumlah sensas masuk kedalam jumlah struktur yang lebih dalam dari sistem susunan syaraf, maka sensasi inilah yang disebut sebagai persepsi<sup>21</sup>

Berdasarkan defisini tersebut dapat dilihat bahwa persepsi ditimbulkan oleh adanya rangsangan dari dalam individu maupun dari lingkungan yang diproses dalam susunan syaraf dan otak. Persepsi dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional yang dapat dibagi menjadi faktor fungsional dan struktural:

---

<sup>20</sup> Rizky Dermawan Soemanagara, *Persepsi Peran, Konsistensi Peran, dan Kinerja*, "Jurnal Ilmu Administrasi Vol 3, no. 4 (2006).

<sup>21</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc., 2016).

- a. Faktor Fungsional: Berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan aspek personal lainnya. Persepsi lebih ditentukan oleh karakteristik individu yang merespons rangsangan daripada jenis rangsangan itu sendiri.
- b. Faktor Struktural: Berasal dari sifat rangsangan fisik dan efeknya pada sistem saraf individu. Selain faktor kebutuhan, cara pandang individu terhadap dunia juga dipengaruhi oleh kelompok dan keanggotaannya dalam masyarakat, yang menciptakan tekanan sosial.

Faktor-faktor ini juga dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Faktor Internal: mencakup pengalaman, kebutuhan, penilaian, dan ekspektasi.
- b. Faktor Eksternal: mencakup tampilan luar dan sifat-sifat rangsangan.<sup>22</sup>

Selain faktor kebutuhan tersebut, Leavitt juga berpendapat bahwa cara pandang individu terhadap dunia dipengaruhi oleh kelompok serta posisinya dalam masyarakat. Dengan kata lain, lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap cara individu melihat dunia yang dapat dikatakan sebagai tekanan sosial. Menurut Restiyanti Prasetyo faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu:

- 1) Faktor internal, meliputi : Pengalaman,kebutuhan,penilaian,ekspektasi /pengharapan.
- 2) Faktor eksternal, meliputi :Tampakan luar,sifat – sifat stimulus,situasi lingkungan<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Rahmat, 2005

Menurut Toha, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

a. Faktor *internal*: Mencakup aspek-aspek seperti perasaan, sikap, dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses pembelajaran, kondisi fisik, kondisi kejiwaan, nilai-nilai dan kebutuhan, minat, serta motivasi.

b. Faktor *external*: Meliputi latar belakang keluarga, informasi yang diterima, pengetahuan dan kebutuhan lingkungan sekitar, intensitas, ukuran, kontras, pengulangan gerak, serta elemen-elemen yang baru atau familiar (tidak asing) dari suatu objek.<sup>24</sup>

Persepsi bukanlah sesuatu yang muncul begitu saja, melainkan terbentuk melalui proses bertahap. Menurut Wood, persepsi adalah sebuah proses aktif yang berlangsung mulai dari pengenalan hingga interpretasi. Ada tiga tahap utama dalam proses ini: pemilihan (*selection*), pengaturan (*organization*), dan penafsiran (*interpretation*). Dalam pandangan Wood, persepsi melibatkan aktivitas pemilihan, pengaturan, dan penafsiran terhadap orang, objek, peristiwa, situasi, dan aktivitas tertentu. Jadi, persepsi sangat dipengaruhi oleh apa yang kita perhatikan, bagaimana kita mengaturnya, dan bagaimana kita menafsirkannya. Persepsi juga memiliki kaitan erat dengan komunikasi: cara seseorang memandang sesuatu akan

---

<sup>23</sup>Hadi Suprpto Arifin, Ikhsan Fuady, dan Engkus Kuswarno, "*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang*," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 21, no. 1 (2017): 88–101, Semarang.

<sup>24</sup>Toha, 2003

memengaruhi bagaimana ia berkomunikasi, termasuk pemilihan bahasa dan respons yang diberikan.<sup>25</sup>

Komunikasi juga berperan penting dalam membentuk persepsi kita terhadap orang dan situasi. Cara orang lain menggunakan bahasa dan perilaku nonverbalnya bisa memengaruhi pandangan kita tentang kecerdasan, kejujuran, daya tarik, dan sebagainya. Persepsi sendiri terdiri dari tiga tahap yang saling berhubungan, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi, yang berfungsi secara bersamaan. Kita membentuk persepsi dengan memilih apa yang kita perhatikan, mengaturnya, dan menafsirkannya secara terus-menerus. Setiap proses ini saling memengaruhi satu sama lain. Apa yang kita pilih untuk diperhatikan mengenai orang atau situasi tertentu akan berdampak pada cara kita menafsirkannya berikut adalah aspek-aspek dalam proses persepsi:

### 1. Seleksi

Di tahap ini, seseorang cenderung memilih atau memperhatikan hal-hal yang dianggap menarik atau penting untuk ditafsirkan. Kita sering menemui banyak hal yang terjadi secara bersamaan, seperti mendengar musik dari beberapa tempat atau merasakan suhu ruangan yang berbeda. Seseorang biasanya akan memilih untuk memperhatikan hal-hal yang sesuai dengan kebutuhan, minat, atau motivasinya.

### 2. Organisasi

---

<sup>25</sup>Ananda Hulwaton Nisa, Hidayatul Hasna, dan Linda Yarni. *Persepsi*. "Jurnal Psikologi Sosial, Vol. 2, No. 4 (2023), Bukittinggi.

Pada tahap ini, persepsi diatur melalui struktur kognitif. Menurut teori konstruktivisme, seseorang menyusun dan menafsirkan pengalamannya dengan bantuan struktur kognitif untuk membentuk pemahaman yang lebih jelas.

### 3. Interpretasi

Interpretasi adalah proses subjektif di mana seseorang memberikan makna terhadap apa yang diamati dan dialami. Dalam tahap ini, individu mencoba menjelaskan stimulus atau rangsangan yang diterima, seperti objek atau kejadian. Misalnya, anak-anak sering bertanya tentang mengapa langit berwarna biru atau mengapa ukuran sapi lebih besar daripada kambing. Dengan demikian, interpretasi membantu dalam memahami alasan di balik suatu peristiwa atau tindakan.<sup>26</sup>

#### **2.2.2. Isu Agama**

Isu merupakan suatu situasi yang, jika terus berlanjut, akan memiliki dampak pada aktivitas suatu organisasi, baik itu secara internal maupun eksternal. Dalam kata-kata Hainsworth dan Meng, isu berkembang sebagai akibat dari tindakan yang diambil atau yang diusulkan oleh satu atau lebih pihak, yang bisa mengakibatkan negosiasi, penyelesaian secara pribadi, proses hukum, atau bahkan menjadi masalah kebijakan publik melalui tindakan legislatif atau regulasi. Isu dibagi menjadi dua yaitu Isu eksternal dan Internal

- Isu Eksternal : Isu eksternal seringkali di luar kendali sebuah organisasi dan lebih bergantung pada berbagai pihak dan pemangku kepentingan. Isu

---

<sup>26</sup> Swarjana, 2022

atau masalah ini muncul secara berkala dan berdampak pada berbagai sektor, bahkan terkadang hampir semua organisasi dalam berbagai sektor, seperti contohnya isu perubahan iklim. Isu eksternal ini juga cenderung bersifat mendasar dan sulit untuk diatasi.

- Isu Internal : Isu internal adalah masalah yang timbul dari dalam organisasi itu sendiri. Biasanya, masalah internal ini merupakan risiko yang paling sulit diatasi karena biasanya berasal dari berbagai jenis kegagalan yang mengganggu perilaku, kinerja, tata kelola, strategi, nilai, dan bahkan tujuan organisasi.<sup>27</sup>

Tahapan isu memiliki perbedaan halus antara masalah dan krisis, yang penting dipahami oleh humas untuk mengelola perkembangan suatu masalah. Menurut Crabel & Vibbert serta Gaunt & Ollenburger, masalah dapat berkembang menjadi krisis melalui beberapa tahap, yaitu:

a. Tahap Origin (*Potential Stage*)

Pada tahap ini, seseorang atau kelompok menyuarakan perhatian mereka terhadap isu atau opini tertentu. Tahap ini sangat penting karena menentukan apakah suatu isu dapat dikelola dengan baik atau tidak. Di sini, humas perlu bersikap proaktif dalam memantau lingkungan sekitarnya.

b. Tahap Mediation dan Amplification (*Imminent Stage / Emerging*)

---

<sup>27</sup>Emerentia Levana, Agnes Harnadi, dan Astuti Kusumawicitra. "Pentingnya Manajemen Isu bagi Maskapai Penerbangan dalam Menghadapi Dampak COVID-19 (Studi: Cathay Pacific Airways)." *Jurnal Manajemen Isu*, Vol. 10, No. 2 hlm. 12–23 (2024).

Di tahap ini, isu mulai mendapatkan dukungan publik yang lebih luas, dengan kelompok lain turut memberikan perhatian dan dukungan terhadap isu tersebut, sehingga isu semakin berkembang.

c. Tahap Organization (*Current Stage dan Critical Stage*)

Pada tahap ini, publik mulai mengorganisir diri dan membentuk jaringan yang luas untuk memperkuat dukungan terhadap isu tersebut. Menurut Hainsworth, tahap organisasi ini dapat dianggap sebagai tahap krisis.

d. Tahap Resolution (*Dormant Stage*)

Pada tahap ini, organisasi berhasil menangani berbagai isu dengan baik hingga dianggap selesai. Namun, isu-isu baru yang terkait bisa muncul kembali atau berkembang dari pemahaman baru terhadap masalah tersebut.

Banyak pakar mengklaim bahwa asal-usul kata "agama" berasal dari bahasa Sanskerta, yang terdiri dari "a" yang berarti tidak dan "gama" yang berarti kacau. Oleh karena itu, "agama" bisa diartikan sebagai ketertiban atau peraturan, yang mengatur berbagai aspek dalam kehidupan manusia, termasuk hal-hal yang bersifat gaib, moral, dan perilaku dalam masyarakat.<sup>28</sup>

Agama Islam adalah salah satu agama monoteistik yang berdasarkan pada ajaran yang dinyatakan dalam Al-Quran, kitab suci Islam, dan Sunnah, yang merupakan catatan tentang tindakan dan perkataan Nabi Muhammad SAW. Ajaran Islam berpusat pada keyakinan akan keesaan Allah (Tawhid) dan mengajarkan

---

<sup>28</sup> Faisal Ismail, *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis* (Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997), 28

prinsip-prinsip etika, hukum, dan tata cara ibadah yang mengatur kehidupan pribadi dan sosial umat Muslim. Agama Islam juga menekankan nilai-nilai seperti kasih sayang, keadilan, solidaritas, dan kerjasama dalam memandang dunia dan dalam menghadapi tantangan kehidupan.

Isu agama menjadi salah satu instrumen strategis dalam kontestasi pemilu di Indonesia. Agama bisa menjadi bagian sentral dari identitas seseorang. Istilah "agama" memiliki akar kata dalam bahasa Latin yang merujuk pada "mengikat." Dalam pengertian kontemporer, agama mengacu pada "sistem keyakinan dan praktik ritual yang terstruktur yang berkaitan dengan hal-hal gaib" Wallace menyampaikan menjadi anggota dari suatu agama tidak hanya melibatkan berbagi keyakinan dan mengikuti upacara keagamaannya, tetapi juga berarti menjadi bagian dari suatu komunitas dan kadang-kadang memasuki dalam lingkup suatu budaya.<sup>29</sup>

Indonesia adalah sebuah negara yang beragam etnik dan agama, oleh karena itu, untuk memahami perilaku politik di Indonesia, kita perlu memahami karakteristik masyarakatnya. Menurut Suryadinata, ada tiga aspek penting yang perlu dianalisis dalam konteks politik Indonesia, yaitu etnis, agama, dan militer. Dari sudut pandang agama, Islam merupakan agama yang paling banyak dianut oleh penduduk Indonesia, mencapai 87.5% dari total populasi.<sup>30</sup>

Isu agama dalam politik adalah ketika aspek-aspek agama atau keyakinan keagamaan menjadi fokus utama atau subjek diskusi yang signifikan dalam ranah

---

<sup>29</sup> M. Tufiq Rahman, *Agama dan Politik Identitas Dalam Kerangka Sosial*, (Bandung, 2020), hal 23.

<sup>30</sup> Nina Widyawati, *Etnisitas Dan Agama Sebagai Isu Politik Kampanye JK-Wiranto Pada Pemilu 2009*, (Jakarta, 2014), hal 1.

politik. Ini mencakup hal-hal seperti bagaimana keyakinan agama seseorang memengaruhi pandangan politik mereka, isu-isu sosial atau etika yang didasarkan pada keyakinan agama, serta peran institusi keagamaan dalam dunia politik. Dalam politik, isu-isu agama sering kali menimbulkan perdebatan sengit dan dapat berdampak pada keputusan politik, pemilihan umum, kebijakan pemerintah, dan sikap yang diambil oleh para pemimpin politik.

Pemanfaatan agama dalam ranah politik merupakan isu yang telah lama memicu kontroversi dan perdebatan. Di Indonesia, praktik ini kerap terjadi, khususnya dalam konteks pemilihan umum, di mana agama digunakan sebagai instrumen strategis dalam meraih dukungan. Kecenderungan ini muncul akibat lemahnya basis ideologi dan program substansial yang ditawarkan partai politik, sehingga memicu eksploitasi identitas agama untuk memperkuat posisi politik seseorang. Akibatnya, masyarakat sering kali terpecah berdasarkan identitas keagamaan, yang pada akhirnya berpotensi merusak kerukunan sosial serta mengaburkan fokus pada program-program pembangunan yang sebenarnya lebih dibutuhkan masyarakat.<sup>31</sup>

Dalam beberapa situasi, para pelaku politik memanfaatkan agama untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, dan ini bisa berakibat pada politisasi agama. Penggunaan agama dalam politik dapat dibagi menjadi dua bentuk: legitimasi agama dan politisasi agama. Legitimasi agama merujuk pada penggunaan agama untuk mengukuhkan posisi politik seseorang, sementara

---

<sup>31</sup> Amar Muhyi Diinis Sipa. "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia." *Jurnal Politik*, Vol. 6, No. 2. (2021)

politisasi agama melibatkan pemanfaatan agama sebagai alat untuk meraih kekuasaan politik.

### **2.2.3. Persepsi Pemilih Gen Z**

Menurut teori yang disajikan oleh Robbins, persepsi adalah proses individu yang melibatkan pengorganisasian dan interpretasi kesan sensoris guna memahami lingkungannya. Teori ini menjelaskan bahwa persepsi melibatkan upaya individu dalam membentuk pendapat atau sudut pandangnya terhadap situasi yang ada di sekitarnya berdasarkan pada hal-hal yang dirasakannya.

Dari pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa persepsi adalah proses penting bagi manusia untuk mengerti dan menginterpretasikan kejadian di sekitarnya. Sebagai suatu proses, persepsi tidak bertujuan untuk mencari kebenaran yang mutlak, melainkan lebih merupakan suatu bentuk penafsiran yang sesuai dengan pandangan Thoha. Thoha menjelaskan bahwa esensi memahami persepsi adalah menyadari bahwa persepsi adalah penafsiran yang bersifat unik terhadap suatu situasi, bukan sekadar pencatatan yang benar-benar akurat tentang situasi tersebut.<sup>32</sup>

Pemilih di Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori. Pertama, ada pemilih rasional, yaitu mereka yang melakukan pemilihan partai berdasarkan evaluasi dan analisis yang cermat. Kedua, terdapat pemilih kritis emosional, yang masih memegang teguh idealisme dan tidak mau berkompromi. Ketiga, adalah pemilih pemula, yaitu mereka yang baru pertama kali memilih

---

<sup>32</sup> Dudih Sutrisman, Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa (Quepedia, 2019), hlm. 75–76.

karena mereka baru mencapai usia yang memungkinkan untuk memberikan suara dalam pemilihan.<sup>33</sup>

Dalam memahami perilaku pemilih, penting untuk memahami bahwa ada dua orientasi tujuan yang ingin dicapai oleh pemilih yaitu :

1. Pemilih yang berorientasi pada kebijakan mengutamakan sejauh mana kandidat dalam pemilihan umum dapat menawarkan program kerja yang efektif dalam menyelesaikan masalah mendasar yang dihadapi oleh pemilih. Dalam hal ini, pemilih akan memilih partai politik atau kandidat berdasarkan evaluasi objektif terhadap kemampuan mereka dalam mengatasi masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Partai politik atau peserta pemilu yang tidak memiliki visi dan kebijakan yang jelas cenderung tidak mendapatkan dukungan dari pemilih. Hal ini disebabkan oleh harapan-harapan dan keinginan pemilih untuk melihat perubahan yang nyata dalam tatanan kehidupan bangsa dan negara.
2. Pemilih yang memiliki orientasi ideologis cenderung mempertimbangkan kesesuaian nilai budaya, agama, moralitas, norma, emosi, dan faktor psikologis dengan partai atau kandidat yang mereka pilih. Semakin serupa nilai-nilai yang dianut oleh partai atau peserta pemilu dengan nilai-nilai pemilih, maka pemilih cenderung

---

<sup>33</sup> Lusy Asa Akhrani, Fitsabilla Imansari, dan Faizah, "*Kepercayaan Politik dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula*," *Jurnal Psikologi* Vol 4, no. 1 (2018): 1–6.

mendukung partai atau peserta pemilu tersebut dengan memberikan suara.<sup>34</sup>

Persepsi pemilih merujuk pada cara individu yang berhak memilih (pemilih) melihat dan menginterpretasikan berbagai aspek yang berkaitan dengan pemilihan umum atau pemilu. Persepsi pemilih mencakup pandangan dan penilaian mereka terhadap berbagai aspek, termasuk calon kandidat, partai politik, isu-isu politik, proses pemilihan, dan sebagainya. Persepsi pemilih dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, nilai-nilai, keyakinan agama, informasi dari media, kampanye politik, dan interaksi sosial.

Pemahaman terhadap persepsi pemilih sangat penting dalam politik karena itu memengaruhi keputusan mereka dalam memberikan suara. Calon kandidat dan partai politik sering berusaha memahami dan memengaruhi persepsi pemilih melalui kampanye politik, pesan-pesan kampanye, dan upaya-upaya lainnya. Analisis terhadap persepsi pemilih membantu pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemilu untuk merancang strategi kampanye yang lebih efektif dan pesan yang sesuai dengan kepentingan pemilih yang menjadi target mereka.

Partisipasi politik Gen Z mencakup pemahaman dan keterampilan dalam menganalisis dan berpartisipasi dalam proses politik, yang mencakup pemahaman tentang struktur pemerintahan, lembaga politik, dan proses pengambilan keputusan politik. Meningkatkan kesadaran dan kepedulian

---

<sup>34</sup> W. Meliala, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan," *Jurnal Ilmu Politik* Vol 2, no. 2 (2024): 16–17.

terhadap isu-isu politik, sosial, dan lingkungan,<sup>35</sup> Berikut beberapa faktor yang dapat memengaruhi persepsi pemilih terkait isu agama:

### 1. Pandangan terhadap Calon Kandidat

Pemilih seringkali melihat agama dan kepercayaan pribadi mereka sebagai faktor penting dalam pemilihan calon. Pemilih dapat memiliki persepsi tentang sejauh mana calon kandidat memahami dan mewakili nilai-nilai atau keyakinan agama mereka. Ini dapat memengaruhi dukungan pemilih terhadap calon kandidat. Calon yang sejalan dengan keyakinan agama pemilih memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan dukungan. Misalnya, seorang calon yang dikenal sebagai penganut agama yang sama dengan mayoritas pemilih akan lebih mudah memenangkan dukungan mereka. Kemudian bagaimana seorang calon kandidat telah menjalani hidupnya dan bagaimana ia berperilaku dalam konteks agama dapat memengaruhi persepsi pemilih.

### 2. Isu-Isu Agama

Kota Banda Aceh merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia, yang memiliki mayoritas penduduk Muslim dan berperan penting dalam konteks politik dan isu-isu agama Islam. Banda Aceh secara keseluruhan, menerapkan hukum syariah dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Ini mencakup hukum kriminal yang mencakup pelanggaran syariah seperti minuman keras dan hubungan seks pranikah. Lalu partai politik dan organisasi Islam

---

<sup>35</sup> T. Rivaldo Putraa, Ririn Tri Wahyuni, Nayla Meilani, Mutiara Anjani, dan Dian Kumala Sari, *Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja*, "Vol 2 No 1 (2024): 61–68, Riau.

memiliki pengaruh yang signifikan dalam politik Banda Aceh. Mereka sering memainkan peran penting dalam pemilihan umum dan advokasi kebijakan yang sesuai dengan pandangan Islam.

### 3. Partai Politik

Partai politik merupakan alat penting untuk mengekspresikan aspirasi masyarakat dan sebagai wadah politik yang biasanya ada di negara-negara berdaulat dan merdeka. Awalnya, partai politik muncul di negara-negara Eropa Barat. Seiring dengan makin meluasnya ide bahwa partisipasi rakyat adalah faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam proses politik, partai politik muncul secara alami dan berkembang menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah.<sup>36</sup> Beberapa pemilih mungkin lebih condong mendukung partai politik yang secara terbuka memegang prinsip-prinsip agama yang serupa dengan keyakinan mereka sendiri. Mereka dapat melihat partai-partai ini sebagai wakil dari nilai-nilai agama mereka.

### 4. Media dan Kampanye

Dalam melihat perkembangan fenomena ini, partai politik dan kandidat mulai mengakui peran penting media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan konstituen mereka dan mempromosikan program dan kandidat mereka. Bahkan, menjelang Pemilu Legislatif, partai politik semakin gencar dalam membuat akun

---

<sup>36</sup> Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: PT. Gramedia Widisarana, 1992), 160.

media sosial untuk melancarkan kampanye yang mendukung partai dan calon anggota legislatif mereka.<sup>37</sup>

Cara media meliput isu-isu agama dan pesan kampanye yang berkaitan dengan agama juga dapat memengaruhi persepsi pemilih. Media sosial dan informasi yang tersebar di sana juga berperan penting dalam membentuk persepsi. Kampanye politik memiliki pentingnya yang jelas ketika kita memahami konsep dasar dari kampanye tersebut. Kampanye politik merupakan usaha terorganisir yang bertujuan memengaruhi proses pengambilan keputusan di dalam kelompok tertentu. Dalam konteks demokrasi, kampanye politik seringkali terkait dengan pemilihan umum, di mana calon atau kandidat pemimpin dipilih. Di beberapa kasus, terdapat istilah "referendum," yang merujuk pada penentuan kebijakan tertentu yang melibatkan suara rakyat. Meskipun referendum jarang terjadi di Indonesia, kita dapat melihat beberapa contoh referendum di negara-negara Eropa, seperti yang terjadi di Inggris beberapa tahun yang lalu dalam referendum Brexit.<sup>38</sup>

## 5. Sosial dan Budaya

Konteks sosial dan budaya mengacu pada lingkungan sosial dan budaya di mana individu atau kelompok beroperasi dan berinteraksi. Ini meliputi norma-norma sosial, nilai-nilai, tradisi, norma perilaku, dan elemen-elemen budaya yang memengaruhi dan membentuk tindakan dan persepsi individu. Konteks sosial dan

---

<sup>37</sup> Berliani Ardha. "Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Sosial*, Vol. 13, No. 1, hlm. 104.(2014)

<sup>38</sup> Siti Fatimah, "Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu," *Vol 1 No 1* (2018): 7, Semarang.

budaya memainkan peran penting dalam membentuk nilai-nilai, norma, perilaku, dan persepsi individu. Selain itu, konteks ini juga memengaruhi interaksi sosial, komunikasi, dan hubungan antarindividu dalam masyarakat. Karena itu, untuk memahami tindakan dan pandangan seseorang atau kelompok dalam masyarakat, sangat penting untuk mempertimbangkan konteks sosial dan budaya di mana mereka berada.

Generasi Z memiliki peranan krusial dalam dinamika politik dan sosial menjelang Pemilu 2024 di Indonesia, dengan keaktifan mereka di media sosial sering kali memicu gerakan online. Mereka mampu menyebarkan suara mereka secara luas dan cepat dalam ruang digital, memberikan dampak yang besar. Kandidat yang efektif dalam menggunakan media sosial dapat memperoleh keuntungan dalam berkomunikasi, terutama karena Generasi Z menghargai transparansi dari para pemimpin dan lebih memilih mereka yang menampilkan rekam jejak dan kebijakan yang jelas dan terbuka.

Fokus Generasi Z pada isu sosial dan lingkungan menuntut kandidat untuk menunjukkan komitmen nyata pada tanggung jawab sosial dan perlindungan lingkungan. Teknologi berperan sebagai alat penting dalam meningkatkan partisipasi politik mereka, dengan berbagai aplikasi dan platform berbasis teknologi yang memudahkan keterlibatan pemilih muda. Secara politik, Generasi Z cenderung membentuk pandangan politik mereka sendiri, tidak terbatas pada afiliasi partai tradisional, dan lebih tertarik pada substansi dan integritas kandidat. Komunikasi politik yang efektif dengan Generasi Z memerlukan bahasa yang relatable dan pendekatan yang sesuai dengan budaya populer.

Mereka menghargai pemimpin yang mendukung hak asasi manusia, melekat teknologi, dan bebas dari korupsi, serta skeptis terhadap politisi yang sering memberikan janji tanpa bukti dan menyalahgunakan kekuasaan. Dalam konteks ini, isu agama bisa diintegrasikan ke dalam kampanye asalkan dihubungkan dengan nilai-nilai seperti hak asasi manusia dan keadilan sosial yang dihargai oleh Generasi Z. Strategi komunikasi harus menyertakan isu-isu ini secara holistik, bukan hanya fokus pada aspek religius semata.

## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi generasi z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye pemilu 2024. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan oleh sejumlah individu atau kelompok orang<sup>39</sup>. Proses penelitian kualitatif melibatkan langkah-langkah penting seperti merumuskan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, melakukan analisis data secara induktif dari tema-tema khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna dari data. Pencarian pengetahuan dalam penalaran induktif dimulai dengan observasi terhadap fakta-fakta konkret. Laporan akhir dari penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam jenis penelitian ini harus menerapkan pendekatan induktif, fokus pada makna individual, dan mampu mengartikan kompleksitas suatu persoalan.<sup>40</sup>

Sifat penelitian ini adalah deskriptif, penelitian deskriptif adalah pendekatan penelitian yang terfokus pada pemahaman mendalam tentang suatu fenomena atau konteks tanpa melibatkan analisis statistik atau upaya untuk menggeneralisasi.

---

<sup>39</sup> Creswell, 2009:4

<sup>40</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoirin, 2019, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo) Hal.76

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran atau penjelasan yang rinci dan mendalam mengenai suatu fenomena, dengan kata lain, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dengan cermat langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi masalah, dengan memanfaatkan data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini dilakukan dengan metode yang sederhana dan melibatkan peneliti langsung dalam pengumpulan informasi di lapangan agar data yang diperoleh menjadi lebih relevan.<sup>41</sup>

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang akan peneliti ambil adalah di Kota Banda Aceh yang merupakan fokus utama penelitian ini. Sebagai ibu kota Provinsi Aceh, memiliki konteks sosial dan budaya yang unik, di mana agama memegang peranan sangat penting dalam kehidupan masyarakatnya. Banda Aceh dikenal sebagai provinsi yang menerapkan Syariat Islam, menjadikannya tempat yang ideal untuk meneliti bagaimana isu agama digunakan dalam politik, khususnya dari perspektif Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan tersebut.

### **3.3. Jenis Data**

Jenis dan sumber informasi yang diperoleh peneliti yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tujuannya adalah untuk penelitian atau analisis tertentu. Data ini bersifat orisinal,

---

<sup>41</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

belum pernah dikumpulkan sebelumnya, dan tidak melalui proses pengolahan oleh pihak lain. Metode pengumpulan data primer dapat bervariasi, seperti melalui wawancara, survei, observasi, eksperimen, pengamatan lapangan, dan sebagainya. Data primer digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian khusus dan memiliki potensi untuk memberikan wawasan unik tentang fenomena yang sedang diteliti.<sup>42</sup>

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sebelumnya telah dikumpulkan oleh individu atau lembaga untuk tujuan tertentu dan dapat dimanfaatkan kembali oleh peneliti atau analis lain dalam konteks analisis atau penelitian yang berbeda. Data ini sudah ada sebelumnya dan mungkin telah melalui proses pengolahan atau analisis oleh sumber aslinya. Data sekunder dapat bersumber dari berbagai sumber, termasuk entitas pemerintah, lembaga penelitian, perusahaan, dokumen literatur yang sudah ada, atau basis data publik.<sup>43</sup>

### 3.4. Informan Penelitian

Untuk mendapatkan informasi yang akurat dan valid maka dibutuhkan informasi yang tepat dan akurat. Adapun informan untuk penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>42</sup> Undari Sulung dan Mohamad Muspawi, "Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier," *Volume 5 No 3* (2024).

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 117.

**Tabel 3.1 Informan Penelitian**

No	Informan Penelitian	Jumlah
1	Mahasiswa	5
2	Aktifis Muda	2
3	Masyarakat	8
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis ada 3 (tiga) :

#### 1. Wawancara (*Intreview*)

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sering digunakan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden atau informan, yaitu subjek yang dimintai informasinya. Wawancara memerlukan waktu yang cukup lama dan memerlukan pendekatan yang berbeda. Memberikan kuesioner kepada responden dan meminta jawaban tertentu seringkali lebih mudah daripada melakukan wawancara tatap muka untuk mendapatkan jawaban responden. Ini karena wawancara melibatkan interaksi verbal langsung antara peneliti dan responden.<sup>44</sup>

Dalam wawancara ini, peneliti akan menggunakan pertanyaan terstruktur atau semi-terstruktur yang dirancang khusus untuk menggali informasi yang relevan tentang peran agama dalam pemilihan umum dan persepsi pemilih

---

<sup>44</sup> Nina Siti Salmaniah Siregar, *Metode dan Teknik Wawancara* (Medan: 2002).

terhadap kandidat. Wawancara akan menjadi cara untuk mendapatkan cerita, pengalaman, dan sudut pandang langsung dari informan, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami lebih dalam dinamika yang terkait dengan agama dalam konteks pemilihan umum di Kota Banda Aceh. Wawancara dalam penelitian ini akan memerlukan perencanaan yang cermat dalam pemilihan informan, pengembangan panduan wawancara, serta proses rekaman dan analisis data yang terstruktur untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan akurat dan mendalam.<sup>45</sup>

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, penyimpanan, dan pemeliharaan catatan tertulis atau visual yang berisi informasi, data, atau bukti yang relevan dalam berbagai konteks. Ini dapat berupa berbagai jenis dokumen, rekaman, gambar atau bahan tertulis yang digunakan untuk tujuan referensi, verifikasi, atau pelaporan. Dokumentasi akan menjadi salah satu komponen penting dalam penelitian ini, karena ini akan membantu dalam memahami cara isu-isu agama diartikulasikan dalam pemilihan umum, kampanye politik, dan berbagai media.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoirin, 2019, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo) Hal.76

<sup>46</sup> Nancy Siagian, Putri Cristina Pardede, Devi Silaban, Zahirah Nazwa, Almarisa Berutu, Hera Chairunnisa, dan Ayu Nadira Wulandari, "Pentingnya Dokumentasi dalam Penyampaian Berita," *Jurnal Studi Multidisipliner* Vol 8, no. 6 (2024)

### 3. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan yang dilakukan dengan memperhatikan dan mencatat secara sistematis fenomena atau kejadian tertentu. Teknik ini melibatkan pengamatan teliti terhadap objek atau situasi dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam atau data yang akurat mengenai hal tersebut.<sup>47</sup>

### 3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah tahap dalam penelitian di mana peneliti melakukan seleksi, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang berasal dari catatan-catatan lapangan. Proses ini berlangsung sepanjang penelitian, bahkan sebelum data sebenarnya dikumpulkan, sebagaimana yang terlihat dalam kerangka konseptual penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Tujuan utama dari reduksi data adalah untuk mengorganisir dan mengelola data mentah agar lebih mudah diolah, dianalisis, dan diinterpretasikan, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terhadap pertanyaan penelitian<sup>48</sup>.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah tahap di mana data yang telah dikumpulkan selama penelitian disatukan dan diuraikan menjadi informasi yang lebih terstruktur. Pada tahap ini, peneliti mengambil data yang relevan dengan fokus penelitian mereka.

---

<sup>47</sup> Husnul Khaatimah, Restu Wibawa, *Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar*, Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran, Vol 2, No 2, Hal 80, Mataram (2017)

<sup>48</sup> Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah Vol 17, No 33, Hal 91.

Data-data ini kemudian diorganisir dan diubah menjadi narasi atau informasi yang dapat dijelaskan berdasarkan temuan penelitian. Penyajian data memiliki peran penting dalam mempermudah peneliti dalam merencanakan tahap analisis berikutnya dalam penelitian mereka.<sup>49</sup>

### 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses penelitian di mana peneliti menyusun kesimpulan atau hasil dari analisis data dan pembuktian temuan penelitian. Ini melibatkan pengecekan apakah hasil penelitian mendukung atau membantah hipotesis atau pertanyaan penelitian yang diajukan pada awal penelitian.

Pada tahap ini, peneliti merumuskan kesimpulan berdasarkan bukti-bukti yang ditemukan selama analisis data. Kesimpulan ini harus didukung oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis dengan metode yang tepat. Penelitian ini juga dapat melibatkan perbandingan hasil dengan temuan penelitian sebelumnya, teori-teori yang relevan, atau literatur yang ada.

---

<sup>49</sup> Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah Vol 17, No 33, Hal 91.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Dinamika Partisipasi Politik Gen Z di Kota Banda Aceh

Banda Aceh, sebagai ibu kota Provinsi Aceh, memegang peran sentral dalam berbagai aspek kehidupan di Aceh, baik dari sisi pemerintahan, ekonomi, sosial, maupun budaya. Sebagai salah satu kota Islam tertua di Asia Tenggara, Banda Aceh juga kaya akan tradisi agama dan sejarah Kesultanan Aceh yang kental dengan nilai-nilai Islam. Kota ini tidak hanya menjadi pusat kegiatan ekonomi dan pemerintahan, tetapi juga menjadi tempat di mana dinamika sosial dan politik berkembang pesat. Di tengah keberagaman yang ada, Gen Z, yang merupakan kelompok usia antara 17 hingga 26 tahun, kini menjadi salah satu kelompok pemilih yang dominan dalam Pemilu 2024, dengan jumlah pemilih sebanyak 35.514 orang di Banda Aceh.<sup>50</sup>

Generasi Z, yang lahir pada periode antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Mereka sangat terhubung dengan dunia digital, sehingga akses informasi, terutama yang berkaitan dengan isu politik, menjadi hal yang sangat mudah bagi mereka. Selain itu, mereka dikenal memiliki kecakapan tinggi dalam menggunakan teknologi, kemampuan multitasking, dan ketajaman dalam membaca isu sosial. Keunggulan-

---

<sup>50</sup> Nuafal Habibi, "Jumlah Pemilih Gen Z di Pilkada Banda Aceh: Pemula Tapi Tak Buta Politik," Dialeksis.com, 15 Januari 2024, <https://dialeksis.com/indepth/gen-z-di-pilkada-banda-aceh-pemula-tapi-tidak-buta-politik/>.

keunggulan ini memungkinkan Gen Z di Banda Aceh untuk lebih aktif dalam berpartisipasi dalam politik, terutama dalam Pemilu 2024. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan platform digital, Gen Z di Banda Aceh tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen yang turut berperan dalam membentuk opini publik<sup>51</sup>.

Sebagai kota yang terus berkembang, Banda Aceh memiliki keunikan tersendiri dalam dinamika politik. Meskipun masyarakatnya semakin modern, nilai-nilai agama tetap memegang peran sentral dalam kehidupan sehari-hari. Isu agama menjadi sangat relevan dalam kontestasi politik di Banda Aceh, terutama saat Pemilu. Gen Z di kota ini tumbuh dalam lingkungan yang sangat religius, sehingga banyak dari mereka yang terlibat dalam kegiatan politik tidak hanya berdasarkan faktor sosial dan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai agama. Mereka sangat memperhatikan bagaimana isu agama digunakan dalam kampanye politik, yang memotivasi mereka untuk lebih sadar dan aktif dalam memilih calon yang sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut.<sup>52</sup>

Isu agama memainkan peran penting dalam membentuk partisipasi politik di Indonesia, termasuk di Banda Aceh. Pada Pemilu 2019, penggunaan politik berbasis agama menjadi fenomena yang sangat kuat, terutama dengan adanya polarisasi tajam yang terjadi antara dua pasangan calon presiden: Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Prabowo memperoleh dukungan besar dari kelompok

---

<sup>51</sup> Dian Ratna Sawitri. *Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul*. (2023) Jawa Tengah

<sup>52</sup> Muliza, "Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Y dan Generasi Z Muslim di Kota Banda Aceh," *Jurnal Keuangan Islam* Vol 13, no. 2 (2024).

Islam konservatif, termasuk Front Pembela Islam (FPI) yang menuntut penegakan hukum terhadap Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dengan isu penistaan agama. Dalam konteks ini, Gerakan 212, yang digagas oleh kelompok-kelompok Islam konservatif, memainkan peran kunci dalam menggerakkan pemilih berbasis agama untuk mendukung Prabowo. Gerakan ini juga berhasil memobilisasi massa dalam skala besar, memperlihatkan betapa kuatnya pengaruh politik berbasis agama di Indonesia, khususnya di daerah seperti Banda Aceh, yang mayoritas penduduknya beragama Islam.<sup>53</sup>

Sebagai respons terhadap polarisasi yang mengemuka pada Pemilu 2019, Jokowi memilih Ma'ruf Amin, seorang ulama moderat, sebagai calon wakil presiden. Pemilihan Ma'ruf Amin bertujuan untuk menenangkan ketegangan yang berpotensi timbul akibat polarisasi agama dan untuk memperkuat dukungan dari pemilih Muslim moderat. Langkah ini juga memperlihatkan bagaimana agama dapat menjadi faktor yang sangat menentukan dalam merumuskan strategi politik, terutama di daerah dengan basis pemilih Muslim yang besar, seperti Banda Aceh. Pemilih di Banda Aceh, yang mayoritas beragama Islam, sangat memperhatikan bagaimana agama diperlakukan dalam proses politik, dan seringkali menggunakan faktor ini dalam menentukan pilihan mereka.<sup>54</sup>

Fenomena polarisasi berbasis agama yang terjadi pada Pemilu 2019 memberikan pelajaran penting bagi politik Indonesia, terutama menjelang Pemilu

---

<sup>53</sup> Ali Thaufan Dwi Saputra, *Partisipasi Politik Umat Islam dalam Aksi Massa 212 dan Implikasinya terhadap Wajah Islam Indonesia*, Volume 7, Nomor 2 (2020).

<sup>54</sup> Sugianto, Visman, dan Darwin, "Politik Identitas Terhadap Polarisasi Pemilu," Vol 16 No 3 (2022).

2024. Isu agama yang digunakan secara berlebihan dalam politik identitas berpotensi memperburuk hubungan sosial dan merusak kohesi sosial di masyarakat. Untuk itu, meskipun agama tetap menjadi faktor penting dalam strategi politik, terutama dalam meraih simpati pemilih Muslim, sangat diperlukan pendekatan yang lebih inklusif. Pendekatan ini tidak hanya akan menjaga keberagaman di Indonesia, tetapi juga menjaga stabilitas sosial dan harmoni di tengah masyarakat yang pluralistik.

Menjelang Pemilu 2024, banyak partai politik, baik yang berbasis Islam maupun nasionalis, yang diperkirakan akan kembali mengandalkan isu agama untuk memenangkan dukungan pemilih. Partai-partai Islam seperti PKS (Partai Keadilan Sejahtera) dan PPP (Partai Persatuan Pembangunan) kemungkinan besar akan terus mengusung politik identitas berbasis agama untuk memperkuat basis pemilih mereka, terutama di daerah dengan mayoritas Muslim, seperti Banda Aceh. Partai-partai ini akan berusaha merangkul kelompok-kelompok Islam konservatif dengan menawarkan visi dan misi yang sejalan dengan aspirasi agama mereka. Di sisi lain, partai-partai nasionalis seperti PDI-P akan berupaya untuk merangkul pemilih Muslim dengan menawarkan program-program yang lebih moderat, yang menghargai keberagaman agama dan budaya.<sup>55</sup>

Bagi Gen Z di Banda Aceh, partisipasi politik mereka di Pemilu 2024 akan sangat dipengaruhi oleh bagaimana isu agama dan identitas dikelola dalam kampanye politik. Gen Z, yang tumbuh dengan akses informasi yang sangat

---

<sup>55</sup> Gonda Yumitro, *Partai Islam dalam Dinamika Demokrasi di Indonesia*, Jurnal Universitas Gadjah Mada, Vol. 17, No. 1, Juli (2020.)

mudah dan terbuka, cenderung lebih kritis terhadap manipulasi isu agama untuk tujuan politik. Mereka lebih memilih pendekatan yang inklusif, yang tidak hanya mengedepankan kepentingan agama semata, tetapi juga menghargai keberagaman sosial. Mereka sangat memperhatikan bagaimana calon pemimpin dapat membawa perubahan yang positif bagi masyarakat secara keseluruhan, tanpa mengorbankan nilai-nilai keadilan dan persatuan.<sup>56</sup>

Secara keseluruhan, dinamika partisipasi politik Gen Z di Banda Aceh menjelang Pemilu 2024 mencerminkan bagaimana isu agama akan terus menjadi bagian penting dalam strategi politik. Meskipun demikian, penting bagi partai politik dan calon presiden untuk mengelola isu agama dengan bijaksana, agar tidak memperburuk polarisasi yang sudah terjadi sebelumnya. Gen Z, dengan kemampuan kritis dan akses informasi yang cepat, memiliki peran besar dalam membentuk arah politik yang lebih inklusif, moderat, dan menjaga keharmonisan sosial di Indonesia, terutama di daerah dengan dominasi pemilih Muslim seperti Banda Aceh. Pendekatan yang lebih terbuka dan menghargai perbedaan sangat diperlukan untuk menjaga stabilitas sosial dan keberagaman dalam proses demokrasi Indonesia.<sup>57</sup>

#### **4.2 .Efektivitas Penggunaan Isu Agama untuk Menarik Perhatian Generasi Muda**

---

<sup>56</sup> Abang Zainudin. "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z di Pedesaan Pada Pemilu Tahun 2024: Suatu Studi di Desa Sungai Ana Kecamatan Sintang." *Jurnal Komunikasi*, Vol. 22, No. 2 (2024).

<sup>57</sup> Raistin Nur Abidin, *Dinamika Partisipasi Politik Pada Generasi Z: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pamulang Prodi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, *Jurnal Unpam* Vol 4, no. 2 (2024).

Generasi Z memiliki pandangan yang beragam terkait penggunaan isu agama dalam kampanye pemilihan presiden 2024. Sebagian besar menganggap isu agama sebagai topik yang sensitif dan kurang pantas dijadikan alat politik, karena dapat memicu polarisasi dan memecah belah masyarakat. Generasi ini lebih mengapresiasi kandidat yang menonjolkan program kerja, visi, dan misi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat daripada sekadar memanfaatkan sentimen agama. Namun, terdapat pula pandangan yang menyatakan bahwa isu agama masih dapat relevan apabila digunakan untuk mengedepankan nilai-nilai moral dan etika dalam kepemimpinan, asalkan tidak digunakan secara manipulatif untuk meraih dukungan politik.<sup>58</sup>

Persepsi ini mencerminkan karakter kritis Generasi Z, yang tumbuh di era digital dengan akses informasi yang luas. Mereka cenderung menolak politisasi isu agama yang berpotensi memicu konflik sosial dan lebih mengutamakan substansi kebijakan yang nyata. Meski isu agama dapat menarik perhatian dalam jangka pendek, daya tarik tersebut tidak cukup kuat untuk mempertahankan dukungan jika tidak disertai dengan solusi konkret terhadap masalah sosial dan ekonomi. Generasi muda kini semakin menginginkan kebijakan yang berbasis pada kebutuhan nyata, seperti pendidikan berkualitas, peningkatan kesejahteraan, dan stabilitas ekonomi.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Harry William, Martinah, dan Riniwati. *Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni Di Tengah Keberagaman.* Jurnal Generasi Z, Vol. 2, No. 2 (2024).

<sup>59</sup> Clara Pelita Tinambunan, Siera Syailendra, dan Feny Selly Pratiwi. *Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik.* Jurnal Ilmu Politik, Vol. 16, No. 3 hlm. 325–337. (2024)

Dengan demikian, efektivitas penggunaan isu agama dalam kampanye untuk menarik perhatian Generasi Z bergantung pada kemampuan kandidat untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan kebijakan yang relevan dan solutif. Kandidat yang hanya mengandalkan narasi simbolik tanpa menyajikan visi dan misi yang jelas cenderung kehilangan daya tarik di mata Generasi Z. Wawancara dengan sejumlah narasumber menunjukkan bahwa isu-isu seperti pendidikan dan ekonomi lebih menarik perhatian generasi muda dibandingkan eksploitasi identitas agama.<sup>60</sup>

Sebagai contoh, salah satu narasumber menyampaikan:

*“Pemilu kali ini lebih banyak berfokus pada masalah ekonomi dan pendidikan. Contohnya, pasangan Prabowo-Gibran yang mengusung program makanan gratis untuk anak-anak sekolah. Ini adalah langkah yang bagus untuk memperbaiki gizi anak-anak Indonesia, karena saya percaya dengan gizi yang baik, pendidikan juga akan lebih maksimal.”<sup>61</sup>*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung memprioritaskan dampak nyata dari program yang ditawarkan oleh para kandidat.

Wawancara lainnya mendukung pandangan ini:

*“Namun jika dilihat dari kampanye tahun ini, isu kampanye seperti pendidikan lebih mencuri perhatian. Contohnya, paslon 2 yang mengebarkan program makan gratis untuk anak-anak Indonesia.”<sup>62</sup>*

Selain program makanan gratis, isu lain yang menarik perhatian Generasi Z adalah program internet gratis yang dinilai relevan dengan kebutuhan mereka sebagai generasi digital.

Seorang mahasiswa berpendapat:

<sup>60</sup> Indra Lestari, Iriyani Astuti Arief, dan Muh. Djufri Rachim. *Partisipasi Politik Generasi Z pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024.* Jurnal Politik Digital, Vol. 7, No. 4 (2024), hlm. 2297–2308.

<sup>61</sup> Wawancara dengan Tessa Distira Oktavia pada tanggal 04 desember 2024

<sup>62</sup> Wawancara dengan Febry Chinta Azhari pada tanggal 03 desember 2024

*“Fokus masyarakat lebih ke hal-hal lain, seperti program internet gratis untuk seluruh rakyat Indonesia, yang jadi salah satu visi misi paslon 03. Menurut saya, program ini menarik sekali, terutama untuk kaum Gen Z yang sekarang lebih sering habisin uangnya buat beli kuota internet.”<sup>63</sup>*

Pendapat ini memperlihatkan bagaimana Generasi Z melihat keefektifan visi dan misi yang relevan dengan kebutuhan praktis mereka. Meskipun isu agama terkadang muncul sebagai topik penting dalam beberapa wilayah, Generasi Z cenderung melihatnya sebagai kurang efektif jika tidak disertai kebijakan nyata yang dapat memberikan dampak langsung.

Seperti pendapat dari salah satu narasumber dari perguruan tinggi Uin Ar-Raniry menyampaikan :

*“Isu agama dalam kampanye politik memang bisa menarik perhatian generasi muda dalam jangka pendek, tetapi semakin banyak pemilih muda yang lebih fokus pada isu-isu seperti ekonomi dan pendidikan. Masyarakat, terutama generasi muda, mulai lelah dengan eksploitasi agama dalam politik dan lebih menginginkan solusi nyata yang berdampak langsung pada kehidupan mereka. Isu agama menjadi kurang efektif karena pemilih muda cenderung mencari calon yang menawarkan kebijakan konkret dan relevan, bukan sekadar narasi berbasis agama.”<sup>64</sup>*

Meskipun isu agama dalam kampanye politik dapat menarik perhatian generasi muda pada awalnya, efektivitasnya cenderung berkurang seiring waktu. Banyak pemilih muda kini lebih tertarik pada isu-isu yang lebih praktis dan relevan, seperti ekonomi dan pendidikan, yang memberikan dampak langsung pada kehidupan mereka. Generasi muda semakin merasa lelah dengan eksploitasi agama dalam politik dan lebih menginginkan solusi nyata. Akibatnya, isu agama menjadi kurang relevan karena pemilih muda lebih memprioritaskan kebijakan konkret yang dapat mengatasi masalah yang mereka hadapi.<sup>65</sup>

<sup>63</sup> Wawancara dengan Osianna Dora Andini Pohan pada tanggal 05 Desember 2024

<sup>64</sup> Wawancara dengan Nurul Bariq pada tanggal 8 Desember 2024

<sup>65</sup> Muhammad Haris Zulkarnain dan Ahmad Saufi, *Urgensi Pendidikan Pemilih Muda Menuju Pemilihan Umum 2024 yang Berintegritas*, Jurnal Bawaslu Vol 3, no. 2 (2021).

Adapun penelitian yang peneliti dapatkan di lapangan adalah salah seorang responden menyarankan untuk menghindari penggunaan agama sebagai alat politik karena dapat mengarah pada polarisasi sosial. Sebagai gantinya, kampanye politik yang menekankan nilai-nilai kebangsaan, inklusivitas, dan penghormatan terhadap perbedaan lebih efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat dan kesadaran bersama dari pada menggunakan isu agama

*“Hindari penggunaan agama sebagai alat politik, seperti menggandeng tokoh agama atau menggunakan simbol-simbol agama untuk tujuan menarik simpati. Sebagai gantinya, kampanye harus mempromosikan nilai-nilai kebangsaan, inklusivitas, dan penghormatan terhadap perbedaan. Dengan begitu, politik bisa menjadi lebih mendidik, membangun kepercayaan masyarakat, dan memperkuat kesadaran bersama akan pentingnya keberagaman di Indonesia.”<sup>66</sup>*

Hal serupa disampaikan dari salah satu narasumber menyebutkan bahwa :

*“Sebagai bagian dari masyarakat, saya merasa penggunaan isu agama dalam kampanye pemilu sebaiknya dihentikan. Agama itu suci dan tidak seharusnya dipakai untuk kepentingan politik. Sebagai warga, saya ingin kita semua lebih kritis dan fokus pada isu-isu penting seperti pembangunan, pendidikan, dan kesejahteraan.”<sup>67</sup>*

Pernyataan ini menunjukkan penolakan terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye pemilu, yang dianggap tidak pantas karena agama dipandang suci dan tidak seharusnya dipolitisasi untuk kepentingan politik. Pandangan tersebut lebih mengutamakan fokus pada isu-isu penting seperti pembangunan, pendidikan, dan kesejahteraan yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat. Hal ini mencerminkan keresahan terhadap politik identitas yang sering memanfaatkan agama untuk meraih dukungan, yang dapat mengarah pada pembelahan masyarakat dan mengabaikan kebutuhan nyata bangsa. Dengan

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Azizah Putri Adinda pada tanggal 10 Desember 2024

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Angga Agustira pada tanggal 5 Desember 2024

menekankan isu-isu konkret, kampanye dapat lebih membangun dan menjawab tantangan sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Pendekatan seperti ini lebih efektif dalam menciptakan pemerintahan yang berorientasi pada kemajuan dan keberlanjutan dibandingkan dengan penggunaan agama sebagai alat politik sesaat.<sup>68</sup>

Namun hasil wawancara dengan salah satu generasi Z dari pesantren menyebutkan bahwa :

*“Sebagai santri, saya merasa nilai-nilai agama itu memang harus jadi prioritas utama dalam memilih pemimpin, saya diajarkan untuk selalu menggunakan agama sebagai pedoman, jadi wajar kalau pemimpin yang punya visi keagamaan kuat lebih saya utamakan.”<sup>69</sup>*

Hasil wawancara dengan salah satu narasumber ini memberikan perspektif yang khas, yaitu sudut pandang seorang santri yang memprioritaskan nilai-nilai agama dalam memilih pemimpin. Pendapat ini menunjukkan bahwa agama merupakan pedoman utama dalam kehidupan, sehingga wajar jika preferensinya terhadap pemimpin didasarkan pada visi keagamaan. Pernyataan ini mencerminkan keyakinan pribadi yang kuat dan selaras dengan latar belakang responder sebagai santri. Argumen tersebut memberikan gambaran tentang bagaimana pendidikan agama yang diterima memengaruhi pandangan politiknya, yaitu dengan menekankan pentingnya nilai-nilai keagamaan dalam kepemimpinan.<sup>70</sup>

<sup>68</sup> Mariam Fatima Barata dan Melvin Bonardo Simanjuntak, "Strategi Publisitas & Propaganda Politik (Studi pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-KH. Ma'ruf Amin)," Jurnal Kominfo Vol 23, no. 2 (2019): 135–154.

<sup>69</sup> Hasil wawancara Amira Nasyiwa Khansa, pada tanggal 05 desember 2024

<sup>70</sup> Dedi Efendi, Iswantir, *Interelasi Pendidikan Agama Islam dan Politik di Indonesia*, Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia Vol 2, No1, (2023)

Wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa ada beragam pendapat terkait penggunaan isu agama dalam kampanye pemilihan presiden beberapa responder mengkritik penggunaan agama dalam politik karena potensi dampaknya yang negatif. Mereka berpendapat bahwa isu agama sering kali memecah belah masyarakat, mengganggu kerukunan sosial, dan menghalangi terciptanya demokrasi yang sehat. Pandangan ini lebih mengutamakan prinsip demokrasi yang inklusif, yang seharusnya berfokus pada persatuan dan penghargaan terhadap keberagaman, bukan pada memecah belah masyarakat berdasarkan perbedaan keyakinan agama.<sup>71</sup>

Hal serupa disampaikan oleh seorang aktivis yang menyebutkan bahwa :

*“Di Aceh, agama memang memengaruhi pilihan politik saya. Masyarakat di sini cenderung memilih pemimpin yang dianggap memiliki integritas agama yang baik. Karena itu, penting bagi calon pemimpin untuk menunjukkan bahwa mereka memahami dan menghargai nilai-nilai agama yang dianut masyarakat.”<sup>72</sup>*

Pandangan ini memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana agama memengaruhi pilihan politik di Aceh, daerah yang dikenal dengan penerapan nilai-nilai syariat Islam. Informan menyoroti bahwa masyarakat di Aceh cenderung memilih pemimpin yang dinilai memiliki integritas agama yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa agama tidak hanya menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, tetapi juga menjadi tolok ukur utama dalam menentukan calon pemimpin yang layak dipercaya. Jawaban ini memiliki kekuatan dalam hal

---

<sup>71</sup> Firdaus M. Yunus, Taslim HM. Yasin, dan Syamsul Rijal. *Politik Identitas dan Politisasi Agama Dalam Konteks Pemilu di Indonesia*. Jurnal Sosial dan Politik, Vol. 9, No. 2 (2023), hlm. 121–137

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan arief, 10 desember 2024

relevansi lokal, karena mencerminkan konteks budaya dan sosial Aceh yang sangat religius. Dengan menyarankan bahwa calon pemimpin perlu memahami dan menghargai nilai-nilai agama masyarakat..<sup>73</sup>

Secara keseluruhan, Generasi Z cenderung lebih pragmatis dalam menentukan pilihannya, mengutamakan calon pemimpin yang menawarkan solusi konkret untuk tantangan nyata. Penggunaan isu agama hanya akan efektif jika diarahkan untuk mendukung nilai-nilai keadilan dan moral universal yang relevan dengan visi dan misi calon. Ketika dibandingkan dengan isu seperti pendidikan dan ekonomi, Generasi Z lebih memilih kebijakan yang berorientasi pada kemajuan jangka panjang dan perubahan positif.

Di sisi lain, ada juga yang menilai bahwa agama seharusnya menjadi faktor penting dalam memilih pemimpin. Bagi mereka, terutama yang berasal dari daerah seperti Aceh, integritas agama menjadi prioritas utama dalam menentukan pemimpin yang dianggap mampu mewakili nilai-nilai yang mereka anut. Mereka percaya bahwa pemimpin yang memiliki visi keagamaan yang kuat akan lebih bisa menjaga nilai-nilai tersebut dalam kehidupan politik dan sosial.<sup>74</sup>

Perbedaan pandangan ini menggambarkan bagaimana generasi yang lebih muda memiliki beragam perspektif mengenai peran agama dalam politik, tergantung pada latar belakang sosial dan budaya mereka. Di satu sisi, ada

---

<sup>73</sup> Dadan Muttaqien, *Parpol Islam dan Gagasan Penerapan Syariat Islam*. Jurnal Hukum Islam, Vol 13. (2005)

<sup>74</sup> Sumanto Al Qurtuby, *Sejarah Politik Politisasi Agama dan Dampaknya di Indonesia*, "Jurnal Maarif Institute Vol 13, no. 2 (2018)

dorongan untuk menghindari politisasi agama yang bisa merusak prinsip dasar demokrasi, sementara di sisi lain, ada kesadaran bahwa agama memiliki peran penting dalam kehidupan politik, terutama di komunitas yang lebih religius.

Beragam pendapat yang dikemukakan menyoroti adanya penolakan terhadap penggunaan isu agama penggunaan isu agama dalam kampanye politik dan menekankan pentingnya fokus pada isu-isu praktis yang lebih relevan, seperti ekonomi, pendidikan, dan pembangunan. Pendapat yang disampaikan menganggap bahwa eksploitasi agama dalam politik dapat menyebabkan polarisasi dan tidak lagi efektif, terutama di kalangan generasi muda yang lebih menginginkan solusi konkret serta kebijakan yang berdampak langsung pada kehidupan mereka. Selain itu, terdapat saran agar kampanye politik lebih menitikberatkan pada nilai-nilai kebangsaan, inklusivitas, dan penghormatan terhadap perbedaan untuk membangun kepercayaan masyarakat, memperkuat keberagaman, serta menciptakan politik yang lebih mendidik dan konstruktif.<sup>75</sup>

#### **4.3. Dampak Isu Agama Kampanye Terhadap Hak Pilih Gen Z**

Isu agama dalam kampanye politik dapat memengaruhi keputusan pemilih, termasuk Gen Z, yang semakin kritis terhadap keberagaman dan toleransi. Meskipun agama memainkan peran penting dalam kehidupan banyak individu, Gen Z cenderung lebih memilih calon yang mengedepankan kebijakan inklusif dan progresif. Namun, ketika isu agama dijadikan fokus utama dalam kampanye,

---

<sup>75</sup> Akmal, Sunita Br. Sianipar, Nesi Surdikina, dan Yessica Devina Hutabarat. *Interaksi Agama dan Politik di Indonesia.* Jurnal Ilmu Politik, Vol. 1, No. 11, hlm. 117–123 (2024).

hal ini dapat memicu polarisasi sosial yang semakin tajam, di mana masyarakat terbagi berdasarkan perbedaan agama. Polarisasi ini mengurangi rasa persatuan dan keterbukaan dalam kehidupan berbangsa, yang seharusnya menjadi landasan kuat bagi keberagaman Indonesia. Kampanye yang menonjolkan isu agama juga berisiko menumbuhkan diskriminasi, memperburuk intoleransi, dan memperdalam jurang pemisah antar kelompok, yang berdampak negatif terhadap stabilitas sosial.<sup>76</sup>

Pandangan Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam kampanye pemilihan presiden dapat dilihat dari beberapa tanggapan dari informan berikut :

*“Menurut saya, penggunaan isu agama dalam kampanye justru sering memberikan dampak negatif. Isu ini bisa memecah belah masyarakat dan menciptakan yang mengganggu kerukunan sosial, dan penggunaan isu sensitif seperti ini malah menghalangi terciptanya demokrasi yang sehat. Demokrasi yang baik seharusnya dibangun di atas persatuan dan penghargaan terhadap keberagaman. Kalau isu agama malah menyebabkan perpecahan, itu bertentangan dengan prinsip demokrasi. Politik seharusnya digunakan untuk menyatukan, bukan memecah belah masyarakat.”<sup>77</sup>*

Berdasarkan hasil pernyataan di atas dapat diuraikan bahwasanya generasi Z berpendapat yang jelas mengenai dampak negatif penggunaan isu agama dalam kampanye. Pendapat tersebut dikuatkan dengan alasan-alasan yang relevan, seperti potensi isu agama untuk memecah belah masyarakat, mengganggu kerukunan sosial, dan menghalangi terwujudnya demokrasi yang sehat. Pernyataan

<sup>76</sup> Rendra Khaldun, Pahrizal Iqrom, dan Mukhtar Tayib, "Agama, Demokrasi, dan Tantangan Kebudayaan di Indonesia," Jurnal UIN Mataram Vol 5, no. 2 (2022).

<sup>77</sup> Wawancara dengan Rizki Kurnia Aldista, pada tanggal 04 Desember 2024

di atas juga menegaskan bahwa demokrasi yang ideal seharusnya berlandaskan persatuan dan penghargaan terhadap keberagaman, menjadikan argumennya selaras dengan prinsip dasar demokrasi.

Fenomena ini semakin menonjol dalam beberapa dekade terakhir, seiring dengan meningkatnya pengaruh kelompok agama dalam politik. Penggunaan retorika agama dalam kampanye politik sering kali memperkuat perbedaan dan memperuncing konflik antara kelompok dengan keyakinan yang berbeda, sehingga memperdalam polarisasi di antara para pemilih. Hal ini menunjukkan bahwa isu agama tidak hanya berdampak pada dinamika sosial, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam pembentukan preferensi politik individu dan kebijakan pemerintah. Akibatnya, perpecahan di antara kelompok pemilih semakin tajam, terutama karena kelompok yang sangat religius cenderung mendukung kandidat atau partai politik yang secara eksplisit menonjolkan nilai-nilai agama dalam platform mereka.<sup>78</sup>

Seperti yang dipaparkan oleh salah seorang masyarakat menyatakan :

*“Agama sering muncul dalam kampanye politik karena kedekatannya dengan kehidupan sehari-hari, namun kita perlu bijak dalam menilai calon berdasarkan visi dan program yang mereka tawarkan, bukan hanya pada isu agama. Isu agama dapat berdampak positif atau negatif terhadap demokrasi. Jika digunakan dengan bijak, isu agama dapat memperkuat persatuan, namun jika hanya dimanfaatkan untuk meraih dukungan, dapat merusak demokrasi dan memecah belah masyarakat”<sup>79</sup>*

---

<sup>78</sup> Putri Dwi Machika, Siti Rahayu, dan Pratami Lexianingrum, *Dampak Isu Agama Dalam Politik Terhadap Polarisasi Pemilih*, Jurnal Isu Politik Vol 2, no. 4 (2024).

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Saidul Fathani Nast, pada tanggal 07 Desember 2024

Pernyataan ini mengenai penggunaan isu agama dalam kampanye politik menunjukkan potensi dampak negatif terhadap demokrasi. Meskipun isu agama sering kali terkait erat dengan kehidupan sehari-hari, penggunaannya dalam kampanye politik perlu dilakukan dengan bijak. Jika isu agama hanya digunakan untuk meraih dukungan politik tanpa mempertimbangkan visi dan program yang ditawarkan oleh calon, hal ini dapat merusak fondasi demokrasi. Penggunaan agama dalam konteks ini berisiko menciptakan polarisasi sosial dan mengalihkan perhatian pemilih dari kebijakan yang lebih substansial, yang pada akhirnya dapat memecah belah masyarakat dan mengurangi kualitas proses demokrasi.

Polarisasi pemilih yang dipicu oleh politisasi agama dalam politik menghasilkan pemisahan yang tajam antara kelompok-kelompok pemilih berdasarkan afiliasi agama mereka, yang pada gilirannya dapat memperburuk ketegangan sosial di masyarakat. Ketika isu agama digunakan dalam kampanye politik, hal ini dapat mempertegas perbedaan identitas antar kelompok, mengarah pada konflik dan meningkatkan intoleransi antar kelompok agama. Ketegangan ini dapat merusak kohesi sosial dan mengancam stabilitas masyarakat, karena masyarakat menjadi terfragmentasi dan lebih sulit untuk mencapai konsensus dalam proses politik. Dalam konteks ini, politisasi agama tidak hanya mengancam nilai-nilai kesetaraan dan keberagaman, tetapi juga mengganggu prinsip dasar demokrasi yang mendukung inklusivitas dan persatuan.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Putri Dwi Machika, Siti Rahayu, dan Pratami Lexianingrum, *Dampak Isu Agama Dalam Politik Terhadap Polarisasi Pemilih*, "Jurnal Isu Politik Vol 2, no. 4 (2024).

Hal senada juga diungkapkan oleh informan lainnya dengan hasil wawancara sebagai berikut :

*“penggunaan isu agama cenderung memiliki dampak negatif. Agama adalah hal yang sangat sensitif dan seharusnya tidak dimainkan begitu saja. Dalam demokrasi yang sehat, seperti yang saya pelajari di sekolah, pemimpin seharusnya dipilih berdasarkan kemampuan, integritas, dan program kerja yang jelas, bukan semata-mata karena klaim kedekatan dengan agama tertentu”<sup>81</sup>*

Pernyataan diatas menunjukkan pandangan yang kritis terhadap penggunaan isu agama dalam politik, dengan argumen yang menyoroti sensitivitas agama dan dampak negatifnya. Ia mengaitkan penggunaan isu agama dengan potensi manipulasi yang tidak sesuai dengan prinsip demokrasi yang sehat, serta mengajukan alternatif ideal dalam memilih pemimpin, yaitu berdasarkan kemampuan, integritas, dan program kerja.

Hal serupa disampaikan oleh satu mahasiswa :

*“Menggunakan isu agama dalam kampanye sering menjadi topik kontroversial di Indonesia. Beberapa kandidat atau partai memanfaatkan simbol agama, ayat-ayat suci, atau narasi religius untuk menarik dukungan pemilih, yang bisa mengarah pada polarisasi. Di Aceh, pemilu 2024 juga menyoroti pentingnya isu pendidikan di samping agama. Walaupun demikian, kampanye berbasis agama perlu hati-hati agar tidak memecah belah masyarakat dan mengalihkan fokus pada alasan rasional dalam memilih.”<sup>82</sup>*

Hasil wawancara tersebut menyoroti penggunaan isu agama dalam kampanye politik, yang meskipun sering digunakan, berpotensi memecah belah masyarakat jika tidak dikelola dengan hati-hati. Terdapat kecenderungan bagi kandidat atau partai untuk mengeksploitasi agama demi memperoleh dukungan, bahkan dengan

<sup>81</sup> Wawancara dengan Jehan Musfi Oktavia, pada tanggal 03 Desember 2024

<sup>82</sup> Wawancara dengan Jauhar Asyraf, pada tanggal 06 Desember 2024

memanfaatkan simbol agama atau mengutip ayat-ayat tertentu. Namun, di samping agama, isu pendidikan juga penting dan harus lebih difokuskan. Diskursus kampanye yang berbasis pada isu agama perlu dipertimbangkan secara bijaksana agar tidak merusak prinsip demokrasi yang mengutamakan kebebasan berpendapat.

Hasil temuan yang peneliti dapatkan dari pengaruh isu agama dalam kampanye terhadap nilai demokrasi berikut paparannya dari salah satu mahasiswi :

*“Isu agama dalam kampanye politik di Indonesia dapat mencerminkan demokrasi yang buruk. Agama merupakan peran penting dalam kehidupan sehari-hari dan konflik berbau agama di Indonesia membuat isu yang sensitif sehingga paslon kadang-kadang mengangkat isu agama untuk membangkitkan emosi dikalangan pemilih.”<sup>83</sup>*

Analisis terhadap wawancara ini memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai dampak penggunaan isu agama dalam kampanye politik di Indonesia, yang mencerminkan demokrasi yang buruk. Responden menyoroti bahwa agama memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, namun ketika paslon mengangkat isu agama untuk membangkitkan emosi pemilih, hal ini dapat memperburuk polarisasi sosial.

Wawancara ini juga menyoroti bagaimana politisasi agama bisa dimanfaatkan untuk membangkitkan emosi pemilih—hal yang tidak hanya merusak kualitas

---

<sup>83</sup> Hasil wawancara dengan Serly Agustin pada tanggal 5 desember 2024

debat politik, tetapi juga mengancam prinsip demokrasi dengan menciptakan polarisasi yang di masyarakat<sup>84</sup>.

Adapun pendapat yang peneliti dapatkan dari seorang aktivis, politik identitas sangat berbahaya karena dapat memecah belah masyarakat dan menciptakan konflik yang tidak perlu. Genarasi Z perlu lebih kritis dan bijak sebagai pemilih, agar tidak terpengaruh oleh narasi agama yang digunakan untuk kepentingan politik. Berikut paparannya :

*“Penggunaan agama dalam kampanye, terutama sebagai bagian dari politik identitas, sangat berbahaya. Hal ini dapat memecah belah masyarakat dan menciptakan konflik yang seharusnya tidak perlu terjadi. Kita harus lebih kritis dan bijak dalam menyikapi hal ini, terutama sebagai pemilih. Penting untuk tidak hanya terpengaruh oleh narasi agama, tetapi juga fokus menilai visi, misi, dan program kerja kandidat secara rasional.”<sup>85</sup>*

Hasil wawancara tersebut menyimpulkan bahwa penggunaan agama dalam kampanye politik, khususnya dalam bentuk politik identitas, dapat sangat berbahaya. Hal ini berpotensi memecah belah masyarakat dan menimbulkan konflik yang seharusnya dapat dihindari. Oleh karena itu, penting bagi pemilih untuk bersikap kritis dan bijak, dengan menilai visi, misi, dan program kerja kandidat secara rasional, bukan hanya terpengaruh oleh narasi agama yang digunakan dalam kampanye.

Adapun hal serupa dari kalangan gen Z memaparkan :

*“ Penggunaan isu agama dalam kampanye bisa memberikan pengaruh positif jika digunakan untuk tujuan memperkuat kerukunan. Namun, jika hanya*

---

<sup>84</sup> Tasya Arnestya Santika dan Muh. Nur Rochim Maksum, "Dampak Politik Identitas (Politisasi Agama) Terhadap Sistem Demokrasi di Indonesia: Perspektif Muhammadiyah," Jurnal Politik Identitas Vol 2, no. 6 (2024).

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan Fery Darmawan, pada tanggal 7 Desember 2024

*dimanfaatkan untuk meraih dukungan politik, bisa berpotensi merusak demokrasi. Kampanye sebaiknya difokuskan pada visi yang jelas dan solusi nyata.*<sup>86</sup>

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa penggunaan isu agama dalam kampanye bisa memiliki dampak positif jika tujuannya adalah untuk memperkuat kerukunan antar kelompok masyarakat. Namun, jika digunakan hanya untuk meraih dukungan politik, hal ini berpotensi merusak demokrasi, dengan meningkatkan polarisasi sosial dan mengabaikan nilai-nilai inklusivitas. Ia juga menekankan pentingnya fokus pada visi yang jelas dan solusi nyata dalam kampanye, yang lebih mendukung prinsip demokrasi yang sehat dan mengurangi pemanfaatan isu sensitif untuk kepentingan politik sesaat.<sup>87</sup>

Hasil wawancara menunjukkan adanya dua sisi dalam penggunaan isu agama dalam kampanye politik. Di satu sisi, pandangan yang diungkapkan menyatakan bahwa isu agama memiliki kedekatan dengan kehidupan sehari-hari, yang dapat memperkuat kerukunan jika digunakan dengan bijak, memperlihatkan potensi dampak positif terhadap persatuan dalam masyarakat. Namun, di sisi lain, pendapat tersebut menekankan bahwa jika isu agama hanya dimanfaatkan untuk meraih dukungan politik tanpa memperhatikan dampak jangka panjang, hal ini dapat memecah belah masyarakat dan merusak demokrasi.

Pentingnya bijak dalam menilai calon politik berdasarkan visi, misi, dan program kerja mereka, dan bukan hanya pada narasi agama, juga menjadi poin yang ditekankan. Responden juga menyebutkan bahwa politik identitas, yang

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan Friska Nadila, pada tanggal 8 desember 2024

<sup>87</sup> Firdaus M. Yunus, Taslim HM. Yasin, dan Syamsul Rijal. *Politik Identitas dan Politisasi Agama Dalam Konteks Pemilu di Indonesia.* Jurnal Sosial dan Politik, Vol. 9, No. 2 (2023), hlm. 121–137

sering menggunakan agama sebagai alat untuk membangkitkan emosi, bisa sangat berbahaya karena dapat menciptakan konflik yang tidak perlu dan memperburuk polarisasi sosial.<sup>88</sup>

Isu agama yang digunakan dalam kampanye politik memiliki dampak yang signifikan terhadap hak pilih Generasi Z. Berdasarkan hasil wawancara, Gen Z secara kritis memandang bahwa penggunaan isu agama yang tidak bijak berpotensi memecah belah masyarakat dan mengancam prinsip demokrasi yang sehat. Mereka lebih mengutamakan calon pemimpin yang menawarkan visi, misi, dan program kerja yang jelas serta relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti kebijakan pendidikan, ekonomi, dan keberagaman.

Generasi Z juga menyadari bahaya politisasi agama, terutama dalam bentuk politik identitas yang dapat meningkatkan polarisasi sosial dan memperburuk konflik antar kelompok. Sementara itu, mereka menekankan bahwa agama, jika digunakan dengan bijak, dapat memperkuat kerukunan dan persatuan. Namun, jika hanya dijadikan alat untuk meraih dukungan politik, hal ini cenderung merusak demokrasi dengan mengalihkan perhatian dari isu-isu substansial.<sup>89</sup>

Beberapa wawancara mengungkapkan bahwa Generasi Z menolak pendekatan kampanye yang berfokus pada eksploitasi isu agama. Sebaliknya, mereka mendorong pemilih untuk lebih rasional dan kritis dalam memilih pemimpin berdasarkan integritas, kompetensi, dan program kerja yang konkret.

---

<sup>88</sup> I Putu Sastra Wingarta, Berlian Helmy, Dwi Hartono, I Wayan Mertadana, Reda Wicaksono, *Pengaruh Politik Identitas Terhadap Demokrasi di Indonesia (The Influence of Identity Politics on Indonesian Democracy)*, Jurnal Lemhannas RI Vol 9 No 4.(2021)

<sup>89</sup> Firdaus M. Yunus, Taslim HM. Yasin, dan Syamsul Rijal. *Politik Identitas dan Politisasi Agama Dalam Konteks Pemilu di Indonesia*. Jurnal Sosial dan Politik, Vol. 9, No. 2 (2023), hlm. 121–137

Mereka melihat pentingnya menjaga keberagaman dan inklusivitas sebagai fondasi demokrasi yang sehat, menjauhkan politik dari retorika agama yang bersifat memecah belah.

Generasi Z menunjukkan preferensi terhadap pemimpin yang berkomitmen untuk mewujudkan perubahan nyata melalui kebijakan progresif yang berfokus pada solusi nyata, dibandingkan narasi berbasis agama yang tidak berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat. Sikap ini mencerminkan harapan mereka untuk menjaga stabilitas sosial dan memperkuat nilai-nilai keberagaman dalam demokrasi Indonesia.<sup>90</sup>

#### **4.4. Analisis Peneliti**

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa isu agama dalam kampanye politik Indonesia, khususnya pada Pemilu 2024, memiliki dampak yang beragam terhadap pandangan politik masyarakat dan proses demokrasi. Berbagai perspektif ini mencerminkan bagaimana masyarakat, terutama generasi muda, merespons penggunaan isu agama dalam politik, serta bagaimana mereka memandang isu tersebut dalam konteks demokrasi yang sehat.

Mayoritas masyarakat tidak setuju apabila agama dimanfaatkan sebagai alat politik untuk meraih dukungan. Banyak yang menilai bahwa politik seharusnya lebih fokus pada visi dan program yang berkaitan dengan kepentingan umum, seperti ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan, bukan hanya memanfaatkan isu agama untuk meraih simpati. Penggunaan agama sebagai alat kampanye dianggap

---

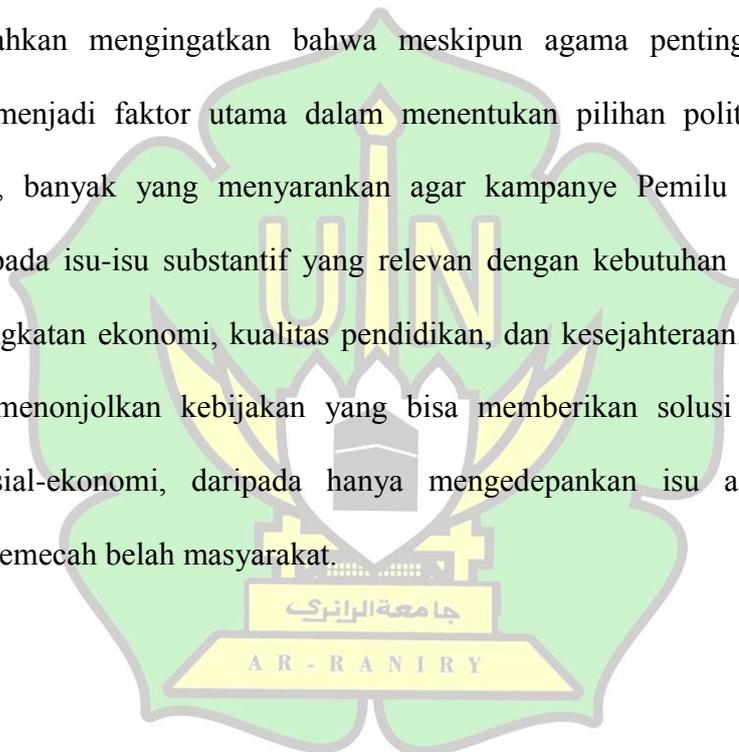
<sup>90</sup> Harry William, Martinah, dan Riniwati. *Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni Di Tengah Keberagaman.* Jurnal Generasi Z, Vol. 2, No. 2 (2024).

tidak etis dan dapat merusak nilai-nilai demokrasi yang seharusnya menekankan pada integritas serta kebijakan yang relevan dan nyata. Banyak yang lebih tertarik pada program yang bisa memberikan dampak langsung dan signifikan kepada masyarakat, seperti peningkatan kualitas pendidikan dan kesejahteraan, daripada kampanye yang mengandalkan isu agama.

Namun, ada pula pandangan yang menyatakan bahwa agama memiliki peran yang tidak bisa diabaikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Beberapa daerah, seperti Aceh, menganggap bahwa agama memiliki pengaruh besar dalam menentukan pilihan politik. Di sini, calon pemimpin dengan integritas agama yang baik lebih diterima oleh masyarakat lokal yang sangat menghargai nilai-nilai agama dalam kehidupan mereka. Meskipun demikian, penggunaan agama dalam kampanye seharusnya dilakukan dengan bijak, mengedepankan toleransi, kerukunan, dan sejalan dengan kebijakan yang ditawarkan oleh calon pemimpin.

Banyak juga yang menyoroti potensi dampak negatif dari penggunaan isu agama dalam kampanye, terutama terkait dengan perpecahan sosial. Politik identitas yang mengandalkan agama dianggap bisa memicu polarisasi di kalangan pemilih, menciptakan ketegangan, bahkan berpotensi mengancam kerukunan sosial. Hal ini dianggap bertentangan dengan prinsip dasar demokrasi yang seharusnya mengedepankan kesatuan dan keberagaman sebagai landasan utama kehidupan berbangsa. Oleh karena itu, dalam pandangan ini, politik seharusnya berfungsi untuk menyatukan, bukan memecah belah masyarakat.

Sebagian besar kalangan generasi muda menunjukkan sikap kritis dan rasional dalam memilih calon pemimpin. Mereka lebih menilai kebijakan dan program yang ditawarkan calon pemimpin, dibandingkan dengan hanya fokus pada isu agama. Bagi mereka, pemimpin yang ideal adalah yang memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah nyata yang dihadapi masyarakat, bukan hanya mengandalkan agama sebagai alat untuk meraih dukungan politik. Beberapa bahkan mengingatkan bahwa meskipun agama penting, itu tidak seharusnya menjadi faktor utama dalam menentukan pilihan politik. Sebagai rekomendasi, banyak yang menyarankan agar kampanye Pemilu 2024 lebih difokuskan pada isu-isu substantif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti peningkatan ekonomi, kualitas pendidikan, dan kesejahteraan. Kampanye seharusnya menonjolkan kebijakan yang bisa memberikan solusi nyata bagi masalah sosial-ekonomi, daripada hanya mengedepankan isu agama yang berpotensi memecah belah masyarakat.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pandangan Generasi Z terhadap penggunaan isu agama dalam politik di Indonesia, serta dampak yang ditimbulkan terhadap pilihan politik mereka, dapat disimpulkan beberapa hal utama:

1. Pandangan Generasi Z terhadap Isu Agama dalam Politik, Isu agama dalam politik, meskipun masih relevan di Indonesia, mendapat perhatian yang berbeda dari Generasi Z. Banyak responden menyadari bahwa isu agama sering digunakan oleh politisi sebagai strategi untuk menarik dukungan, namun mereka cenderung mengkritik praktik tersebut. Sebagian besar responden menganggap bahwa penggunaan isu agama dalam kampanye bertentangan dengan prinsip demokrasi yang sehat dan dapat memecah belah masyarakat. Mereka menilai bahwa isu seperti ekonomi, pendidikan, dan kebijakan konkret lebih relevan dan penting untuk dipertimbangkan dalam menentukan pilihan politik.
2. Dampak Penggunaan Isu Agama terhadap Pilihan Politik, Penggunaan isu agama dalam kampanye politik dapat mempengaruhi preferensi politik, tetapi sering kali berdampak negatif, seperti menciptakan polarisasi dan mengganggu stabilitas sosial. Responden menekankan bahwa isu agama seharusnya tidak menjadi faktor utama dalam memilih pemimpin. Sebaliknya, mereka lebih mengutamakan kebijakan, integritas, dan visi

kandidat sebagai pertimbangan utama. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun agama memiliki peran penting dalam masyarakat, Generasi Z lebih menghargai substansi dan kualitas pemimpin daripada retorika berbasis agama.

3. Integritas dan Relevansi Isu Agama, Persepsi Generasi Z terhadap integritas penggunaan isu agama menunjukkan bahwa mereka menginginkan agar agama tidak hanya dijadikan alat politik, melainkan dijalankan secara tulus sesuai dengan nilai-nilai moral yang diusung. Namun, penggunaan isu agama yang tidak seimbang dan berlebihan dapat menyebabkan dampak negatif, seperti polarisasi dan mengabaikan isu-isu penting lainnya. Relevansi isu agama dalam politik tetap penting, tetapi harus digunakan dengan bijak agar tidak merusak nilai demokrasi dan keharmonisan sosial.
4. Preferensi terhadap Pemimpin yang Ideal, Generasi Z cenderung memilih pemimpin berdasarkan kualitas pribadi, program kerja konkret, dan rekam jejak, bukan hanya karena faktor agama. Mereka mengutamakan visi dan kebijakan yang dapat memberikan dampak nyata bagi masyarakat, seperti peningkatan pendidikan, ekonomi, dan kesejahteraan sosial. Ini menunjukkan pergeseran pola pikir yang lebih rasional dan kritis, di mana politik identitas yang mengedepankan isu agama semakin kurang efektif di kalangan mereka.

## 5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan:

1. Bagi Calon Pemimpin dan Partai Politik Calon pemimpin dan partai politik diharapkan untuk lebih mengutamakan program kerja yang nyata dan kebijakan konkret dalam kampanye, alih-alih mengandalkan isu agama sebagai strategi. Mengedepankan integritas dan kualitas kepemimpinan akan lebih menarik bagi Generasi Z dan menciptakan pemilu yang lebih sehat dan berorientasi pada substansi.
2. Bagi Masyarakat dan Pemilih Generasi Z Generasi Z diharapkan untuk tetap kritis dan selektif dalam memilih pemimpin. Pemilih harus lebih fokus pada kemampuan, visi, dan kebijakan calon daripada terjebak dalam narasi politik berbasis agama yang bersifat simbolis. Hal ini penting agar mereka dapat berpartisipasi dalam proses demokrasi yang sehat, berdasarkan alasan yang rasional dan substansi.
3. Bagi Peneliti dan Pemerhati Politik Penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh isu agama dalam politik dan pergeseran preferensi politik di kalangan generasi muda dapat dilakukan untuk memahami tren yang sedang berkembang. Hal ini penting untuk mengidentifikasi langkah-langkah strategis guna memperkuat prinsip demokrasi yang inklusif dan mengurangi potensi konflik sosial.

Dengan pendekatan yang lebih berbasis kebijakan dan integritas, diharapkan pemilu di Indonesia dapat berlangsung lebih adil, rasional, dan mendukung kemajuan sosial serta pembangunan negara yang berkelanjutan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abang Zainudin. "*Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Partisipasi Generasi Z di Pedesaan Pada Pemilu Tahun 2024: Suatu Studi di Desa Sungai Ana Kecamatan Sintang.*" *Jurnal Komunikasi*, Vol. 22, No. 2 (2024).
- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoirin, 2019, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo) Hal.76
- Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah Vol 17, No 33, Hal 91.
- Ahmad Thaufan Dwi Saputra. "*Partisipasi Politik Umat Islam dalam Aksi Massa 212 dan Implikasinya terhadap Wajah Islam Indonesia.*" *Jurnal Politik Islam*, Vol. 7, No. 2 (2020).
- Ajat Sudrajat, *Relasi Umat Islam dan Kristen: Beberapa Faktor Pengganggu*, *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*, Vol 6 No, Hal 3. (2020)
- Akmal, Sunita Br. Sianipar, Nesi Surdikina, dan Yessica Devina Hutabarat. *Interaksi Agama dan Politik di Indonesia.*" *Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 1, No. 11, hlm. 117–123 (2024).
- Amar Muhyi Diinis Sipa. "*Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia.*" *Jurnal Politik*, Vol. 6, No. 2. (2021)
- Ananda Hulwatun Nisa, Hidayatul Hasna, dan Linda Yarni. *Persepsi.*"*Jurnal Psikologi Sosial*, Vol. 2, No. 4 (2023), Bukittinggi.
- Berliani Ardha. "*Social Media Sebagai Media Kampanye Partai Politik 2014 di Indonesia.*"*Jurnal Komunikasi Sosial*, Vol. 13, No. 1, hlm. 104.(2014)
- Clara Pelita Tinambunan, Siera Syailendra, dan Feny Selly Pratiwi. "*Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik.*"*Jurnal Ilmu Politik*, Vol. 16, No. 3 hlm. 325–337. (2024)
- Dadan Muttaqien, *Parpol Islam dan Gagasan Penerapan Syariat Islam.* *Jurnal Hukum Islam*, Vol 13. (2005)
- Dedi Efendi, Iswantir, *Interelasi Pendidikan Agama Islam dan Politik di Indonesia*, *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia* Vol 2, No1, (2023)

Delmus Puneri Salim. *Preferensi Pemilih Muslim Dalam Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020 di Sumatera Barat dan Sulawesi*. Jurnal Politik Islam. Vol 5 No 1 (2020) Manado

Dian Ratna Sawitri. *Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul*. (2023) Jawa Tengah

Dudih Sutrisman, *Pendidikan Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa* (Quepedia, 2019), hlm. 75–76.

Emerentia Levana, Agnes Harnadi, dan Astuti Kusumawicitra. "Pentingnya Manajemen Isu bagi Maskapai Penerbangan dalam Menghadapi Dampak COVID-19 (Studi: Cathay Pacific Airways)." *Jurnal Manajemen Isu*, Vol. 10, No. 2 hlm. 12–23 (2024).

Evan Glen Widjaja; Steven Yehezkiel; Muhammad Darren Husaini; Andryanto Lim, *Pengaruh Agama pada Masyarakat Indonesia dalam Melaksanakan Pemilihan Umum*, Vol 2 No 1, Hal 1-25, (2024)

Faisal Ismail, *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis* (Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997), 28.

Gonda Yumitro, "Partai Islam dalam Dinamika Demokrasi di Indonesia," *Jurnal Universitas Gadjah Mada*, Vol. 17, No. 1, Juli 2020.

Firdaus M. Yunus, Taslim HM. Yasin, dan Syamsul Rijal. *Politik Identitas dan Politisasi Agama Dalam Konteks Pemilu di Indonesia*. "Jurnal Sosial dan Politik, Vol. 9, No. 2 (2023), hlm. 121–137

Hadi Suprpto Arifin, Ikhsan Fuady, dan Engkus Kuswarno, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah di Kota Serang," *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik* 21, no. 1 (2017): 88–101, Semarang.

Harry William, Martinah, dan Riniwati. *Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni Di Tengah Keberagaman*." *Jurnal Generasi Z*, Vol. 2, No. 2 (2024).

Husnul Khaatimah, Restu Wibawa, *Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar*, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, Vol 2, No 2, Hal 80, Mataram (2017)

I Putu Sastra Wingarta, Berlian Helmy, Dwi Hartono, I Wayan Mertadana, Reda Wicaksono, *Pengaruh Politik Identitas Terhadap Demokrasi di Indonesia*

(The Influence of Identity Politics on Indonesian Democracy), *Jurnal Lemhannas RI* Vol 9 No 4.(2021)

im Shoimah, *Peran Keluarga Sebagai Agen Sosialisasi Politik Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Gubernur Jawa Barat di Kabupaten Indramayu* (Semarang: UNS, 2013), 2.

Indra Lestari, Iriyani Astuti Arief, dan Muh. Djufri Rachim. *Partisipasi Politik Generasi Z pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024.* *Jurnal Politik Digital*, Vol. 7, No. 4 (2024), hlm. 2297–2308.

Indri Angraeni, *Penggunaan Simbol Agama Dalam Kampanye Pemilihan Umum Perspektif Fiqh Siyasah dan Hukum Positif* (Lampung: UIN Raden Lampung, 2021)

Irma Yusriani Simamora, Alya Azra Mutia Nasution, Dona Dwi Novita, Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, dan Rusydi Aulia Siregar, *Peran Generasi Z dalam Pemilu 2024 di Indonesia,* *Jurnal Pendidikan Tumbasai* Vol 8, no. 1 (2024), Medan.

J. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, Inc, 2018), Singapura.

KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2019.

Ladinda Sheila Putri Aryadi, *"Peranan Generasi Z Dalam Bidang Politik Pemilu 2024,* *Jurnal Politik Generasi Z* Vol 2, no. 1 (2023): 2.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

Lusy Asa Akhrani, Fitsabilla Imansari, dan Faizah, *"Kepercayaan Politik dan Partisipasi Politik Pemilih Pemula,"* *Jurnal Psikologi* Vol 4, no. 1 (2018): 1–6.

M. Tufiq Rahman, *Agama dan Politik Identitas Dalam Kerangka Sosial* (Bandung: Penerbit Prodi S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), 23.

Marulak Pardede, *"Implikasi Sistem Pemilihan Umum Indonesia (The Implication of Indonesia Election System),"* *Jurnal Demokrasi* Vol 3, no. 1 (2019).

Mariam Fatima Barata dan Melvin Bonardo Simanjuntak, *"Strategi Publisitas & Propaganda Politik (Studi pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-KH. Ma'ruf Amin),"* *Jurnal Kominfo* Vol 23, no. 2 (2019): 135–154.

Muhammad Darren Husaini, Andryanto Lim, Evan Glen Widjaja, dan Steven Yehezkiel, "*Pengaruh Agama pada Masyarakat Indonesia dalam Melaksanakan Pemilihan Umum*," *Jurnal Pemilu dan Demokrasi* Vol 2, no. 1 (2024): 1–25.

Muhammad Haris Zulkarnain dan Ahmad Saufi, "*Urgensi Pendidikan Pemilih Muda Menuju Pemilihan Umum 2024 yang Berintegritas*," *Jurnal Bawaslu* Vol 3, no. 2 (2021).

Muhammad Ichlas El Qudsi dan Ilham Ayatullah Syamtar, "*Instagram dan Komunikasi Politik Generasi Z Dalam Pemilihan Presiden 2019 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Pertamina)*," *Jurnal Universitas Muhammadiyah* Vol 4, no. 2 (2020).

Muhamad Idris Purwanto, Kalis Purwanto, Achmad Fauzan, dan Irton, "*Persepsi Generasi Muslim Z terhadap Politik Uang pada Pemilihan Umum di Daerah Istimewa Yogyakarta*," *Universitas Amikom Yogyakarta*, 2023, hlm. 92.

Muliza, "*Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Y dan Generasi Z Muslim di Kota Banda Aceh*," *Jurnal Keuangan Islam* Vol 13, no. 2 (2024).

Nabil Lintang Pamungkas, Agung Widiyantoro, dan Moddie Alvianto Wicaksono, "*Relasi Politik dan Isu Agama: Dinamika Politik PKS dan Aksi Bela Islam pada Pemilu Serentak 2019*," *Jurnal UMM* Vol 6, no. 1 (2020).

Nina Siti Salmaniah Siregar, *Metode dan Teknik Wawancara* (Medan: 2002).

Nina Widyawati, *Etnisitas Dan Agama Sebagai Isu Politik Kampanye JK-Wiranto Pada Pemilu 2009* (Jakarta: 2014), 1.

Nency Siagian, Putri Cristina Pardede, Devi Silaban, Zahirah Nazwa, Almarisa Berutu, Hera Chairunnisa, dan Ayu Nadira Wulandari, "*Pentingnya Dokumentasi dalam Penyampaian Berita*," *Jurnal Studi Multidisipliner* Vol 8, no. 6 (2024)

Philip Kotler dan Kevin Keller, *Marketing Management*, 15th ed. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc., 2016).

Putri Dwi Machika, Siti Rahayu, dan Pratami Lexianingrum, "*Dampak Isu Agama Dalam Politik Terhadap Polarisasi Pemilih*," *Jurnal Isu Politik* Vol 2, no. 4 (2024).

Rahmat, 2005.

Ramlan Surbakti, *Memahami Ilmu Politik* (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, 1992), 160.

Raja Marwazi dan Siti Fatimah, "*Demokrasi dan Partai Lokal: Mencermati Dinamika Pemilihan Umum di Aceh*," *Jurnal Demokrasi* Vol 10, no. 1 (2023): 70–82.

Raistin Nur Abidin, *Dinamika Partisipasi Politik Pada Generasi Z: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pamulang Prodi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, *Jurnal Unpam* Vol 4, no. 2 (2024).

Rendra Khaldun, Pahrizal Iqrom, dan Mukhtar Tayib, "*Agama, Demokrasi, dan Tantangan Kebudayaan di Indonesia*," *Jurnal UIN Mataram* Vol 5, no. 2 (2022).

Riki Ronaldo, *Politisasi Agama dan Politik Kebencian pada Pemilu Presiden Indonesia 2019*, *Jurnal Politik* Vol 3, Vol no. 1 (2021): 33–48.

Rizky Dermawan Soemanagara, *Persepsi Peran, Konsistensi Peran, dan Kinerja*, *Jurnal Ilmu Administrasi* Vol 3, no. 4 (2006).

Siti Ariska Nur Hasanah, Dwi Agustina, Oktavia Ningsih, dan Intan Nopriyanti, "*Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley*," *CiDEA Journal* Vol. 3, No. 1 (Juni 2024), hlm. 44–54.

Siti Fatimah, "*Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu*," Vol 1 No 1 (2018): 7, Semarang.

Siti Fatimah dan Jerico Mathias, "*Politisasi Agama Pemecah Keutuhan Bangsa dalam Pemilu*," Vol 4 No 3 (2018), Semarang.

Sumanto Al Qurtuby, *Sejarah Politik Politisasi Agama dan Dampaknya di Indonesia*, *Jurnal Maarif Institute* Vol 13, no. 2 (2018)

Sugianto, Visman, dan Darwin, "*Politik Identitas Terhadap Polarisasi Pemilu*," Vol 16 No 3 (2022).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 117.

Swarjana, 2022.

Tasya Arnestya Santika dan Muh. Nur Rochim Maksum, "*Dampak Politik Identitas (Politisasi Agama) Terhadap Sistem Demokrasi di Indonesia: Perspektif Muhammadiyah*," *Jurnal Politik Identitas* Vol 2, no. 6 (2024).

T. Rivaldo Putraa, Ririn Tri Wahyuni, Nayla Meilani, Mutiara Anjani, dan Dian Kumala Sari, "*Partisipasi Politik Gen Z: Eksplorasi Peran Media Sosial dalam Pembentukan Kesadaran Politik Remaja*," Vol 2 No 1 (2024): 61–68, Riau.

Toha, 2003.

Tumpal Daniel S. "*Pilpres 2024: Populisme Islam dan Politik Identitas*." *Jurnal Politik Islam*, Vol. 5, No. 2 (2023).

Undari Sulung dan Mohamad Muspawi, "*Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier*," Volume 5 No 3 (2024).

Veronica Dela Rosa, Dinda Fadhila, Nathasya Salsabilla, Ridho Satria Tangguh Anwar, dan Muhammad Randa, "*Peran Generasi Z Dalam Pemilu Yang Bersih dan Demokratis*," *Jurnal Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai* vol 7, no. 2 (2024).

W. Meliala, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilih Dalam Pemilihan Umum Kepala Daerah dan Penerapan Strategi Bertahan dan Menyerang Untuk Memenangkan Persaingan*," *Jurnal Ilmu Politik* Vol 2, no. 2 (2024): 16–17.

Wawancara dengan *Nurul Bariq*, pada tanggal 8 Desember 2024.

Wawancara dengan *Amira Nasyiwa Khansa*, pada tanggal 05 Desember

Wawancara dengan *Arief*, pada tanggal 10 Desember

Wawancara dengan *Azizah Putri Adinda*, pada tanggal 10 Desember 2024.

Wawancara dengan *Angga Agustira*, pada tanggal 5 Desember 2024.

Wawancara dengan *Febry Chinta Azhari*, pada tanggal 03 Desember 2024

Wawancara dengan *Rizki Kurnia Aldista*, pada tanggal 4 Desember 2024.

Wawancara dengan *Saidul Fathani Nast*, pada tanggal 7 Desember 2024.

Wawancara dengan *Jehan Musfi Oktavia*, pada tanggal 3 Desember 2024.

Wawancara dengan *Ossiana Dora Andini Pohan*, pada tanggal 05 Desember

Wawancara dengan *Serly Agustin*, pada tanggal 5 Desember 2024.

Wawancara dengan *Fery Darmawan*, pada tanggal 7 Desember 2024.

Wawancara dengan *Tessa Distira Oktavia*, pada tanggal 04 Desember 2024

Wawancara dengan *Friska Nadila*, pada tanggal 8 Desember 2024.

Wawancara dengan *Jauhar Asyraf*, pada tanggal 06 Desember

Y. Meliala, "*Pentingnya Peran Pemuda dalam Proses Demokrasi di Indonesia*," Jurnal UNNESA (2023).

Zidan Syahira, "*Peran Generasi Z Dalam Pemilu 2024 di Indonesia*," Jurnal Pendidikan Tambusai Vol 8, no. 1 (2024).

Zidan Syahira, Windi Sakila Nazwa, dan Rusydi Aulia Siregar, "*Peran Generasi Z Dalam Pemilu 2024 di Indonesia*," Jurnal Politik Pemilu Vol 8, no. 1 (2024), Medan.



LAMPIRAN







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN  
 Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
 Tlp. 0651-7552921- 7552922 Fax 065-7552922  
 Website : <https://ar-raniry.ac.id> | Email : [fisip@ar-raniry.ac.id](mailto:fisip@ar-raniry.ac.id)

Kode Dokumen
Kode Formulir :
Tanggal Efektif : 2 September 2024
Nomor Revisi : 2
Halaman : 1 dari 1

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : 006/Un.08/FISIP.IPO/PP.00.9/1/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : Ramzi Murziqin, M.A.
2. NIP/NIDN. : 198605132019031006/ 2013058601
3. Pangkat/Golongan/Ruang : Lektor/ III/c
4. Jabatan : Sekretaris Program Studi
5. Pada Fak/Perguruan Tinggi : FISIP UIN Ar Raniry Banda Aceh

Menerangkan bahwa tugas akhir skripsi yang berjudul:

\_\_\_\_\_ Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Isu Agama  
 Dalam Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Submission ID. 2560976841 \_\_\_\_\_

Yang diajukan oleh mahasiswa

1. N a m a : Putri Zelsi Arisandi
2. NIM : 200801018
3. Semester : IX
4. Program Studi : Ilmu Politik
5. Tahun Akademik : Ganjil 2024/2025
6. Pembimbing : Aklima, M.A.

telah dilakukan pengecekan *similarity* dan dinyatakan LULUS Plagiasi dengan hasil 13%, maka dinyatakan telah memenuhi persyaratan sebagai syarat pendaftaran Ujian Munaqasyah Skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Banda Aceh  
 Pada Tanggal : 8 Januari 2025

Program Studi Ilmu Politik  
 Sekretaris,

Ramzi Murziqin, M.A.  
 NIP. 198605132019031006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN  
 Jalan Syekh Abdul Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
 Telepon: 0651-7552921, 7551857; Fax. 0651-7552922  
 Website: [www.fisip.uin-ar-raniry.ac.id](http://www.fisip.uin-ar-raniry.ac.id) e-mail: [fisip@ar-raniry.ac.id](mailto:fisip@ar-raniry.ac.id)

Nomor : B-2366/Un.08/FISIP/PP.00.9/12/2024 05 Desember 2024  
 Lamp. : -  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian Mahasiswa

Yth. 1. Mahasiswa Kota Banda Aceh, UIN Ar-Raniry. Universitas Syiah Kuala  
 2. Aktivistis Muda Kota Banda Aceh  
 3. Masyarakat Kota Banda Aceh  
 di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berkenaan dengan penyusunan Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh, untuk itu kami mohon izin mahasiswa yang namanya tersebut dibawah ini untuk melakukan penelitian dan pengambilan data, adapun nama mahasiswa tersebut sebagai berikut:

Nama : Putri Zelsi Arisandi  
 Nim : 200801018  
 Prodi/Semester : Ilmu Politik / IX  
 No.Hp : 0822759026313  
 Alamat : JL. Utama Rukoh  
 Judul Skripsi : Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Penggunaan Isu Agama Dalam Kampanye Pemilihan Presiden Tahun 2024  
 Pembimbing I : Aklima. S. Fil.I.MA

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Dekan

Muji Mulia

*Energi Kebangsaan Sinergi Membangun Negeri*



### DOKUMENTASI PENELITIAN







### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### Identitas Diri

Nama : Putri Zelsi Arisandi  
 Tempat Tanggal Lahir : Manggis Harapan, 25 Febuari 2002  
 No HP : 082275906313  
 Alamat : Darussalam, Kec. Syiah Kuala, Banda Aceh  
 Email : [200801018@student.ar-raniry.ac.id](mailto:200801018@student.ar-raniry.ac.id)

#### Pendidikan

Sekolah Dasar : SDN 2 Labuhan Haji  
 Sekolah Menengah Pertama : SMPN 1 Labuhan Haji  
 Sekolah Menengah Atas : SMAN 1 Labuhan Haji

**Sertifikat**

Ma'had Jami'ah	: Un08  R   01   2023
TOEFL	: 403   2024   Pusat Bahasa UIN Ar-Raniry
Komputer	: A   2024   ICT   UIN Ar-Raniry
Magang	: A   2024   Panwaslih Kota Banda Aceh
KPM	: 91   2024  Bener Meriah

