



## **Adaptasi Strategi Politik Caleg Muda: Kajian Kepustakaan terhadap Perilaku Kampanye Gen Z dan Milenial pada Pemilu 2024**

**Febi Dwi Lianda,<sup>1\*</sup> Reno Fernandes<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan IPS, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email: febidwilianda@gmail.com, renofernandes@fis.unip.ac.id

\*Korespondensi

**Article History:** Received: 12-07-2025, Revised: 21-09-2025, Accepted: 21-09-2025, Published: 30-09-2025

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adaptasi strategi politik caleg muda, khususnya generasi Z dan milenial, dalam perilaku kampanye mereka pada Pemilu 2024. Kajian ini dilakukan melalui telaah pustaka terhadap enam artikel yang relevan sehingga memberikan gambaran menyeluruh mengenai pola kampanye politik kontemporer yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan media sosial. Platform seperti TikTok, Instagram, dan Twitter menjadi instrumen utama bagi caleg muda untuk membangun citra diri, menyampaikan pesan politik, serta menjangkau pemilih muda secara lebih luas. Pola kampanye tersebut ditandai oleh penggunaan strategi personalisasi, politik identitas, serta pendekatan berbasis gaya hidup yang dianggap dekat dengan preferensi generasi Z dan milenial. Namun demikian, berdasarkan kajian literatur, keberhasilan strategi politik caleg muda tidak hanya ditentukan oleh popularitas digital semata. Terdapat faktor-faktor lain yang justru lebih signifikan, yaitu kemampuan memadukan modalitas, pendekatan kultural, serta strategi adaptif sesuai dengan konteks sosial masyarakat Indonesia yang sangat beragam. Modalitas politik mencakup modal sosial, ekonomi, kultural, dan simbolik yang saling melengkapi sebagai basis kekuatan elektoral. Selain itu, pendekatan kultural terbukti memperkuat legitimasi politik melalui integrasi nilai-nilai lokal, budaya, serta religiusitas masyarakat, sehingga caleg muda lebih mudah diterima di berbagai lapisan sosial. Sementara itu, strategi adaptif memungkinkan mereka mengombinasikan strategi ofensif—seperti kampanye kreatif dan isu progresif—dengan strategi defensif yang berfokus pada menjaga citra diri serta menghadapi serangan politik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa caleg muda yang berhasil mengintegrasikan ketiga aspek tersebut akan memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam arena politik. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai figur populer di ruang digital, tetapi juga tampil sebagai representasi politik yang berakar pada masyarakat lokal, relevan dengan aspirasi generasi, serta adaptif terhadap perubahan zaman. Fenomena ini menandai proses regenerasi politik Indonesia menuju arah yang lebih partisipatif, representatif, dan inklusif.

### **Kata Kunci:**

caleg muda; gen z; kampanye digital

### **Abstract**

This study aims to analyze the adaptation of political strategies by young candidates, particularly Generation Z and millennials, in their campaign behavior in the 2024 elections. This study was conducted through a literature review of six relevant articles to provide a comprehensive overview of contemporary political campaign patterns, which are heavily influenced by developments in digital technology and social media. Platforms such as TikTok, Instagram, and Twitter have become key instruments for young candidates to build their image, convey political messages, and reach a wider audience of young voters. These

campaign patterns are characterized by the use of personalization strategies, identity politics, and lifestyle-based approaches that are considered to be close to the preferences of Generation Z and millennials. However, based on a review of the literature, the success of young candidates' political strategies is not solely determined by digital popularity. There are other factors that are even more significant, namely the ability to combine modalities, cultural approaches, and adaptive strategies in accordance with the highly diverse social context of Indonesian society. Political modalities include social, economic, cultural, and symbolic capital that complement each other as a basis for electoral power. In addition, cultural approaches have been proven to strengthen political legitimacy through the integration of local values, culture, and religiosity, making young candidates more easily accepted across various social strata. Meanwhile, adaptive strategies allow them to combine offensive strategies—such as creative campaigns and progressive issues with defensive strategies that focus on maintaining their image and countering political attacks. Thus, it can be concluded that young candidates who successfully integrate these three aspects will have a stronger bargaining position in the political arena. They not only function as popular figures in the digital space, but also appear as political representatives rooted in local communities, relevant to the aspirations of the younger generation, and adaptive to changing times. This phenomenon marks the process of political regeneration in Indonesia towards a more participatory, representative, and inclusive direction.

**Keywords:** *Young Candidates, Digital Campaigns, Gen Z*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## Pendahuluan

Pemilihan umum (Pemilu) merupakan salah satu pilar terpenting dalam sistem demokrasi modern, termasuk di Indonesia. Sejak pertama kali diselenggarakan pada tahun 1955, Pemilu telah menjadi instrumen utama dalam proses peralihan kekuasaan yang sah, demokratis, dan diakui secara legal. Pemilu memungkinkan rakyat menggunakan hak kedaulatannya secara langsung melalui mekanisme pemungutan suara (Andri & Age, 2020). Dalam konteks Indonesia, asas yang digunakan dalam penyelenggaraan Pemilu adalah langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil atau yang lebih dikenal dengan istilah Luber dan Jurdil. Prinsip-prinsip ini bukan hanya sekadar aturan prosedural, melainkan menjadi fondasi moral yang menjamin legitimasi politik hasil pemilu. Sebagaimana dikemukakan oleh Silalahi & Tampubolon (2021) asas Luber tidak dapat dipisahkan dari asas Jurdil, karena keduanya saling melengkapi dalam menjamin transparansi dan akuntabilitas Pemilu.

Secara fungsional, Pemilu tidak hanya berperan sebagai mekanisme formal untuk memilih pemimpin, melainkan juga sebagai sarana untuk mengontrol jalannya pemerintahan. Umi (2016) menegaskan bahwa fungsi Pemilu dapat dilihat dari tiga dimensi: pertama, sebagai media seleksi kepemimpinan yang memungkinkan masyarakat menentukan figur yang dianggap mampu mewakili aspirasi rakyat; kedua, sebagai sarana pembentukan pemerintahan yang sah; dan ketiga, sebagai instrumen kontrol terhadap kebijakan pemerintah agar tidak terjadi penyalahgunaan kekuasaan. Dengan kata lain, Pemilu adalah instrumen untuk menjaga keseimbangan antara rakyat sebagai pemilik kedaulatan dan pemerintah sebagai pelaksana mandat rakyat.

Dalam konteks Pemilu 2024, salah satu fenomena menarik adalah meningkatnya partisipasi generasi muda, baik sebagai pemilih maupun sebagai calon legislatif. Berdasarkan data Pusat Riset Politik BRIN, generasi muda—yang terdiri atas Generasi Z dan Milenial mewakili lebih dari 55 persen jumlah pemilih nasional atau sekitar 114 juta suara (Kurniawan, 2024). Besarnya proporsi tersebut menjadikan generasi muda sebagai faktor penentu dalam kontestasi politik. Hal ini juga ditegaskan oleh Anggota KPU, August Mellaz, dalam Webinar Kebangsaan Forum OSIS Nasional pada Juni 2023, yang menyatakan bahwa dominasi suara anak muda pada Pemilu 2024 memberikan warna baru dalam dinamika politik Indonesia. Fakta ini sekaligus menimbulkan masalah penelitian yang relevan, yakni bagaimana calon legislatif muda yang juga berasal dari kalangan Gen Z dan Milenial mampu mengadaptasi strategi politiknya agar sesuai dengan karakteristik pemilih sebaya.

Masalah ini semakin menarik jika dikaitkan dengan perubahan pola komunikasi politik di era digital. Jika pada masa sebelumnya kampanye politik lebih banyak mengandalkan media konvensional seperti baliho, spanduk, atau tatap muka, kini media sosial menjadi medium utama. Kehadiran platform digital seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube memungkinkan para caleg berinteraksi secara lebih intens, personal, sekaligus cepat dengan para pemilih muda. Generasi muda sebagai digital native memiliki preferensi komunikasi yang berbeda dengan generasi sebelumnya; mereka cenderung kritis, interaktif, dan lebih responsif terhadap isu-isu aktual seperti kesetaraan gender, perubahan iklim, pemberantasan korupsi, maupun pemerataan ekonomi (Huda, Doloksaribu, & Siregar, 2024)). Dengan demikian, caleg muda dituntut untuk tidak hanya piawai menggunakan media sosial, tetapi juga mampu menyesuaikan pesan politiknya agar relevan dengan aspirasi pemilih muda. Di sisi lain Idris (2025) dalam kajian tentang caleg milenial Partai NasDem di Karawang memperlihatkan bahwa platform digital mampu memperluas jangkauan pesan politik sekaligus mempercepat interaksi dengan publik.

Jika melihat penelitian terdahulu, sejumlah kajian telah menyinggung peran media sosial dalam politik. Erwanda (2023) menjelaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai sarana efektif bagi aktor politik dalam menyampaikan pesan politik dan membangun citra di ruang publik. Penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital mampu memperluas jangkauan pesan politik sekaligus meningkatkan partisipasi pemilih. Sementara itu Grotz & Schroeder (2023) menguraikan bahwa sistem pemilu modern ditopang oleh prinsip-prinsip akuntabilitas, keterwakilan, keadilan, serta kesetaraan hak. Pandangan ini menegaskan bahwa kualitas demokrasi sangat ditentukan oleh sejauh mana pemilu mampu menghadirkan proses yang representatif dan inklusif. Wildaini (2024) menunjukkan bahwa caleg muda memanfaatkan Instagram untuk menjalin komunikasi dua arah dengan pemilih. Sementara Gunawan (2024) menekankan bahwa partai politik yang mampu beradaptasi dengan logika media sosial berhasil memperkuat keterhubungan dengan konstituen *digital-native*.

Meski demikian, penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada aspek umum pemilu atau sekadar fungsi media sosial dalam kampanye. Belum banyak kajian yang menyoroti secara khusus adaptasi strategi politik yang dilakukan oleh caleg muda dalam konteks Pemilu 2024. Padahal, fokus ini penting karena fenomena generasi muda bukan hanya menyangkut angka statistik pemilih, melainkan juga transformasi budaya politik. Oleh karena itu, novelty dari penelitian ini terletak pada

fokus analisisnya terhadap strategi adaptasi caleg muda berbasis karakteristik kampanye Gen Z dan Milenial, yang belum banyak dibahas dalam kajian politik Indonesia.

Untuk menganalisis fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi politik sebagai kerangka utama. Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi politik tidak hanya sebatas penyampaian pesan, melainkan sebuah strategi sistematis untuk membentuk opini publik dan mengarahkan perilaku politik masyarakat. Dalam konteks kampanye, strategi komunikasi politik berkaitan dengan pemilihan media, penyusunan pesan, serta penentuan target audiens (Ruth, 2024). Teori ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana caleg muda mengoptimalkan media sosial sebagai sarana kampanye. Selain itu, teori partisipasi politik juga digunakan untuk memahami bagaimana generasi muda terlibat aktif dalam proses politik, baik sebagai pemilih maupun sebagai kandidat. Teori partisipasi politik menekankan bahwa keterlibatan warga negara dalam aktivitas politik merupakan indikator utama kualitas demokrasi. Dengan menggabungkan kedua teori tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan analisis yang komprehensif mengenai fenomena caleg muda di Pemilu 2024.

Tujuan penelitian ini secara garis besar adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana caleg muda mengadaptasi strategi politik mereka agar sesuai dengan karakteristik pemilih muda. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk partisipasi generasi muda dalam Pemilu 2024; menjelaskan strategi komunikasi politik yang diterapkan oleh caleg muda, khususnya melalui media sosial; dan memahami bagaimana preferensi dan perilaku pemilih Gen Z serta Milenial memengaruhi pola kampanye; dan keempat, memberikan gambaran mengenai pola kampanye politik yang efektif bagi generasi muda di masa mendatang.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi karena Pemilu 2024 menjadi momentum penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia. Dengan dominasi suara generasi muda, hasil pemilu tidak hanya ditentukan oleh kompetisi antar partai politik, tetapi juga oleh sejauh mana caleg muda mampu memahami aspirasi pemilih sebaya. Secara akademis, penelitian ini penting untuk memperkaya literatur mengenai komunikasi politik digital, partisipasi politik pemuda, serta dinamika demokrasi di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi caleg muda, partai politik, maupun penyelenggara pemilu dalam merumuskan strategi kampanye yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan generasi muda.

Lebih jauh, urgensi penelitian ini juga terkait dengan perubahan budaya politik Indonesia. Generasi muda bukan hanya menjadi penonton, tetapi juga aktor yang membawa isu-isu kontemporer ke dalam ruang politik, seperti keadilan sosial, kesetaraan gender, lingkungan hidup, serta transparansi pemerintahan. Kehadiran mereka dalam politik mendorong terciptanya gaya politik baru yang lebih terbuka, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi politik, tetapi juga memiliki dampak nyata bagi praktik politik di Indonesia.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode library research atau kajian kepustakaan, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan untuk memahami fenomena yang diteliti. Dalam

konteks ini, sumber data diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel berita, laporan penelitian, serta dokumen resmi seperti data dari Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pusat Statistik (BPS) (Sari & Asmendri, 2020). Fokus utama kajian adalah menelusuri bagaimana calon legislatif muda menyesuaikan strategi kampanye mereka terhadap karakteristik pemilih dari generasi Z dan milenial pada Pemilu 2024. Teknik analisis yang digunakan bersifat kualitatif-deskriptif, yakni dengan membaca, memahami, dan mengkategorikan informasi berdasarkan tema tertentu, seperti strategi digital, media sosial, serta perilaku politik generasi muda. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman teoritis dan kontekstual yang mendalam terhadap perubahan pola kampanye politik di era digital dan dominasi pemilih muda.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Strategi Politik Caleg Muda melalui Media Sosial dalam Pemilu 2024**

Salah satu temuan paling dominan dari literatur yang dikaji adalah peran media sosial sebagai instrumen utama dalam strategi politik caleg muda pada Pemilu 2024. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi politik, tetapi juga menjadi arena pertarungan ide, gagasan, dan representasi diri caleg muda di ruang publik digital. Hal ini sangat relevan dengan kondisi demografis Indonesia saat ini, di mana Generasi Z dan milenial merupakan kelompok pemilih terbesar dengan persentase lebih dari 55% (Khairiyyah, 2025). Kedua generasi ini dikenal sebagai digital natives, sehingga preferensi komunikasi politik mereka cenderung berorientasi pada media digital yang interaktif, cepat, dan personal.

Penelitian Simanjuntak & Djuyandi (2024) menjadi rujukan penting dalam memahami strategi caleg muda melalui media sosial. Studi mereka mengenai Atalia Pratyta menunjukkan bagaimana modal politik yang terdiri dari modal sosial, kultural, ekonomi, dan simbolik dapat diintegrasikan secara efektif dengan penggunaan media digital. Atalia tidak sekadar menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan politik, tetapi juga membangun komunikasi dua arah dengan para pemilihnya. Ia secara aktif membalas komentar, menanggapi kritik, dan berdialog dengan warganet. Praktik ini membedakan strategi kampanye digitalnya dari model kampanye konvensional yang lebih satu arah. Dengan kata lain, media sosial dimanfaatkan bukan hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sarana membangun kedekatan emosional dengan pemilih, terutama Gen Z yang menekankan autentisitas dan keterlibatan langsung.

Hasil penelitian Hutabarat (2024) turut memperkuat temuan ini dengan menegaskan bahwa media sosial menjadi strategi politik masa kini yang mampu menjembatani hubungan antara politisi dan masyarakat. Platform digital memungkinkan politisi untuk mengukur sentimen publik, memahami aspirasi masyarakat, dan merespons isu-isu secara real-time. Namun demikian, Julius juga menyoroti adanya tantangan signifikan, seperti penyebaran hoaks, penggunaan akun bot, serta risiko polarisasi politik yang semakin menguat. Tantangan ini menuntut caleg muda untuk tidak hanya lihai dalam mengelola konten kampanye, tetapi juga memiliki literasi digital yang tinggi untuk menjaga kredibilitas dan etika komunikasi politik.

Kajian Afrita (2024) memberikan perspektif tambahan terkait dampak media sosial terhadap partisipasi politik. Ia menemukan bahwa kampanye Pemilu 2024 yang gencar dilakukan di berbagai platform digital berhasil meningkatkan intensitas

percakapan politik di masyarakat. Pemilih, khususnya dari kalangan muda, semakin terlibat dalam diskusi politik melalui komentar, unggahan, dan berbagi informasi. Namun, fenomena ini juga menimbulkan kerentanan terhadap manipulasi opini publik melalui informasi palsu. Oleh sebab itu, literasi digital menjadi aspek krusial dalam strategi politik berbasis media sosial, agar kampanye digital tetap produktif dan tidak menimbulkan disinformasi yang merugikan demokrasi.

Dari perspektif strategi politik, media sosial memberikan sejumlah keuntungan signifikan bagi caleg muda. Pertama, biaya kampanye yang relatif lebih rendah dibandingkan kampanye konvensional seperti baliho, spanduk, atau pertemuan tatap muka. Kedua, aksesibilitas dan jangkauan audiens yang luas, sehingga memungkinkan pesan politik menjangkau lintas wilayah dalam waktu singkat. Ketiga, media sosial memberikan ruang personalisasi, di mana caleg muda dapat membangun citra diri yang autentik sesuai dengan karakter generasi mereka. Dengan menampilkan narasi personal, gaya hidup, atau aktivitas sehari-hari, caleg muda dapat menciptakan kedekatan psikologis dengan pemilih muda.

Meskipun demikian, efektivitas strategi media sosial tetap bergantung pada kualitas konten dan konsistensi interaksi. Caleg muda yang hanya mengandalkan postingan formal tanpa membangun dialog interaktif cenderung tidak mampu menarik perhatian generasi muda yang kritis dan dinamis. Oleh karena itu, strategi kampanye digital yang berhasil adalah strategi yang mengedepankan komunikasi dua arah, narasi yang relevan dengan isu-isu kontemporer (seperti lingkungan, kesetaraan gender, dan pemberantasan korupsi), serta penggunaan visual kreatif yang sesuai dengan budaya digital.

Dengan demikian, literatur yang dikaji menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar alat tambahan dalam kampanye politik, tetapi telah menjadi arena utama bagi caleg muda dalam Pemilu 2024. Keberhasilan mereka tidak hanya ditentukan oleh seberapa aktif menggunakan media sosial, melainkan oleh sejauh mana mereka mampu membangun interaksi yang autentik, menjaga etika komunikasi, serta menghadirkan konten politik yang relevan dengan kebutuhan generasi muda. Temuan ini menegaskan bahwa strategi politik caleg muda harus memadukan kemampuan teknologi dengan sensitivitas terhadap aspirasi digital masyarakat.

### **Modalitas, Strategi Kultural, dan Pendekatan Adaptif Caleg Muda**

Selain pemanfaatan media sosial sebagai instrumen utama dalam kampanye politik, literatur mutakhir menekankan bahwa strategi politik caleg muda juga sangat ditentukan oleh modalitas dan pendekatan berbasis kultural. Faktor-faktor ini menggarisbawahi bahwa kemenangan dalam kontestasi politik tidak hanya ditentukan oleh popularitas digital semata, melainkan juga oleh kemampuan caleg muda dalam mengelola modal politik dan menyesuaikan diri dengan konteks sosial budaya masyarakat pemilih. Dengan kata lain, keterampilan digital hanyalah satu aspek dari keseluruhan strategi, sementara fondasi yang lebih kokoh justru terletak pada modalitas dan sensitivitas terhadap dinamika kultural yang mengakar di masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kesmawan & Marja (2020) memberikan gambaran konkret mengenai peran modalitas dalam menentukan kemenangan politik. Studi mereka tentang caleg muda Partai Perindo di Kabupaten Merangin menunjukkan bahwa keberhasilan HPS dalam Pemilu 2019 tidak semata-mata

ditopang oleh popularitas atau kampanye media sosial, melainkan lebih pada kemampuannya mengelola berbagai bentuk modal. HPS mampu mengombinasikan modal sosial, ekonomi, simbolik, dan kultural untuk memperkuat basis elektoralnya. Melalui jaringan sosial yang luas, dukungan tokoh lokal, serta kapasitas ekonomi yang memadai, ia berhasil memperkokoh dukungan politik sekaligus melemahkan kekuatan lawan, bahkan dari partai yang sama.

Temuan ini menegaskan bahwa modalitas bukan hanya sekadar pelengkap, melainkan aset penting dalam arena elektoral. Bagi caleg muda, modal sosial berupa jaringan komunitas, organisasi kepemudaan, serta dukungan dari kelompok masyarakat sipil menjadi faktor pembeda yang signifikan. Sementara itu, modal kultural seperti penguasaan nilai-nilai lokal dan kemampuan menampilkan diri sebagai bagian dari komunitas setempat menambah legitimasi politik di mata pemilih. Modal simbolik, misalnya melalui pencitraan diri sebagai representasi generasi baru yang progresif, juga memperkuat daya tarik caleg muda. Kombinasi keempat modal ini menjadikan strategi politik lebih solid karena tidak hanya bertumpu pada satu instrumen. Selanjutnya pendekatan Kultural dalam Komunikasi Politik.

Selain modalitas, pendekatan berbasis kultural juga menjadi elemen krusial dalam strategi politik caleg muda. Penelitian Abda & Zulfikar (2024) mengenai calon walikota di Aceh menunjukkan bahwa kampanye politik yang efektif adalah kampanye yang mengintegrasikan nilai-nilai lokal, adat istiadat, serta aspek religiusitas masyarakat. Pendekatan ini sangat relevan bagi caleg muda, terutama di daerah yang memiliki ikatan budaya kuat. Kampanye yang sensitif terhadap kearifan lokal tidak hanya meningkatkan legitimasi, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik.

Misalnya, penggunaan bahasa daerah atau ungkapan lokal dalam kampanye dapat menciptakan kedekatan emosional dengan pemilih. Partisipasi dalam musyawarah adat dan perayaan tradisional juga menandakan keterhubungan caleg dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain itu, integrasi nilai-nilai religius ke dalam pesan kampanye dapat memperkuat citra moral caleg, terutama di daerah yang religius. Abda juga menekankan pentingnya mengombinasikan pendekatan kultural tradisional dengan instrumen modern seperti media sosial. Artinya, meskipun teknologi digital memfasilitasi perluasan jangkauan kampanye, caleg muda tetap perlu hadir secara langsung di ruang sosial masyarakat untuk membangun keintiman politik. Dengan demikian, pendekatan kultural berfungsi sebagai jembatan antara dunia digital dan realitas sosial. Kehadiran caleg di ruang-ruang tradisional memperlihatkan komitmen terhadap masyarakat, sementara penggunaan media sosial memperkuat daya jangkau. Kombinasi keduanya menjadikan strategi kampanye lebih menyeluruh dan kontekstual. kemudian strategi ofensif dan defensif dalam dinamika kampanye.

Literatur juga menunjukkan bahwa strategi ofensif dan defensif menjadi bagian dari modalitas adaptif yang sering diterapkan oleh caleg muda. Safitri & Prayetno (2024), dalam penelitiannya terhadap caleg milenial di Pemilu 2019 DKI Jakarta, menemukan bahwa caleg yang berhasil terpilih umumnya mampu mengombinasikan strategi ofensif dan defensif secara seimbang. Strategi ofensif diwujudkan melalui kampanye terbuka, promosi diri secara agresif, serta penggunaan media massa dan media sosial untuk memperluas popularitas.

Sementara itu, strategi defensif difokuskan pada pengelolaan citra diri, membangun reputasi yang positif, serta mengantisipasi serangan politik dari lawan.

Meskipun kedua strategi ini umum digunakan baik oleh caleg terpilih maupun yang gagal, kunci keberhasilannya terletak pada fleksibilitas implementasi dan relevansi dengan konteks sosial. Generasi muda yang terjun ke politik umumnya lebih adaptif, inovatif, dan responsif terhadap dinamika kampanye. Mereka mampu dengan cepat menyesuaikan strategi ketika menghadapi perubahan situasi politik atau isu-isu yang mendominasi perbincangan publik. Fleksibilitas inilah yang memberikan nilai tambah bagi caleg muda dalam persaingan yang semakin ketat.

Selain aspek teknis, substansi kampanye juga menjadi faktor penentu dalam strategi politik caleg muda. Literatur menyoroti bahwa isu-isu yang diangkat oleh caleg muda cenderung selaras dengan aspirasi generasi mereka. (Simajuntak, 2024) mencatat bahwa isu lingkungan, kesetaraan gender, hak asasi manusia, dan pemberantasan korupsi menjadi tema dominan dalam kampanye caleg muda. Isu-isu tersebut tidak hanya relevan dengan kebutuhan publik secara umum, tetapi juga memperkuat citra caleg muda sebagai representasi politik yang progresif dan visioner.

Pengangkatan isu lingkungan, misalnya, mencerminkan kesadaran terhadap tantangan global sekaligus kepedulian terhadap masalah lokal seperti pencemaran atau deforestasi. Isu kesetaraan gender dan hak asasi manusia menegaskan komitmen terhadap nilai-nilai inklusif dan keadilan sosial. Sementara itu, agenda pemberantasan korupsi memperkuat posisi caleg muda sebagai agen perubahan yang berani melawan praktik politik transaksional. Dengan mengusung isu-isu progresif, caleg muda bukan hanya menarik simpati generasi muda pemilih, tetapi juga memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas yang mendambakan pembaruan politik.

Perspektif teoritis menggunakan modalitas dan komunikasi politik bukan hanya kerangka abstrak, tapi jelas terefleksi dalam praktik kampanye caleg muda kontemporer di Indonesia. Sebuah studi terkait dari Hardianto & Pribad (2024) menunjukkan bagaimana simbolik dan identitas digunakan sebagai modal budaya dan simbolik untuk menarik perhatian dan kepercayaan generasi Z. Sementara itu, penelitian Mulawarman et al. (2024) menegaskan bahwa modal sosial (jaringan keluarga, basis massa lokal) yang digabungkan dengan modal simbolik dan ekonomi penting dalam mempengaruhi sikap pemilih, khususnya di kalangan perempuan caleg muda.

Di sisi lain, teori komunikasi politik menekankan pentingnya saluran komunikasi, interaksi, dan proses persuasi dalam membangun legitimasi. Media sosial, kampanye tatap muka, serta kehadiran di forum-forum publik merupakan bagian dari strategi komunikasi yang memungkinkan caleg muda menjembatani gagasan politik dengan aspirasi masyarakat. Dengan memadukan kedua perspektif ini, strategi politik caleg muda dapat dipahami secara komprehensif, baik dari aspek struktural (modalitas) maupun interaksional (komunikasi).

Literatur terkini mengonfirmasi bahwa caleg muda cenderung mengadopsi pendekatan adaptif dalam strategi kampanye mereka, memadukan antara metode digital dengan pendekatan lokal/kultural tergantung kondisi geografis dan sosial masyarakat. Contohnya, penelitian Rohmah et al. (2024) menunjukkan bahwa calon legislatif milenial menggunakan inovasi kanal digital (sosial media, iklan online) sekaligus menjaga jaringan lokal tradisional dan komunitas untuk menjangkau

pemilih di area pedesaan. Sementara itu Idris & Jamalullail (2024) menggambarkan bagaimana politisi muda di perkotaan menggunakan kampanye digital yang intens, tetapi tetap menyertakan unsur komunikasi tatap muka dan aktivitas komunitas lokal untuk membangun kedekatan dengan pemilih yang tidak sepenuhnya aktif di dunia maya.

Dalam konteks analisis komunikasi politik yang adaptif, studi Gunawan (2024) memperlihatkan bahwa partai, termasuk caleg muda, menggunakan media sosial sebagai pusat kampanye di area dengan penetrasi internet tinggi, seperti media sosial populer dan konten digital interaktif. Di sisi lain, (Munfida et al., 2024) menyebut bahwa meski media digital sekarang dominan, kampanye tatap muka, dialog lokal, pemasangan baliho, dan aktivitas di komunitas tetap penting, terutama di daerah pedesaan atau bagi masyarakat yang akses digitalnya terbatas. Dengan demikian, pendekatan adaptif (kombinasi digital dan kultural) muncul sebagai strategi yang efektif untuk caleg muda agar bisa menjangkau spektrum pemilih yang lebih luas, termasuk pemilih kota muda yang *digital-Suvy* serta pemilih tradisional di daerah pedesaan.

## Kesimpulan

Berdasarkan kajian literatur yang telah ditinjau, dapat disimpulkan bahwa strategi politik caleg muda dalam Pemilu 2024 tidak hanya bergantung pada popularitas digital melalui media sosial. Memang, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter menjadi arena utama dalam membangun citra, menyebarkan pesan politik, dan menarik perhatian generasi milenial maupun Gen Z. Namun, temuan literatur menunjukkan bahwa keberhasilan caleg muda lebih ditentukan oleh kemampuan memadukan berbagai modalitas, pendekatan kultural, serta strategi adaptif yang sesuai dengan konteks sosial masyarakat Indonesia yang sangat heterogen.

Pertama, modal sosial, ekonomi, kultural, dan simbolik menjadi fondasi penting bagi kekuatan elektoral caleg muda. Modal sosial tercermin dari jejaring pertemanan, komunitas, maupun jaringan organisasi yang mendukung. Modal ekonomi memberikan keleluasaan dalam pembiayaan kampanye, meskipun caleg muda sering menghadapi keterbatasan dana dibandingkan politisi senior. Modal kultural berhubungan dengan pengetahuan, pendidikan, dan keterampilan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, sementara modal simbolik berkaitan dengan citra moral, religiusitas, dan kepercayaan yang melekat pada diri caleg. Keempat modal ini saling melengkapi, sehingga keberhasilan politik tidak hanya diukur dari seberapa viral konten media sosial, tetapi juga seberapa dalam caleg muda berakar dalam jaringan sosial dan nilai-nilai masyarakat.

Kedua, pendekatan kultural terbukti menjadi strategi signifikan dalam memperkuat legitimasi politik caleg muda. Pendekatan ini menekankan pada integrasi nilai-nilai lokal, budaya, dan religiusitas ke dalam strategi kampanye. Caleg muda yang mampu menghargai kearifan lokal dan ikut serta dalam tradisi masyarakat akan lebih diterima dibandingkan mereka yang hanya hadir sebagai figur digital. Hal ini menunjukkan bahwa politik di Indonesia masih erat kaitannya dengan simbol budaya, agama, dan norma sosial. Pendekatan kultural juga menjadi jembatan penting untuk mengurangi kesenjangan generasi, karena caleg muda dapat berkomunikasi dengan kelompok tua melalui bahasa dan simbol yang mereka kenal, tanpa meninggalkan gaya komunikasi digital yang dekat dengan pemilih muda.

Ketiga, strategi adaptif merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan caleg muda. Strategi ini menggabungkan strategi ofensif dan defensif sesuai dengan dinamika kampanye. Strategi ofensif ditunjukkan melalui kreativitas, inovasi kampanye digital, dan keberanian menyuarakan isu-isu progresif. Sementara itu, strategi defensif terlihat pada kemampuan mengantisipasi serangan politik, mengelola krisis, serta menjaga citra diri agar tetap positif. Adaptivitas ini memungkinkan caleg muda lebih responsif terhadap perubahan situasi, baik dalam ranah digital maupun tatap muka langsung dengan masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa caleg muda yang mampu menyelaraskan ketiga aspek—modalitas, pendekatan kultural, dan strategi adaptif—akan memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam kontestasi politik. Mereka tidak hanya hadir sebagai figur populer di ruang digital, tetapi juga sebagai aktor politik yang berakar pada masyarakat lokal, relevan dengan aspirasi generasi, dan adaptif terhadap perubahan zaman. Keberhasilan strategi politik caleg muda dalam Pemilu 2024 merupakan fenomena penting yang menandai transformasi politik Indonesia menuju era baru, di mana kekuatan digital berpadu dengan akar budaya dan kecerdasan adaptif. Fenomena ini sekaligus menunjukkan bahwa politik generasi muda bukan sekadar tren, melainkan bagian dari proses regenerasi politik nasional yang lebih inklusif dan representatif. Dengan karakteristik tersebut, caleg muda berpotensi menjadi motor perubahan, penghubung antar-generasi, serta katalisator bagi terwujudnya politik yang lebih partisipatif dan demokratis di Indonesia.

### Ucapan Terimakasih

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta motivasi yang tidak ternilai harganya.

### Referensi

- Abda, Y. (2024). Strategi Komunikasi Politik Ideal bagi Calon Walikota Dalam Pilkada Aceh 2024. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(2), 128-143.  
<https://www.ejournal.unisai.ac.id/index.php/jian/article/view/900>.
- Afrita, J. (2024). Pemilu 2024: Meninjau Dampak Kampanye Media Sosial terhadap Partisipasi Politik. *GEMA PUBLICA*, 9(2), 83-95.  
<https://doi.org/10.14710/gp.9.2.2024.1-13>.
- Andri, K. P., & Age, M. (2020). Strategi Politik Calon Legislatif Muda Partai Perindo Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif Tahun 2019 Kabupaten Merangin. *Jurnal Politik Dan Pemerintahan Daerah*, 2(2), 68-79.  
<https://doi.org/10.36355/jppd.v2i2.19>.
- Erwanda. (2023). Strategi politik dan media sosial: Transformasi komunikasi politik di era digital. *Jurnal Politik Indonesia*, .
- Grotz, F., Schroeder, W. (2023). Elections and the Electoral System. In: *The Political System of Germany. New Perspectives in German Political Studies*. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-32480-2\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-031-32480-2_5).
- Gunawan, T. (2024). Adaptasi Logika Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik Gerindra Menjelang Pemilu 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44-60.

<https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.7914>.

- Hardianto, A., & Pribadi, M. A. (2024). Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Politik@ puterikomarudin melalui Instagram. *Koneksi*, 8(1), 83-91. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27560>.
- Huda, K., Doloksaribu, T. I., & Siregar, S. H. (2024). Perilaku Politik Mahasiswa dan Generasi Muda. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 761-782. <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.254>.
- Hutabarat, J. M. (2024). Media sosial menjadi strategi politik masa kini. *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi*, 2(1), 204-214.
- Idris, K., & Jamalullail. (2024). Sosial Media dan Pemasaran Politik Politisi Muda: Studi Pemanfaatan Instagram oleh Calon Anggota Legislatif Muda Partai Keadilan Sejahtera pada Pemilu 2024. *Journal of Political Research*, 21(1), 55-71. <https://doi.org/10.14203/jpp.v21i1.1685>.
- Idris, U. Y. (2025). Media Sosial Dan Transformasi Komunikasi Politik. *Politea: Jurnal Politik Islam*, 8(2), 49-71. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/politea/article/view/14211>.
- Kesmawan, A. P., & Marja, A. (2020). Strategi Politik Calon Legislatif Muda Partai Perindo Dalam Memenangkan Pemilihan Legislatif Tahun 2019 Kabupaten Merangin. *Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah*, 2(2), 68-79. <https://doi.org/10.36355/jppd.v2i2.19>.
- Khairiyyah, L. (2025). Perspektif Generasi Z Terhadap Komunikasi Politik Partai Solidaritas Indonesia Dalam Media Sosial Tiktok Pada Pemilu 2024. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 369-378. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/20877>.
- Kurniawan, R. (2024). *Antisipasi generasi muda dalam Pemilu 2024: Data dan analisis politik*. Pusat Riset Politik BRIN.
- Mulawarman, M., Naharuddin, A., Banggu, M., Hidayatullah, F., & Tusriadi, T. (2023). Pemanfaatan Modalitas Politik Rezki Mulfiati Lutfi dalam Menghadapi Pemilu 2024. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 9(1), 161-169. <https://doi.org/10.33506/jn.v9i1.2974>.
- Munfida, N. S., Soetijono, I. R., & Indrayati, R. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Kampanye Dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Kajian Konstitusi*, 3(2), 161-181. <https://doi.org/10.19184/j.kk.v3i2.41193>.
- Rohmah, H. N., Elyas, A. M., Pramuliawati, V., & Atthahara, H. (2025). Strategi Pemasaran Politik Caleg Milenial Partai Nasdem Kabupaten Karawang Pada Pemilu 2024. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 11(1), 277-290. <https://doi.org/10.25157/moderat.v11i1.3988>.
- Ruth, P. (2024). Innovation in Political Communication Strategy: A Qualitative Approach in Examining the Influence of Campaign Messages. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(9), 3235-3243. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i9.1745>.

- Safitri, R. (2024). Strategi Partai Demokrat Dalam Meningkatkan Suara Pemilih Muda Pada Kontestasi Pemilu 2024. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 8(2), 113-122. <https://doi.org/10.31571/jpkn.v8i2.7791>.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science: Jurnal penelitian bidang IPA dan pendidikan IPA*, 6(1), 41-53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>.
- Silalahi, F., & Tampubolon, M. (2021). General election based on the principle of Luber-Jurdil and its development in Indonesia. *Technium Social Sciences Journal*, 20, 791-805. <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/techssj20&div=74&id=&page=>.
- Simanjuntak, A. S., & Djuyandi, Y. (2024). Gen-Z dan Politik: Menelusuri Strategi Kampanye Media Sosial Atalia Praratya Dalam Pemilu Legislatif 2024. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 3(2), 62-74. <https://doi.org/10.24198/aliansi.v3i2.56107>.
- Umi. (2016). Fungsi pemilu dalam demokrasi Indonesia. *Jurnal Ketatanegaraan*, 1(1).
- Wildaini, A. M. (2024). Strategi Komunikasi Politik Via Media Sosial Incumbent Pada Pemilihan Bupati Situbondo 2024. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 1-17. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1338/1168>.