

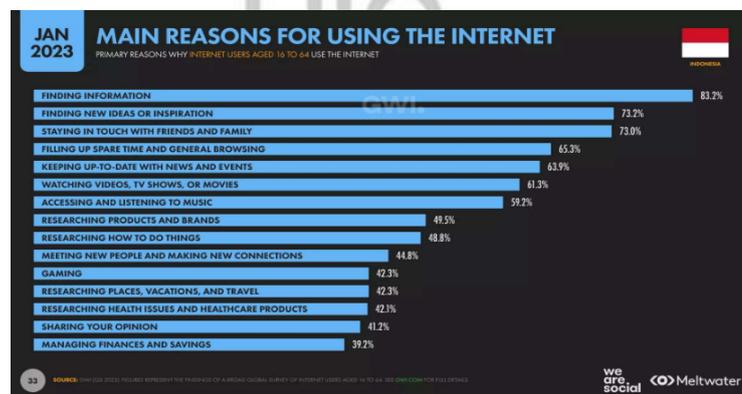
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada saat teknologi sudah maju. generasi ini lahir tahun 1997-2012, dan tumbuh di mana teknologi sedang berkembang maju (Amru, 2021). Secara tidak langsung Generasi Z dikatakan mampu untuk menguasai perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi media baru dan informasi. Generasi Z mempunyai pilihan terhadap media yang akan mereka konsumsi, karena media sangat mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat, maka Generasi Z harus mampu menyaring informasi dari setiap berita.

Menurut Pierre Levy, komunikasi media baru adalah produk dari teknologi komunikasi yang datang bersamaan dengan komputer modern. Dengan Zaman yang semakin modern, memunculkan banyak produk komunikasi media baru seperti aplikasi media sosial (Ridha, 2020). Bentuk dan jenis yang bermacam-macam pada media sosial seperti Instagram, menjadi sebuah harapan bagi generasi sebelumnya untuk dapat lebih dikembangkan supaya mempermudah kehidupan.



**Gambar 1.1 Alasan Utama Orang Indonesia Menggunakan Internet (2023)**

*Sumber :* <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-2023/>

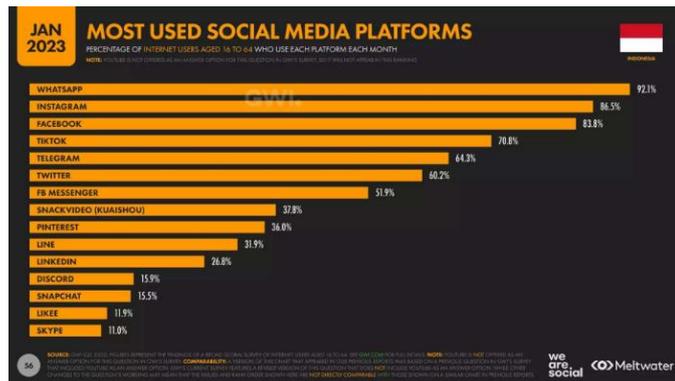
Pada gambar 1.1 dilihat bahwa terdapat alasan utama masyarakat Indonesia dalam menggunakan internet, yaitu sebanyak 83.2% menggunakan internet untuk mencari informasi. Kegiatan mencari informasi secara berulang akan memunculkan

minat literasi secara tidak langsung. Alasan media menjadi salah satu sorotan bagi Generasi Z, yaitu karena informasi yang dibagikan melalui konten digital, dikemas dalam bentuk kutipan seperti kalimat yang ringkas dan jelas disertai data dan fakta untuk memperkuat sebuah penulisan dalam sebuah media sosial (Juditha, 2018).

Secara singkat literasi politik memiliki arti sebagai suatu keterampilan seorang individu dalam menguasai, serta mengelola sebuah informasi yang didapatkan saat membaca ataupun menulis sebuah kalimat ataupun kutipan. Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan Indopol 2021, diketahui bahwa sebanyak 42% responden Generasi Z memilih opsi jarang menerima informasi politik digital, 25% tidak pernah menerima informasi politik dan sebanyak 11% tidak mengetahui informasi politik. Sementara yang memilih sering menerima informasi politik hanya 22%. Hasil data tersebut menyatakan bahwa tingkat literasi politik Generasi Z terbilang lemah. Menurut Ratno Sulistiyanto sebagai direktur eksekutif Indopol, mengatakan bahwa Generasi Z jarang dan tidak pernah menerima link berita atau video yang memuat informasi politik, jika tertarik mengenai informasi politik Generasi Z hanya membaca atau menonton, meskipun hanya membaca judulnya (Sadewo, 2021).

Penelitian lain dari *Alvara Research Center* (2014), menyatakan bahwa penggunaan internet bagi kelompok Generasi Z, yaitu kelompok usia 15 hingga 34 tahun, jauh lebih besar daripada kelompok Generasi sebelum Y (Ahmad, 2023). Pernyataan tersebut sesuai dengan laporan digital dari Katadata, yang menyatakan bahwa 98.2% usia 13 hingga 18 tahun jauh lebih tinggi dalam mengakses sebuah internet dibanding kelompok usia yang lebih tua, selanjutnya 97.17% pengguna internet diakses oleh usia 19 hingga 34 tahun, dan terakhir yaitu usia 35 hingga 54 tahun tercatat sebanyak 84.4%.

Pengaruh konten digital terutama dalam pembahasan informasi politik dapat dilihat dari bagaimana respon pengguna dan strategi dalam memilih konsumsi konten literasi digital di sosial media. Di Indonesia terdapat beberapa urutan sosial media yang populer menurut hasil survei *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023*, terdapat beberapa persentase *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.2** Platfrom media sosial populer yang digunakan di Indonesia.

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-2023/>

Dilihat pada gambar 1.2 hasil survei menyatakan bahwa penggunaan Instagram di Indonesia menempati urutan kedua sebanyak 86.5% setelah *Whatsapp*, hal itu berdasarkan penggunaan yang tercatat sejak Januari 2023. Axell Schultze, mengatakan bahwa secara teoritis konten digital pada media sosial adalah cara terbaru untuk berbagi informasi dengan fasilitas komunikasi secara *visual*. Konten digital menjadi langkah bagi akun Instagram @pinterpolitik untuk memanfaatkan penggunaan media sosial dengan menyajikan informasi politik digital. Sehingga informasi yang dibagikan melalui konten digital dapat menarik minat literasi secara singkat bagi para pembaca hanya melalui *smartphone* (Anatasia, 2019) .



**Gambar 1.3** Peningkatan Partisipasi Pemilu muda dari Pemilu 2014 ke Pemilu 2019.

Sumber: <https://Final-Rilis-Survei-CSIS.pdf?download=1>

Dari gambar 1.3 menunjukkan sampel data yang dilakukan oleh *Centre for Strategic and International Studies*, menghasilkan peningkatan sekitar 5,4 untuk

selisih pemilih muda dari pemilu 2014 ke pemilu 2019. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat politik generasi muda mulai meningkat. Aktivitas politik generasi muda juga dilihat melalui perbandingan pada ketertarikan Generasi Z terhadap politik melalui jejaring media sosial dan aktivitas politik secara langsung bersama tokoh politik (CSIS, 2022). Hal ini dibuktikan dengan data pada gambar 1.4 mengenai aktivitas politik yang dilakukan oleh CSIS untuk membandingkan minat Generasi Z dalam melakukan aktivitas politiknya.



**Gambar 1.4 Perbandingan Aktivitas Politik melalui Media dan Langsung.**

Sumber: <https://Final-Rilis-Survei-CSIS.pdf?download=1>

Berdasarkan gambar 1.4 mengenai data survey yang dilakukan CSIS tentang aktivitas politik yang diminati oleh Generasi Z, membuktikan bahwa mereka lebih tertarik pada aktivitas politik melalui media, dibandingkan dengan berpolitik langsung pada tokoh politik dan partai politik yaitu, karena Generasi Z dapat dengan bebas untuk berekspresi untuk menyampaikan pendapat mereka mengenai politik (CSIS, 2022).



**Gambar 1.5 Sosial Media Menjadi sumber Informasi Utama Generasi Z.**

Sumber: <https://Final-Rilis-Survei-CSIS.pdf?download=1>

Pada Gambar 1.5 menunjukkan data bahwa Generasi Z memilih sosial media menjadi sumber informasi utama, maka perkembangan media online harus seimbang dengan kebutuhan portal berita yang mampu menjunjung tinggi asas-asas kebenaran. Hal tersebut ditujukan kepada pengguna media sosial supaya informasi yang dibagikan sesuai pada fakta dan data, sehingga mampu meningkatkan wawasan berpikir pembaca (Azkia, 2020). Tujuan akun Instagram @pinterpolitik dalam menggunakan media adalah sebagai bentuk penyampaian informasi politik melalui konten digital, untuk menampilkan berita dibalik berita, membongkar politik, dengan ulasan pembahasan politik yang ringkas, seperti mengerucutkan informasi pada topik yang dibahas disertai fakta dan data dari sumber yang valid, hal itu sesuai dengan kebutuhan portal berita dengan asas kebenaran (Anatasia, 2019).

Akun Instagram @pinterpolitik dibuat oleh Wim Tangkilisan pada tahun 2016, dengan ciri penulisan infografis yang menarik, informasi politik yang menawarkan penampilan informasi politik yang lebih mendalam dengan berbagai sudut pandang (Ammar, 2021). Hal tersebut menjadi sebab akun Instagram @pinterpolitik dipercaya Generasi Z, dengan menjadi akun konten digital bertema politik yang populer berdasarkan total jumlah pengikut sebanyak 480.000 *followers* tercatat hingga dengan bulan september 2023, ditambah dukungan komentar positif yang ditunjukkan oleh pengikutnya, seperti menyukai dan merespon konten dengan berkomentar untuk menunjukkan opini pribadi antar pengguna mengenai informasi yang dibahas, membuat akun Instagram @pinterpolitik diminati Generasi Z.

Akun Instagram @pinterpolitik digunakan sebagai media informasi mengenai politik umum kepada masyarakat khususnya Generasi Z, namun nyatanya sejak jelang Pilpres 2024, postingan pada konten digital akun Instagram @pinterpolitik cenderung lebih fokus pada politik identitas dan isu-isu yang melekat pada tokoh politik, seperti Capres untuk 2024. Pengguna akun Instagram @pinterpolitik berusaha untuk mendalami hal yang perlu dikritisi, seperti pada konteks pemilihan 2024. Media sosial menjadi wadah kritikan dalam suatu posisi, hingga hal tersebut menjustifikasi jika akun Instagram @pinterpolitik lebih banyak memberikan

informasi politik identitas, mengkritik dan membahas pemerintahan di negara Indonesia jelang Pilpres 2024 (Anatasia, 2019).



**Gambar 1.6 Beberapa postingan akun Instagram @pinterpolitik jelang Pilpres 2024.**

Sumber: <https://Instagram.com/pinterpolitik?igshid=NjIwNZIyMDk2Mg==>

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa Instagram menjadi pengaruh media massa dalam kajian komunikasi politik, informasi yang disajikan media massa dapat dilihat dan dibaca langsung. Hal ini yang memposisikan media berada di garis depan dalam suatu pembentukan opini publik yang efektif dan strategis (Firmanzah, 2008). Dalam memutuskan untuk menjadikan suatu objek penelitian, peneliti mempunyai alasan untuk memilih menggunakan akun Instagram @pinterpolitik, yaitu karena menjadi media yang konsisten terhadap penyebaran informasi melalui konten digital, baik melalui sorotan postingan maupun *snapgram* yang diberikan secara aktif setiap harinya.

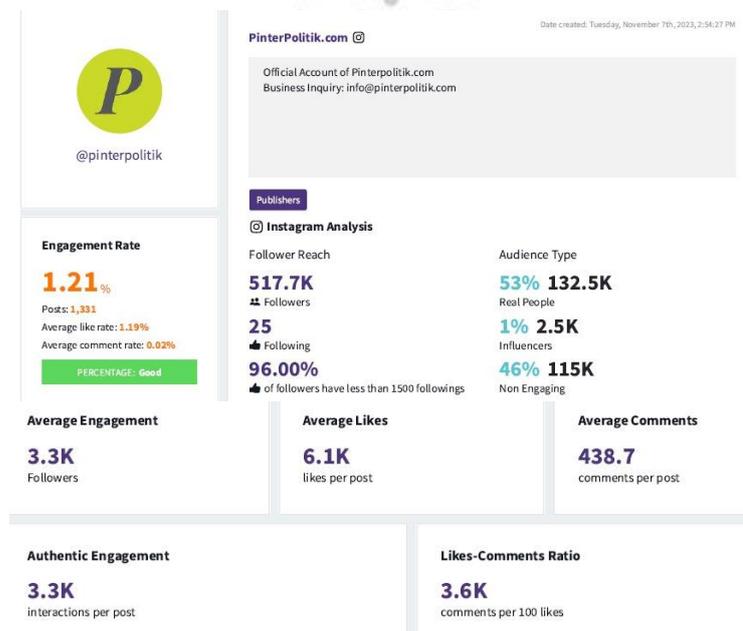
Sebagai media massa digital, survei politik sangat penting karena dapat memengaruhi pendapat dan pola pikir masyarakat (Heryanto G. , 2018). Oleh itu, penting untuk dipublikasikan beberapa konten digital berupa postingan yang berkaitan dengan survei politik di akun Instagram @pinterpolitik, seperti berikut:



Gambar 1.7 Survei Politik pada 13 Februari 2023 dan 4 Mei 2023.

Sumber: <http://Instagram.com/pinterpolitik>

Dari gambar tersebut terlihat bahwa akun Instagram @pinterpolitik membagikan postingan mengenai survey politik dari beberapa kandidat yang dicalonkan menjadi presiden pada pemilu 2024 dan terlihat bahwa beberapa postingan tersebut mendapatkan respon berupa komentar dari pembacanya. Hal itu membuktikan bahwa konten digital memengaruhi pendapat dan pola pikir yang membacanya. Dalam meningkatkan literasi digital mengenai politik akun Instagram @pinterpolitik mereka tentu menggunakan strategi untuk mendapatkan ketertarikan dan kepuasan pembacanya, maka dibawah ini adalah sosial media analisis mengenai akun Instagram @pinterpolitik:

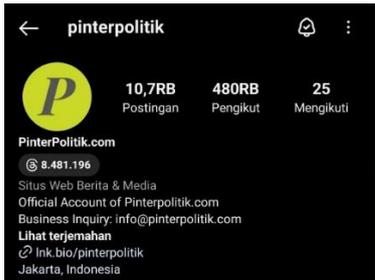


Gambar 1 8 Insight Instagram @pinterpolitik Tahun 2023.

Sumber: <https://phlanx.com>

Akun Instagram @pinterpolitik juga terhitung unggul dengan jumlah *followers* terbanyak sebagai akun media informasi politik, dibandingkan dengan akun media informasi politik lainnya. Perbandingan akun informasi politik di Instagram dapat dilihat pada tabel 1.1 diurutkan berdasarkan jumlah *followers* masing-masing akun.

**Tabel 1. 1 Perbandingan Akun Instagram Tema Literasi Politik**

No	Akun Instagram	Keterangan
1		<p>Akun Instagram @pinterpolitik memiliki pengikut terbanyak dan membuat akun ini menempati urutan pertama dengan tema informasi politik.</p>
2		<p>Akun Instagram @totalpolitikcom menempati urutan kedua <i>followers</i> akun terbanyak dengan tema informasi politik.</p>
3		<p>Akun Instagram @generasi melekpoltik menempati akun urutan ketiga, akun dengan tema informasi politik.</p>

No	Akun Instagram	Keterangan
4		Akun @politikhariini menempati urutan keempat, akun dengan tema informasi politik.
5		Akun @politikbrin menempati akun urutan kelima, akun dengan tema informasi politik.

Sumber : [www.Instagram.com](http://www.Instagram.com)

Literasi politik adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan politik Generasi Z. Menurut Bernard dalam Katarudin (2020), mendefinisikan literasi politik adalah pengimplementasian pada pengetahuan dan keterampilan mengenai politik, sehingga dapat mempengaruhi diri sendiri maupun orang lain dalam pengambilan suatu keputusan. Adanya literasi politik melalui konten digital juga merupakan bentuk strategi dalam pendidikan politik yang disesuaikan dengan kebutuhan zaman (Abdhul Aziz, 2022).

Berangkat dari permasalahan diatas, Generasi Z yang kurang minat dalam literasi politik adalah generasi yang melek teknologi, tetapi generasi ini kurang keinginan dalam mencari informasi terutama terhadap politik, sehingga dapat dikaji mengenai minat mereka dalam literasi politiknya melalui konten digital. Blumer dan Katz, menyatakan terdapat berbagai metode dan motif bagi pengguna untuk berinteraksi dan memanfaatkan media. Hal ini diperlukan sebuah teori yang relevan, dengan dukungan pengguna yang aktif dalam mengakses media. Pada penelitian ini, menggunakan teori *use and gratification* untuk melihat penggunaan

media dalam proses komunikasi, serta melihat bagaimana media mempengaruhi kehidupan yang terletak pada perilaku dan preferensi tontonan (West, 2010).

Teori *use and gratification* pada penelitian ini digunakan untuk mencari apakah terdapat pengaruh konten digital terhadap minat literasi politik secara digital, teori ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga fokus terhadap pengguna atau sebagai konsumen media dalam mendapatkan keinginan mereka untuk mendapatkan informasi (Blumler, 1974). Setelah pembahasan dan pendahuluan di atas, maka peneliti ingin mengangkat judul “Pengaruh Konten Digital Akun Instagram @PinterPolitik Terhadap Minat Literasi Politik Generasi Z Jelang Pilpres 2024”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh konten digital akun Instagram @pinterpolitik terhadap minat literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten digital akun Instagram @pinterpolitik terhadap minat literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024 .

## **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

Manfaat dari hasil penelitian ini bersifat teoritis dan praktis, adapun manfaat dari hasil penelitian sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis
  - a. Menambah dan memperluas pengetahuan politik dengan menggunakan pendekatan konten digital dan literasi politik.
  - b. Memperdalam maksud dan isi konten digital mengenai informasi politik yang tidak hanya terfokus pada isu-isu berita politik.

## 2) Manfaat Praktis

- a. Secara Praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi kepada berbagai pihak yang terkait, untuk mengetahui keefektifan konten digital yang diposting, dalam mempengaruhi minat literasi politik Generasi Z pada *followers*.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan agar pembaca dapat menggunakan, serta menelaah informasi secara bijak terutama jelang Pilpres 2024.

### 1.5 Kerangka Berpikir

Demokrasi dalam pemilihan umum presiden dilaksanakan setiap lima tahun sekali. Tentu dalam hal ini media mempunyai peran dalam menciptakan pemilu yang berkualitas, seperti memberikan kontribusi literasi politik bagi Generasi Z. Dalam penyampaian literasi politik terdapat tiga teknik yang harus diperhatikan, yaitu pengetahuan, keterampilan dan sikap (Anatasia, 2019). Pertama, poin pengetahuan terletak pada cara memproduksi konten digital yang berkaitan dengan isu populer jelang Pilpres 2024 yang dikemas melalui skema infografik. Kedua, pada poin keterampilan, peneliti melihat bagaimana kemampuan media dalam membuat konten infografik, yang berisi informasi dari berbagai portal berita sumber lainnya. Ketiga, poin sikap dengan memanfaatkan fitur *polling* di Instagram untuk mengetahui pilihan terhadap isu populer seputar pemilu presiden 2024 (Atika Aisyarahmi Munzir, 2019).

Rendahnya minat Generasi Z dalam literasi politik, sesuai dengan data yang dilakukan Indopol pada tahun 2021, dengan hasil sebanyak 78% Generasi Z kurang minatnya terhadap literasi politik, sementara hanya sebanyak 22% minat dalam literasi politik. Ratno Sulistiyanto sebagai direktur eksekutif Indopol, menyatakan bahwa Generasi Z dinilai tidak pernah menerima link yang memuat informasi politik, meskipun menerima para Generasi Z hanya membaca atau menonton jika tertarik, meskipun hanya membaca judulnya (Sadewo, 2021).

Pada penelitian ini, menggunakan teori *use and gratification* untuk melihat penggunaan media dalam proses komunikasi, serta melihat bagaimana media mempengaruhi kehidupan yang terletak pada perilaku dan preferensi tontonan (West, 2010). Menjadi preferensi tontonan literasi politik melalui konten digital adalah bukti kemampuan media dalam memberikan informasi politik dengan tujuan supaya Generasi Z tidak tertinggal dalam menerima informasi politik umum maupun khusus. Kemampuan dalam menganalisis dan menyampaikan pesan merupakan tanggungjawab media dalam memberikan suatu konten digital, kemampuan tersebut yang memunculkan ketertarikan minat literasi politik bagi yang melihat dan membacanya (Ade Abdul Hak, 2022).

Alasan menggunakan teori *use and gratification* pada penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat minat literasi politik Generasi Z pada konten digital akun Instagram @pinterpolitik. Output dalam penelitian ini adalah supaya literasi politik yang dikemas dengan konten digital lebih dapat dipahami sebagai salah satu pengetahuan dan kompetensi warga negara untuk dapat berperan aktif dalam memberikan perhatian terkait proses politik dan isu-isu politik yang sedang berjalan (Abdhal Aziz, 2022). Dengan pembahasan dan masalah yang diangkat maka peneliti juga ingin mengetahui teknik dalam penyampaian literasi politik melalui konten digital yang dilakukan akun Instagram @pinterpolitik. Berikut salah satu skema kerangka pemikiran:

**Tabel 1. 2 Skema Kerangka Pemikiran**



Sumber : Hasil Olahan Peneliti

### 1.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka dapat ditarik suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang diteliti dalam penelitian ini, sehingga diharuskan melakukan uji agar dapat mengetahui suatu kebenaran.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, hipotesis pada penelitian yaitu:

**Ha** : Konten digital akun Instagram @pinterpolitik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024.

**Ho** : Konten digital akun Instagram @pinterpolitik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024.

## 1.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu pertama, yang ditulis oleh Tampan Hawari Amru (2021), dengan judul “Dampak Mengakses Instagram @PinterPolitik Terhadap Perilaku Politik Generasi Z Pada Pemilu 2019”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survei, dengan teori determinasi teknologi dan mendapatkan hasil angka 0.302, artinya menunjukkan hasil positif mengakses akun Instagram @pinterpolitik terhadap perilaku politik Generasi Z. Berdasarkan kriteria uji hipotesis *t hitung* lebih besar dari *t tabel* ( $3.757 > 1.984$ ), maka  $H_0$  diterima, artinya mengakses akun Instagram @pinterpolitik berdampak signifikan dan positif terhadap perilaku politik Generasi Z (Amru T. H., 2019). Terdapat perbedaan fokus dan objek dengan penelitian yang sedang diteliti. Peneliti berfokus pada pengaruh konten digital dengan cara melihat tingkatan aktivitas media melalui konten digital dalam memberikan informasi politik jelang Pilpres 2024.

Berdasarkan penelitian terdahulu kedua, yang ditulis oleh Ammar Gilang Pradipta (2021), dengan judul “Motif dan Kepuasan Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif mengenai Motif dan Kepuasan Generasi Z di Surabaya Dalam Mengikuti akun Instagram @pinterpolitik)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teori *use and gratification*, dan mendapatkan hasil uji reabilitas terhadap konsistensi kuesioner sebesar 0.931 (Ammar, 2021). Perbedaan pada peneliti adalah obyek yang diteliti, pada penelitian sebelumnya, berfokus pada kepuasan pengguna media sosial Instagram. Sedangkan peneliti berfokus pada pengaruh konten digital akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024.

Berdasarkan penelitian terdahulu ketiga, yang ditulis oleh Anatasia Anjani (2019), dengan judul “Akun Instagram @pinterpolitik sebagai Platform Literasi Digital (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pinterpolitik.com)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori literasi politik, dengan kesimpulan hasil, literasi digital politik dapat dilihat melalui konten digital, karena media sudah berfungsi sebagai bagian upaya dari meliterasi masyarakat tentang politik.

Perbedaan terdapat pada metode dan obyek yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada literasi digital yang di mana cakupannya sangat luas dan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan peneliti fokus pada pengaruh konten digital akun Instagram @pinterpolitik dengan menggunakan metode kuantitatif (Anatasia, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu keempat, yang ditulis oleh Alva Beriansyah (2023), dengan judul “Instagram dan Generasi Literasi Politik Z”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode kualitatif yang bersifat deskriptif atau metode campuran, hasil menunjukkan bahwa gen Z dalam dunia politik sebagai potensi pengembangan politik, sehingga literasi politik menjadi hal utama yang harus dimiliki oleh gen Z (Alva Beriansyah, 2023). Terdapat perbedaan pada variabel (x) yang hanya mencakup media sosial Instagram. Sedangkan peneliti fokus pada salah satu akun Instagram yaitu @pinterpolitik. Rumusan masalah pada penelitian ini membahas hadirnya Instagram sebagai potensi literasi politik. Sedangkan peneliti fokus pada rumusan masalah yang membahas pengaruh konten digital akun Instagram @pinterpolitik terhadap literasi politik Generasi Z jelang pemilu 2024.

Berdasarkan penelitian terdahulu kelima, yang ditulis oleh Anissa Mu'arifah (2023), dengan judul “Pengaruh Media sosial Instagram @PinterPolitik Terhadap Kebutuhan Informasi Politik Generasi Z”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan teori *use and gratification* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dengan nilai korelasi 0.750, hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh media sosial Instagram @pinterpolitik terhadap kebutuhan informasi politik Generasi Z (Annisa Mu'arifah, 2023). Perbedaan penelitian terletak pada tujuan dan obyek yang diteliti. Pada penelitian Mu'arifah (2023), peneliti fokus pada bagaimana cara media sosial Instagram @pinterpolitik memenuhi kebutuhan informasi politik Generasi Z. Sedangkan peneliti berfokus pada minat literasi politik Generasi Z jelang Pilpres 2024, sampai tahapan pada putaran pertama yaitu, masa pencalonan Presiden dan Wakil Presiden 2024, sesuai dengan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 3 Tahun 2022, tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu Tahun 2024.