

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Demokrasi, yang digambarkan sebagai kerangka kerja tata kelola pemerintahan yang memfasilitasi partisipasi luas dalam pengambilan keputusan politik, memainkan peran penting dalam membentuk tatanan masyarakat. Dalam konteks Indonesia, demokrasi tertanam kuat dalam ideologi Pancasila, yang bercita-cita untuk menumbuhkan lingkungan yang adil, berintegritas, dan transparan[1]. Menjelang Pemilu 2024, Generasi Z-yang terdiri dari pemilih pemula berusia 17 hingga 24 tahun-muncul sebagai demografi pemilih yang tangguh. Menurut data Komisi Pemilihan Umum (KPU), kelompok ini, bersama dengan generasi milenial, mencakup sekitar 55% dari jumlah pemilih [2]

Namun, keterlibatan politik di kalangan Generasi Z memiliki tantangan tersendiri. Bukti empiris menunjukkan adanya ketidakterlibatan mereka dalam kegiatan politik tradisional, dengan preferensi pada upaya akademis dan pribadi sehari-hari daripada keterlibatan politik secara langsung [3]. Fenomena ini memerlukan penyelidikan ilmiah yang ketat.

Kemajuan terbaru dalam strategi kampanye menyoroti meningkatnya penggunaan media infografis daring sebagai alat yang ampuh untuk melibatkan pemilih muda, terutama Generasi Z. Preseden historis, seperti brosur "Hope" yang berdampak besar dari kampanye Obama pada 2009, menggarisbawahi kemampuan strategi media yang dirancang khusus untuk mobilisasi politik [4].

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menguji perhatian visual Generasi Z terhadap infografis kampanye pemilihan presiden dengan menggunakan teknologi pelacakan mata. Pendekatan metodologis ini dikembangkan dari penelitian sebelumnya yang mengeksplorasi perhatian visual perokok dan bukan perokok terhadap peringatan kesehatan pada bungkus rokok, yang mengungkapkan bahwa keterlibatan visual secara signifikan dibentuk oleh pengalaman pribadi dan bias [5]. Teknologi pelacakan mata berfungsi sebagai instrumen *neuromarketing* yang penting, memberikan wawasan objektif tentang respons bawah sadar di berbagai format iklan, termasuk media digital, cetak, dan penyiaran [6]. Penelitian ini menggunakan webcam yang terintegrasi dengan perangkat lunak Gaze Recorder, yang menawarkan alternatif yang hemat biaya dibandingkan dengan perangkat pelacak mata tradisional [7].

Dengan menerapkan teknologi ini, penelitian ini bertujuan untuk memastikan dampak infografis terhadap perhatian visual pemilih yang telah memiliki preferensi presiden yang telah

ditentukan sebelumnya. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para ahli strategi politik dan komunikator, memungkinkan mereka untuk merancang taktik keterlibatan yang lebih efektif dengan Generasi Z, sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam proses politik, terutama dalam konteks pemilu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atensi visual Generasi Z terhadap infografis kampanye pemilihan umum presiden berdasarkan pilihan politik dan tingkat kepedulian mereka terhadap pemilihan umum presiden.

1.3. Batasan Masalah

1. Populasi Responden: Penelitian ini dibatasi pada 60 mahasiswa dari Universitas Swasta di Indonesia yaitu Universitas Prima Indonesia.
2. Rentang Usia Responden: Penelitian ini hanya melibatkan responden yang berusia antara 17-25 tahun, yang merupakan bagian dari Generasi Z.
3. Generasi Z yang sudah mengikuti Pemilihan Umum dan memiliki pilihan paslon presiden dan wakil presiden.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Atensi Visual Generasi Z yang dilakukan menggunakan eye tracking terhadap infografis kampanye berdasarkan pilihan politik sehingga berpotensi meningkatkan tingkat kepedulian mereka dalam proses pemilihan umum presiden.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Praktisi Politik: Penelitian ini dapat memperoleh pemahaman pola atensi visual Generasi Z sehingga memberikan wawasan berharga bagi Praktisi Politik yang menargetkan demografi ini, sehingga memungkinkan mereka merancang infografis kampanye yang efektif menarik perhatian Generasi Z serta meningkatkan tingkat kepedulian mereka terhadap pemilihan umum presiden.
2. Strategi Komunikasi Politik: Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi politik yang disesuaikan dengan Generasi Z, sehingga berpotensi mempengaruhi partisipasi dan keterlibatan politik mereka dalam proses pemilu.