

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung, ibu kota Provinsi Jawa Barat, merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang terkenal sebagai pusat budaya, pendidikan, dan ekonomi. Dengan populasi yang terus berkembang, Kota Bandung memiliki peran penting dalam perkembangan politik dan sosial di Indonesia. Selain dikenal sebagai kota kreatif dan tujuan wisata, Bandung juga merupakan pusat pendidikan yang menarik banyak generasi muda dari berbagai daerah. Salah satu kelompok yang mendominasi komposisi penduduk Kota Bandung saat ini adalah Generasi Zillennial, yang mencakup Generasi Z dan milenial muda (Hidayat, 2020).

Generasi Zillennial, terutama Generasi Z, lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah tumbuh dalam era digitalisasi yang cepat. Mereka sangat familiar dengan teknologi dan memiliki akses informasi yang luas melalui media sosial dan internet. Sebagai generasi yang akan menjadi kekuatan politik dan ekonomi masa depan, Generasi Z membawa pandangan baru terhadap politik, budaya, dan isu-isu sosial. Namun, di sisi lain, mereka juga cenderung lebih kritis dan selektif terhadap berbagai hal, termasuk partai politik (Yulianto, 2021).

Keterlibatan Generasi Z dalam politik menjadi isu penting di Kota Bandung, karena generasi ini memiliki potensi besar dalam menentukan arah politik di masa depan. Meskipun jumlah pemilih dari Generasi Z terus meningkat, masih ada tantangan dalam menarik minat mereka terhadap partai politik tradisional, termasuk Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). PKB yang berakar kuat pada tradisi Nahdlatul Ulama dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam moderat, berusaha untuk memperkuat basis dukungannya di kalangan anak muda. Namun, citra partai yang agamis terkadang menjadi penghalang bagi partai ini untuk lebih diterima oleh Generasi Z yang cenderung skeptis terhadap politik berbasis agama (Yulianto, 2021).

Penelitian ini penting untuk mengeksplorasi bagaimana citra politik PKB di mata Generasi Z di Kota Bandung dan bagaimana pengaruhnya terhadap elektabilitas partai. Generasi Z yang semakin sadar akan isu-isu keadilan sosial, toleransi, dan perubahan iklim, memiliki preferensi yang unik dalam memilih partai politik. Oleh karena itu, memahami persepsi dan pandangan mereka terhadap PKB dapat memberikan wawasan tentang bagaimana partai-partai politik di Indonesia dapat beradaptasi untuk menarik suara generasi muda.

Partai Politik mewadahi orang-orang yang memiliki pikiran yang sama sehingga orientasi dan pikirannya dapat dikonsolidasikan. Partai politik merupakan sekelompok manusia yang teroganisir dengan rapih dan dipersatukan atas dasar kebersamaan ideologi dan memiliki tujuan untuk mempertahankan kekuasaan dalam pemilihan umum yang berguna untuk melaksanakan kebijakan yang telah mereka susun (Ramlan Surbakti, 1992). Dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 menjelaskan mengenai partai politik dalam pasal 1 Ayat 1, partai politik diartikan sebagai organisasi yang memiliki sifat nasionalis dan dibentuk oleh sekelompok orang yang memiliki cita-cita yang sama secara sukarela dan bertujuan untuk memperjuangkan, membela kepentingan seluruh masyarakat, serta memelihara keutuhan negara. Partai politik dijadikan sarana oleh masyarakat dalam mengutarakan aspirasi dan juga menjalankan, partai politik menjadi solusi di tengah permasalahan karena masyarakat diakomodasikan dengan baik (Budiardjo, 2010). Sementara itu partai politik Islam ialah organisasi umat Islam di Indonesia yang berorientasi pada kitabullah dan Sunnah Rasul sebagai sumber hukum dan bertujuan untuk memperjuangkan umat Islam disuatu negara (Suntana, 2022).

Pada tanggal 21 Mei 1998 di era reformasi sehari setelah peristiwa itu, masyarakat mengusulkan beberapa hal kepada pengurus besar Nadlatul Ulama (PBNU) salah satu usulannya ialah membentuk partai politik, terdapat 39 nama partai politik yang diusulkan oleh warga yang terbanyak diusulkan ialah Nahdlatul Ummah, Kebangkitan Umat, dan Kebangkitan Bangsa. Tak hanya nama mereka mengusulkan juga logo atau lambang dari partai seperti gambar bumi, bintang sembilan, dan berwarna hijau, Pada tanggal 3 Juni 1998 PBNU mengadakan rapat yang menghasilkan keputusan membentuk lima tim yang bertugas untuk memenuhi

aspirasi masyarakat NU di Indonesia. Sementara itu, Tim Lima diketuai oleh KH Ma`ruf Amin (Rais Suriyah/Kordinator Harian PBNU), dengan anggota, KH M Dawam Anwar (Katib Aam PBNU), Dr KH Said Aqil Siroj, M.A. (Wakil Katib Aam PBNU), HM Rozy Munir, S.E., M.Sc. (Ketua PBNU), dan Ahmad Bagdja (Sekretaris Jenderal PBNU). Untuk mengatasi hambatan organisatoris, Tim Lima itu dibekali Surat Keputusan PBNU. Lalu membentuk tim asisten yang bertugas untuk membantuk di lima tadi. Gus Dur pada saat itu prihatin bahwa kelompok-kelompok NU ingin membuat partai politik dengan terkesan mengikatkan politik dan agama (PKB, 2018). Pada tanggal 23 Juli 1998 terbentuklah partai kebangkitan bangsa yang berlambangkan bola dunia yang dikelilingi oleh Sembilan Bintang yang didominasi berwarna hijau.

Bagi Partai Kebangkitan Bangsa Mewujudkan Cita-cita bangsa salah satunya masyarakat harus terjamin hak asasi manusia yang mengedepankan hati Nurani, dapat dipercaya, dan mampu memecahkan suatu masalah yang dihadapi. Misi utamanya ialah tatanan masyarakat yang beradab mempunyai kesejahteraan lahir dan batin (PKB, 2018).

Gambar 1. 1 Logo Partai Kebangkitan Bangsa



Sumber: Website Partai Kebangkitan Bangsa

Pada saat itu Partai Kebangkitan Bangsa di tahun 1999 memperoleh suara terbesar 12,61 % atau memperoleh 13.336.982 suara, dengan ini PKB menduduki 51 wakilnya di parlemen. Suara didominasi oleh masa NU dan sosok Gus Dur yang berperan besar. Pada 2004 PKB menduduki tiga besar

dibawah Golkar dan PDIP dengan perolehan suara 10,61% atau 12.002.885 suara dan menduduki 52 wakilnya diparlemen. Pada tahun 2009 PKB mengalami penurunan suara hanya memperoleh 4,94% atau 5.146.122 suara ini terjadi karena adanya konflik internal partai. Pada tahun 2014 suara mengalami kenaikan menjadi 9,04% atau 11.298.950 suara. Pada tahun 2019 suara Kembali naik menjadi 9,69% atau 13.570.097 suara (M. Ridoi, 2016). Kemudian pada tahun 2024 PKB mengalami kenaikan Kembali dengan perolehan suara mencapai 16.115.655 (PKB, 2024).

Tabel 1. 1 Perolehan Suara Partai Kebangkitan Bangsa di Indonesia

No.	Tahun	Perolehan Suara Pemilu PKB	Growth
1.	1999	13.336.982	-
2.	2004	12.002.885	- 9,96%
3.	2009	5.146.122	- 57,02%
4.	2014	11.298.950	119,77%
5.	2019	13.570.097	20,10%
6.	2024	16.115.655	18,75%

Sumber: (M. Ridoi, 2016; PKB, 2024)

Partai Kebangkitan Bangsa mengalami fase naik turun pada perolehan suara dari tahun 1999-2019. Di tahun 2014 sangat mengalami peningkatan sebesar 199,77% dan mengalami penurunan Kembali pada tahun 2019. Di tahun 2024 ini Partai Kebangkitan Bangsa Kembali mengalami penurunan dari tahun sebelumnya.

Tabel 1. 2 Perolehan Suara Partai Kebangkitan Bangsa di Jawa Barat

No.	Tahun	Perolehan Suara PKB	Growth
1.	2014	1.572.724	-
2.	2019	1.896.257	20.82%
3.	2024	2.850.963	50.05%

Sumber: (KPU, 2024; Krisiandi, 2019; Riswan Oris, 2024)

Perolehan suara Partai Kebangkitan Bangsa di Jawa Barat dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan seperti di tahun 2014 Partai Kebangkitan Bangsa memperoleh suara sebesar 1.572.724 (Riswan Oris, 2024), lalu di tahun 2019 PKB memperoleh suara sebesar 1.896.257 (Krisiandi, 2019), kemudian mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 2.850.963 suara (KPU, 2024).

Tabel 1. 3 Perolehan Suara Partai Kebangkitan Bangsa di Kota Bandung

No.	Tahun	Perolehan Suara PKB	Growth
1.	2014	42.782	-
2.	2019	51.957	21,46%
3.	2024	84.919	63,45%

Sumber: (Bandung Aktual, 2019; Lukihardianti, 2024; News, 2014)

Partai Kebangkitan Bangsa dalam Pileg DPRD di Kota Bandung dari dua periode kebelakang ini mengalami kenaikan perolehan suara di setiap periodenya pada tahun 2014 hanya mendapatkan suara sebesar 42.782 suara (News, 2014), lalu perolehan suara Partai Kebangkitan Bangsa pada tahun 2019 di Kota Bandung sebesar 51.957 (Bandung Aktual, 2019), mengalami peningkatan di tahun 2024 pada pileg di Kota Bandung sebesar 84.919 suara yang di peroleh oleh Partai Kebangkitan Bangsa (Lukihardianti, 2024).

Citra ialah kesan atau gambaran terhadap seseorang ataupun organisasi, Citra yang positif perlu dimiliki atau diciptakan dengan sengaja bila ingin organisasinya dikenal dan diingat oleh masyarakat karena citra ialah aset terpenting bagi suatu organisasi. Dalam proses pembentukan citra yang akan menghasilkan sikap, perilaku, pendapat tertentu. Citra politik akan selalu berubah-ubah mengikuti bagaimana organisasi itu membuat kebijakan atau perilaku yang terlihat oleh masyarakat. Salah satu cara untuk mendorong terbentuknya citra politik ialah sosialisasi sehingga orang lebih mengetahui, dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh partai tersebut (Muchtar, 2016). Banyak sekali metode yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk mendapatkan pandangan yang baik saat pertama bertemu atau melihat. Upaya untuk menarik simpati dari

seseorang atau masyarakat umum dilakukan dengan melakukan komunikasi. Citra politik dibangun agar mendapatkan *feedback* yang bagus dari masyarakat karena jika citra yang dimiliki oleh para politikus atau partai buruk itu menjadi ancaman yang sangat besar sebab akan kehilangan kredibilitas atau kepercayaan dihadapan masyarakat umum.

Pencitraan ialah bagian penting bagi setiap orang sebagai makhluk sosial. Dengan adanya pencitraan, manusia akan memilih hal-hal yang akan dilakukan dan juga tidak dilakukan. Manusia berupaya memiliki citra baik di hadapan orang lain dengan harapan terlihat sempurna dimata orang lain atau masyarakat umum, dalam pembentukan citra sendiri tidak jarang orang-orang melakukan pengemasan sikap agar terlihat atau mendapatkan kesan yang positif dari orang lain.

Citra politik yang dimiliki oleh Partai Kebangkitan Bangsa ialah berbasis agamis, yang di kenal dengan Golongan NU maka massa terbanyak ialah dari golongan tersebut. Pada pemilu 2019 Partai Kebangkitan Bangsa memasukan konsep modern hal ini di buktikan oleh perolehan suara di tahun 2019 mengalami peningkatan. Opini dari masyarakat yang mengatakan bahwa Partai Kebangkitan Bangsa ini partai yang agamis karena kebanyakan pendukung dan kader-kadernya berasal dari pesantren (Hizkia, 2022).

Gambar 1. 2 Unggahan Akun Instagram PKB



Sumber: Akun Instagram Partai PKB

Seperti yang terlihat pada salah satu unggahan media sosial Partai Kebangkitan Bangsa ini merupakan inisiator Undang-Undang Pesantren, Partai PKB berhasil mewujudkan salah satu program yang dijanjikan oleh Partai kebangkitan Bangsa yaitu dana abadi pesantren se-Indonesia. Hal ini adalah salah satu bukti bahwa Partai Kebangkitan Bangsa berbasis Agamis.

Pada salah satu unggahan di Instagram yang memperlihatkan bahwa Partai Kebangkitan Bangsa sangat mendukung penuh sekolah yang berbasis Islam dengan memberikan bantuan puluhan *handphone* untuk pelajar di MTSN 2 Kota Bandung.

Dalam unggahan Instagram PKB Kota Bandung menggelar acara 1 abad NU sekaligus ulang tahun PKB yang ke 25 tahun, hal ini menjadi salah satu bukti bahwa Partai Kebangkitan Bangsa sangat kental dengan Organisasi Islam NU.

Generasi Z yang lahir dari tahun 1999-2012 ini dikenal dengan kreatif dan paling dekat dengan teknologi (Zis et al., 2021). Generasi Z ini menjadi aset suara dalam pemilihan umum sebab suaranya mendapatkan komposisi tertinggi di dalam pemilu. Generasi Z ini memiliki pengaruh tak hanya pada jumlah suaranya tetapi pada era informasi. Sebab para politisi ataupun partai politik sekarang gencar melakukan kampanye melalui media sosial. Jika rentang tahun lahir mereka di 1997-2012, berarti banyak dari mereka pula yang pemilih pemula, dan maka dari itu sangat disayangkan jika generasi Z ini tidak dimanfaatkan untuk partisipasi politik. Karakter pada Gen Z lebih beragam dan memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat, Gen Z juga dapat memanfaatkan perubahan teknologi bagi kehidupan. Dalam artikel yang berjudul “Meet Generation Z: The Second Generation within The Giant Millennial Cohort” menjelaskan bahwa Gen Z adalah generasi yang menerima pola pikir yang berbeda dan menerima berbagai pandangan (Tulgan, 2013). Generasi Z yang memiliki kedekatan dengan teknologi ini memberikan keuntungan apalagi dalam dunia perpolitikan dan dunia kerja. Generasi yang lebih muda lebih terbiasa mengekspresikan keinginannya dalam hal kebaruan dibandingkan generasi yang lebih tua (O’Connor, Becker, 2018).

Pada hasil survey Litbang Kompas menunjukkan bahwa antusias kaum milenial dan generasi Z untuk mengikuti pemilu ini sangat tinggi sebanyak 86,7%.

Prefensi pemilih generasi muda ini menentukan pilihan pada calon presiden akan bergantung terhadap isu yang dibawakan oleh kandidat, ketimbang preferensi suku dan agama. Pemilih generasi Z cenderung rasional dalam memilih pemimpin (KPU, 2022). Pada saat ini Gen Z yang terkenal kritis dan juga memberikan perhatian lebih terhadap perkembangan demokrasi di Indonesia. Cara mereka menyampaikan pandangan atau dengan memberikan contoh langsung lewat tindakan kegiatan sukarela, gerakan sosial, petisi, atau berbagi materi mengenai politik di media sosial. Seakan tidak mau ketinggalan untuk merauk suara generasi Z, para politisi ini mengikuti beberapa isu dan hal yang dekat dengan generasi Z. merujuk pada daftar pemilih tetap dari data KPU terdapat kelompok generasi Z di Indonesia sebesar 46,8 juta, dari perolehan suara pun mereka sangat dominan maka sangat disayangkan bila politisi mengabaikan generasi Z, sebab para anak muda ini memiliki pengaruh yang cukup besar. Para Generasi Z ini peduli mengenai beberapa isu seperti korupsi, lingkungan, dan penggunaan media sosial. Hal ini menjadi indikator penting bagi para pemilih generasi Z (CNN Indonesia, 2023).



Gambar 1. 3 Populasi Penduduk di Kota Bandung 2023

PENDUDUK DAN KETENAGAKERJAAN

Tabel 3.1.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung, 2022
Table Total Population by Age Groups and Sex in Bandung Municipality, 2022

Kelompok Umur Age Group	Jenis Kelamin/Sex		Jumlah / Total
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
0-4	92 414	88 165	180 579
5-9	90 197	86 246	176 443
10-14	96 686	91 393	188 079
15-19	101 239	95 591	196 830
20-24	99 386	96 059	195 445
25-29	100 814	97 594	198 408
30-34	97 436	93 096	190 532
35-39	98 698	92 732	191 430
40-44	96 598	92 763	189 361
45-49	86 926	85 977	172 903
50-54	77 773	79 391	157 164
55-59	65 588	69 356	134 944
60-64	52 262	55 762	108 024
65-69	39 798	43 728	83 526
70-74	23 068	25 785	48 853
75+	20 170	28 862	49 032
Jumlah/Total	1 239 053	1 222 500	2 461 553

Catatan/ Note : Data yang disajikan merupakan hasil proyeksi penduduk interim 2021-2023 (pertengahan tahun/Juni)/
 The data presented is the result of the projection of interim population 2021-2023 (mid-year / June)

Sumber/Source : Badan Pusat Statistik /BPS-Statistics Indonesia

Sumber: (Bandung, 2023)

Jumlah penduduk di Kota Bandung pada tahun 2023 sebanyak 2.461.553 orang. Sedangkan jumlah penduduk generasi Z di Kota Bandung sebanyak 366.585 orang. Dengan jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2.461.553 orang pada tahun 2023, terdapat 366.585 orang yang termasuk dalam generasi Z. Kehadiran yang signifikan dari generasi Z ini dapat memainkan peran penting dalam proses pemilihan umum di Kota Bandung. Dengan jumlah yang cukup besar, generasi Z memiliki potensi untuk menjadi pemilih yang berpengaruh, memberikan suara mereka untuk memengaruhi arah kebijakan dan kepemimpinan yang akan

memengaruhi masa depan kota ini. Oleh karena itu, partisipasi aktif generasi Z di dunia politik dapat menjadi faktor penting dalam menentukan hasil dan arah kebijakan pada pemilihan umum di Kota Bandung.

Tabel 1. 4 Populasi Generasi Z di Kota Bandung 2023

Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
15-19 Tahun	102.232	96.706	198.938
20- 24 Tahun	100.290	97.357	197.647
Total Generasi Z di Kota Bandung :			366.585

Sumber: (Bandung, 2023)

Generasi Z di Kota Bandung mendominasi sebanyak 366.585 orang, melihat dari data tersebut generasi Z banyak mempengaruhi sumbangan suara yang akan diberikan terhadap kandidat politik yang akan maju. Kota Bandung menjadi salah satu kota terbanyak maka dari itu menarik saya untuk meneliti apakah citra partai PKB yang identik dengan agamis menjadi selera generasi Z atau menarik di kalangan generasi Z di Kota Bandung (Bandung, 2023).

Citra partai politik mempengaruhi elektabilitas atau pengambilan Keputusan dalam memilih hal ini di tegaskan oleh, Nimmo menyebutkan bahwa citra seseorang atau organisasi politik itu terkait melalui perasaan serta pikiran yang subjektif. Lebih daripada itu, Corner dan Pels merangkum bahwasanya baik tokoh-tokoh yang memiliki reputasi baik maupun yang memiliki reputasi buruk secara signifikan berusaha keras untuk membangun citra politik mereka guna memengaruhi pemilih. Hal tersebut disebabkan karena citra dianggap sebagai faktor paling krusial dalam menentukan kesuksesan suatu kampanye politik.

Penelitian dengan judul "Pengaruh Citra Politik Terhadap Elektabilitas Partai Kebangkitan Bangsa (Pkb) Pada Generasi Z Menuju Pemilu 2024 Di Kota Bandung", ini menarik untuk diteliti karena mencoba mendalami hubungan antara citra politik dan elektabilitas Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di kalangan

generasi Z menjelang Pemilu 2024 di Kota Bandung. Selain itu, penelitian ini juga memperdalam pemahaman terhadap dampak citra politik terhadap elektabilitas di kalangan generasi Z, serta menggali perspektif generasi Z sendiri terhadap citra politik Partai Kebangkitan Bangsa. Hal ini dapat memberikan sumbangan signifikan dalam pemahaman dinamika politik lokal yang melibatkan pemilih muda menuju pemilihan umum.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana kondisi citra partai Kebangkitan bangsa?
2. Bagaimana Pengaruh Citra Politik terhadap elektabilitas di kalangan generasi Z di Kota Bandung
3. Apa saja faktor yang mempengaruhi citra politik Partai Kebangkitan Bangsa terhadap elektabilitas partai di kalangan generasi Z di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan citra Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di kalangan Generasi Z di Kota Bandung.
2. Menganalisis pengaruh citra politik Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) terhadap elektabilitas partai tersebut di kalangan Generasi Z di Kota Bandung.
3. Mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi elektabilitas Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) di kalangan Generasi Z di Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini berharap mampu memberikan kontribusi bagi pembaca mengenai Citra Politik Partai Kebangkitan Bangsa dikalangan Generasi Z.
 - b. Penelitian ini bertujuan untuk menambah sumber referensi bagi para peneliti

selanjutnya dalam mendalami topik permasalahan mengenai Citra Politik Partai.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan mengkaji mengenai permasalahan yang sama.

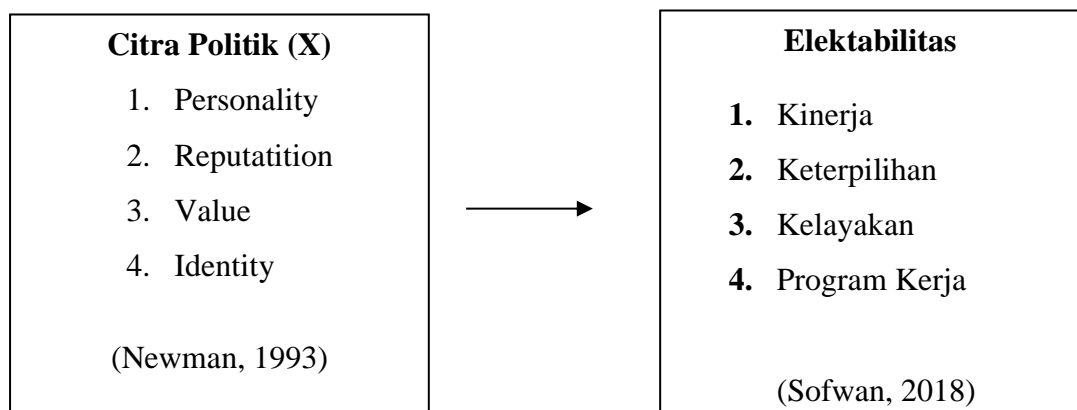
b. Bagi Peneliti

Untuk mengembangkan kemampuan berpikir dan mengasah kemampuan dalam membuat karya ilmiah dan juga untuk menyelesaikan Pendidikan Strata satu (S-10) Prodi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.5 Kerangka Berpikir

Dalam dinamika politik kontemporer, citra politik sebuah partai memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi publik serta mempengaruhi tingkat elektabilitas partai tersebut. Terutama bagi pemilih muda seperti Generasi Zillennial, yang memiliki karakteristik unik karena tumbuh di era digital. Berikut merupakan kerangka berpikir dalam penelitian ini.

Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir



Citra politik sebuah partai memainkan peran penting dalam membentuk

persepsi publik dan elektabilitas partai tersebut, terutama di kalangan pemilih muda seperti Generasi Zillennial. Dalam konteks ini, teori citra politik menjadi alat analisis yang esensial untuk memahami bagaimana persepsi terhadap partai politik seperti Partai Kebangkitan Bangsa (PKB) terbentuk di benak masyarakat, khususnya Generasi Z di Kota Bandung. Generasi Zillennial memiliki karakteristik unik karena tumbuh dalam era digital, sehingga eksposur mereka terhadap partai politik sering kali lebih dipengaruhi oleh media sosial, berita online, dan komunikasi digital daripada bentuk komunikasi politik tradisional. Dengan menggunakan teori citra politik, dapat di perhatikan bagaimana tingkat elektabilitas partai PKB di kalangan generasi zillennial ini apakah citra partai PKB diterima oleh generasi zillennial. Sementara itu, dari presepektif teori elektabilitas apakah faktor- faktor seperti kinerja partai, keterpilihan partai, kelayakan partai di mata masyarakat, dan juga program kerja yang di usung partai ini akan sesuai dan masuk pada semua kalangan atau hanya golongan tertentu saja. Lalu apakah faktor-faktor dari citra politik seperti *personality* partai, reputasi partai, nilai-nilai dari partai, dan identitas partai ini akan mempengaruhi elektabilitas atau suara partai akan melesat tinggi pada pemilu 2024.

1.6 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah Pengaruh Citra Partai Kebangkitan Bangsa terhadap elektabilitas Politik Generasi Z Di Kota Bandung yang dimana kriteria pengujiannya adalah:

- a. H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara citra Partai Kebangkitan Bangsa terhadap elektabilitas partai di kalangan Generasi Z di Kota Bandung.
- b. H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra Partai Kebangkitan Bangsa terhadap elektabilitas partai di kalangan Generasi Z di Kota Bandung.

1.7 Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam mengkaji penelitian yang terkait dengan citra politik dan komunikasi politik ada beberapa penelitian yang serupa, yang dapat dirangkum sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Nindy Elsyse Tantonno dkk (2019) dengan judul “**Citra Partai Solidaritas Indonesia Di Publik Milenial Surabaya**” , penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan metode survei, penelitian ini menjelaskan bagaimana citra dari Partai Solidaritas Indonesia di publik milenial Surabaya, dengan hasil citra Partai Solidaritas Indonesia mendapatkan citra yang positif sebagai sebuah partai yang memiliki *tagline* partainya anak muda, dan partai ini memanfaatkan penggunaan teknologi dalam berkampanye. Penelitian ini menggunakan landasan teori citra partai dan juga *public relations* politik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah menggunakan metode yang sama, dan pembahasannya mengenai citra partai politik di masyarakat itu apakah positif atau negatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah berbeda dalam menggunakan teori (Tantonno et al., 2019).

Kedua, penelitian oleh Octaviani Safruddin (2022) dengan Judul “**Pengaruh Citra Politik Terhadap Elektabilitas Anies Baswedan Menjelang Pemilu 2024**” , penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan metode wawancara dan studi literatur, hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra politik Anies Baswedan yang memulai di dunia politik bermula dari gubernur di DKI Jakarta, modal politik yang kuat, serta kapabilitas Anies Baswedan pada saat itu membangun kepercayaan masyarakat, hal ini menjadi salah satu cara untuk mendokrak elektabilitas Anies Baswedan untuk maju menjadi presiden di tahun 2024, rekam jejak saat menjadi Gubernurlah yang membuat masyarakat umum memiliki kepercayaan kepada Anies Baswedan. Pada penelitian ini menggunakan teori citra politik dan opini publik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah memiliki fokus penelitian yang sama yaitu mengetahui seberapa pengaruh

citra politik bagi elektabilitas calon kandidat atau partai. Perbedaannya ialah pada metode penelitian yang digunakan (Safruddin, 2022).

Ketiga, penelitian oleh Joni Firmansyah dkk (2023), dengan judul **”penelitian komunikasi politik dan citra partai (Studi pada Partai Gelombang Rakyat Indonesia Kabupaten Sumbawa)”** , Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan analisis, studi literatur, dan wawancara. Hasil penelitian ini ialah Partai Gelora sedang menunjukkan identitasnya di depan masyarakat umum, dengan menggunakan kampanye media sosial yang menjadi sarana untuk membangun citra politiknya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah melihat bagaimana partai membangun citra partainya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah metode penelitiannya (Firmansyah et al., 2023).

Keempat, penelitian oleh Mochammad Aufamario Gamanurmahdi (2019), dengan Judul penelitian Studi tentang **“Citra Politik Mahyeldi Ansharullah dalam Meningkatkan Elektabilitas Politik di Pilwako Padang 2018”** , Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dekriftif. Hasil dari penelitian ini ialah mereka menggunakan cara *push marketing* yaitu dengan mendatangkan tokoh politik yang langsung hadir dihadapan masyarakat, lalu dengan *pull marketing* yaitu pengenalan *brand loyalty* kepada masyarakat, dan mereka menentukan dulu strategi yang mereka gunakan apakah cocok dengan target atau tidak, jika cocok mereka akan memperdalam strategi kampanye. Teori yang digunakan ialah marketing politik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah fokus masalahnya yaitu, apakah citra politik meningkatkan elektabilitas. Perbedaannya ialah penelitian ini fokus pada citra politik kandidat sedangkan saya pada partainya, dan juga berbeda dalam metode penelitiannya (Gamanurmahdi, 2019).

Kelima, Penelitian oleh Hafidlatul Fauzuna (2021), dengan judul **“Strategi Komunikasi LPP PKB Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif 2019”** , Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi kemenangan yang digunakan oleh PKB menggunakan manajemen citra dengan cara mempererat tali silaturahmi dengan para ulama NU dan melakukan komunikasi dari pintu ke pintu. Persamaan pada penelitian ini dan penelitian saya ialah pada

permasalahan citra partai yang sama yaitu PKB. Perbedaannya ialah pada metode penelitian (Fauzuna, 2021).

Keenam, Penelitian oleh Sindy Oktavia Melati (2020), dengan judul **“Pengaruh Citra Partai, Kelompok Referensi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Presiden Pada Pilpres 2019”**, Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh citra partai, kelompok referensi, dan kepercayaan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hasil dari penelitian ini citra partai, kepercayaan, dan kelompok referensi yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih. Metode yang digunakan ialah kuantitatif. Teori yang digunakan ialah pemasaran politik, pemasaran bauran politik, manajemen pemasaran, perilaku konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah mengetahui seberapa pengaruh citra partai pada masyarakat, metode penelitian yang sama. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya ialah penelitian ini tak hanya fokus pada citra saja, namun pada beberapa hal yang lainnya (Sindy Oktavia Melati, 2020).

