

Upaya Menggaet Gen Z dalam Pidato Kaesang PSI

Diah Pitaloka¹, Rizky Abrian²

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

surel: diahpitaland@gmail.com

Received: Desember 2023; Revised: Januari 2025; Accepted: Januari 2025; Published: Januari 2025

ABSTRAK

Memasuki tahun-tahun politik dengan berbagai macam gencatan yang digalang oleh beberapa parpol memberikan sinergi serta dampak terhadap Generasi Z (Gen Z). Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengungkap maksud implisit pada pidato Kaesang dalam PSI. Pidato politik Kaesang Pragiwaksono dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) tentang ajakan kepada generasi milenial dan generasi Z untuk terlibat dalam Pemilu 2024 telah menjadi perbincangan publik di media sosial. Tulisan ini bertujuan menganalisis wacana pidato tersebut menggunakan perspektif analisis wacana kritis Teun Van Dijk. Wacana pidato politik dipandang sebagai bentuk komunikasi yang merepresentasikan kepentingan ideologis dan politik tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi analisis wacana kritis. Analisis dilakukan pada level teks untuk melihat pilihan kata, retorika, dan gaya bahasa yang dipakai Kaesang. Selain itu, tulisan ini juga menganalisis konteks sosio-politik pidato tersebut di tengah meningkatnya peran generasi muda dalam politik Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara tekstual, pidato Kaesang menggunakan pilihan kata, istilah, dan gaya bahasa yang dekat dengan generasi muda urban. Secara kontekstual, pidato tersebut berusaha membangun citra PSI sebagai partai progresif dan inklusif yang mewakili suara anak muda. Dalam perspektif analisis wacana kritis, pidato ini merepresentasikan upaya PSI melakukan framing dan pencitraan dengan memanfaatkan momentum kebangkitan suara pemilih milenial dan gen Z. Pidato ini sekaligus menunjukkan relasi kuasa antara partai politik mapan dengan partai politik baru yang berupaya merebut hati pemilih pemula.

Kata Kunci: pidato, Kaesang, PSI, Van Dijk, gen Z

ABSTRACT

Entering the political years with various kinds of ceasefires organized by several political parties provides synergy and impact on Generation Z (Gen Z). Therefore, this research seeks to uncover the implicit meaning in Kaesang's speech in PSI. Kaesang Pragiwaksono's political speech from the Indonesian Solidarity Party (PSI) regarding his invitation to the millennial generation and generation Z to get involved in the 2024 elections has become a public topic of conversation on social media. This paper aims to analyze the discourse of the speech using the perspective of Teun Van Dijk's critical discourse analysis. Political speech discourse is seen as a form of communication that represents certain ideological and political interests. This

research uses qualitative methods with a critical discourse analysis type of study. Analysis was carried out at the text level to see the word choice, rhetoric and language style used by Kaesang. Apart from that, this article also analyzes the socio-political context of the speech amidst the increasing role of the younger generation in Indonesian politics. The results of the analysis show that textually, Kaesang's speech uses word choices, terms and language styles that are close to those of the young urban generation. Contextually, the speech seeks to build PSI's image as a progressive and inclusive party that represents the voices of young people. From the perspective of critical discourse analysis, this speech represents PSI's efforts to frame and image by taking advantage of the momentum of the rise in the votes of millennial and Gen Z voters. This speech also shows the power relations between established political parties and new political parties that are trying to win the hearts of new voters.

Keywords: speech, Kaesang, PSI, Van Dijk, gen Z

PENDAHULUAN

Dalam setiap momentum pemilihan umum, para kandidat dan partai politik berupaya menyusun strategi kampanye yang efektif untuk meyakinkan dan menarik dukungan dari para pemilih. Salah satu aspek penting dalam kampanye politik adalah pidato kampanye dari figur politik yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membujuk khalayak agar memberikan suara kepada partai atau kandidat tertentu (Benoit, 2007). Melalui bahasa verbal dan nonverbal yang dipilih dengan cermat, pidato politik bisa menjadi sarana efektif dalam mempromosikan citra dan membangun elektabilitas politisi atau partai di mata pemilih (Kaid & Johnston, 2020). Di era digital seperti saat ini, pidato politik tidak hanya disampaikan dalam kampanye akbar di lapangan terbuka, tetapi juga menjadi konten yang viral di media sosial. Hal ini membuat pidato politik juga berperan sebagai konten yang dapat viral dan memengaruhi opini publik secara luas (Rahmi et al., 2021). Oleh karena itu, para politisi dan partai kini semakin cermat merancang pidato politik yang tidak hanya persuasif secara retorika, tetapi juga memiliki unsur viral yang kuat untuk menarik perhatian warganet.

Salah satu pidato politik yang menjadi perbincangan di media sosial Indonesia baru-baru ini adalah pidato Kaesang Pragiwaksono pada acara Nasionalisme Digitas: Solidaritas Tanpa Batas pada 17 September 2022. Dalam kesempatan tersebut, putra sulung Presiden Jokowi ini tampil sebagai politisi Partai Solidaritas Indonesia (PSI) untuk menyampaikan ajakan kepada pemilih milenial dan Gen Z agar terlibat aktif dalam pemilu 2024, khususnya dengan memberikan dukungan pada PSI (Pambayun, 2022).

Pidato Kaesang ini menuai respons yang beragam di media sosial, mulai dari pujian hingga kritik pedas. Sebagian kalangan memuji pidato Kaesang karena dianggap mampu menyasar aspirasi anak muda yang selama ini kurang terwakili dalam peta politik Indonesia. Pidato berdurasi kurang lebih 30 menit ini disampaikan dengan gaya bahasa yang energik dan penuh semangat. Kaesang menyelipkan guyonan dan istilah-istilah yang akrab di telinga kaum milenial seperti “anying” dan

“cringe”. Pidato ini dinilai efektif membangkitkan semangat nasionalisme dan partisipasi politik kelompok pemilih milenial dan Gen Z dalam Pemilu 2024 mendatang (Sodikin, 2022). Jamak orang berpandangan bahwa pidato Kaesang cenderung memiliki konotasi negatif dan tidak mencerminkan pemuda Indonesia sebagaimana relevan dengan nilai-nilai Pancasila. Akan tetapi, jika ditelisik lebih jauh, pidato Kaesang justru berpotensi menggerakkan semangat muda-mudi terutama Gen Z yang dinilai membawa pengaruh besar dalam kancah politik.

Pidato politik Kaesang Pragiwaksono ini kemudian ramai diperbincangkan di media sosial Twitter dan TikTok. Banyak netizen yang memuji pidato tersebut karena dianggap mampu menysar aspirasi anak muda yang selama ini kurang terwakili dalam peta politik Indonesia. Pidato Kaesang dinilai efektif dalam membangkitkan semangat nasionalisme dan partisipasi politik kelompok pemilih milenial dan generasi Z dalam Pemilu 2024 mendatang (Pratama, 2022). Sejumlah analisis politik juga memberi apresiasi terhadap pidato yang dianggap sangat relevan dalam mengingatkan hak dan tanggung jawab demokrasi generasi muda. Pidato Kaesang juga dianggap berhasil membawa pesan politik PSI untuk menjadi alternatif baru dengan pemikiran out of the box bagi anak muda (Indriani, 2022).

Sejumlah kalangan juga mengkritik pidato tersebut. Mereka menilai ini hanya strategi politik PSI untuk memanfaatkan figur Kaesang guna menarik simpati pemilih pemula yang selama ini belum banyak dilibatkan dalam pesta demokrasi. Kaesang dan PSI dinilai melakukan politisasi nasionalisme demi kepentingan pragmatis perolehan suara di Pemilu 2024 nanti (Asmara, 2022). Menariknya, produksi wacana yang masif atas pidato politik Kaesang ini menggambarkan menguatnya partisipasi politik generasi muda di media sosial. Ini sekaligus menunjukkan pentingnya merebut hati dan suara kelompok pemilih milenial dan Gen Z yang diperkirakan akan sangat menentukan dalam Pemilu 2024 mendatang (Widiartanto, 2022).

Sebagai objek kajian analisis, pidato Kaesang sangat urgen untuk diteliti dan sumbangsih bagi dunia akademik ke depannya. Penelitian ini berusaha memaparkan pidato Kaesang yang merepresentasikan strategi kampanye dan komunikasi politik digital yang inovatif di tengah meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia. Kajian ini dapat memberikan pemahaman mendalam terkait strategi kampanye era digital. Selain itu, pidato Kaesang menunjukkan upaya partai politik baru dalam melakukan *branding* dan *positioning* diri di tengah kompetisi politik dengan menysar generasi milenial dan Z sebagai konstituen baru. Ketertarikan generasi muda terhadap pidato Kaesang mengindikasikan menguatnya partisipasi politik kelompok pemilih pemula. Dalam penelitian ini, peneliti melihat potensi dan tren baru perilaku suatu partai politik dalam memilih generasi muda sebagai sasaran di dunia kontemporer. Begitu pula dengan respons pidato Kaesang di media sosial juga menunjukkan pentingnya literasi digital dan kritis bagi khalayak umum dalam menyikapi wacana politik di ruang publik digital.

Peneliti memanfaatkan teori Van Dijk dalam mengkaji pidato politik Kaesang Pragiwaksono sebagai upaya praktik politik untuk menggaet Generasi Z dalam Pemilu 2024. Analisis teks pidato menurut Van Dijk (1997), analisis teks melihat bagaimana struktur dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Pidato Kaesang dapat dianalisis dari struktur, pilihan kata, kalimat, dan

proposisi yang digunakan. Sebagaimana yang telah disebutkan oleh Van Dijk (Van Dijk, 1997) bahwa analisis tekstual mempelajari bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan tema tertentu. Selanjutnya, analisis kognisi sosial Van Dijk (2001) menjelaskan bahwa wacana merupakan representasi dari ideologi tertentu. Pidato Kaesang dapat dikaji dari ideologi, motivasi, dan kepentingan PSI di balik wacana yang dibangun.

Tahap berikutnya adalah analisis konteks sosial-politik. Konteks sosial dan politik penting untuk memahami produksi dan fungsi sosial suatu wacana (Eriyanto, 2001). Konteks pidato Kaesang perlu dianalisis secara sosiologis. Adapun analisis wacana media sosial penerimaan audiens terhadap suatu wacana dapat dikaji dari wacana media dan perbincangan di media sosial (McCombs, 2014). Hal ini relevan untuk kajian terhadap pidato viral Kaesang. Berkaitan dengan efek dan fungsi sosial menurut Van Dijk (2006), wacana memiliki efek dan fungsi sosial tertentu bagi khalayak. Pidato Kaesang dapat dianalisis efeknya dalam membentuk opini dan sikap generasi Z terhadap PSI.

Mengingat minimnya studi pustaka terdahulu dan terlebih pidato tersebut baru saja rilis pada 25 September 2023 sehingga peneliti mencantumkan beberapa objek yang memiliki kaitan dengan penelitian. Pertama, penelitian dilakukan oleh Atmoko (2021) mengkaji pemanfaatan media sosial oleh partai politik dalam meningkatkan elektabilitas di kalangan pemilih milenial dan Gen Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi konten kampanye di platform digital sangat penting untuk menarik minat kelompok pemilih muda. Dalam jurnal tersebut, peneliti hanya terfokus pada pemanfaatan media sosial oleh partai politik untuk menarik perhatian generasi-generasi muda sebagai praktik politik modern.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2020). Penelitian ini menganalisis pidato politik Prabowo Subianto pada Pilpres 2019 untuk melihat penggunaan gaya bahasa, retorika, dan framing isu Strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahasa pidato Prabowo efektif membangun ethos dan memengaruhi psikologis pendengar. Penelitian tersebut berusaha mengungkap stilistika atau gaya bahasa pada pidato Prabowo sebagai pembentuk moral serta mendominasi psikologis pendengar.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Harini (2018) mengkaji bagaimana partai politik di Indonesia memanfaatkan figur publik selebriti sebagai juru kampanye untuk menarik suara pemilih milenial. Hasil penelitian menemukan bahwa kepopuleran selebriti memberi nilai tambah elektabilitas partai. Jurnal tersebut memusatkan penelitiannya pada figur publik sebagai upaya untuk menarik generasi milenial dalam pemilihan suara. Peneliti juga menyebutkan bahwa pemanfaatan selebriti dari segi popularitasnya sangat berpengaruh dalam pemilihan suara di era politik sedang bergaung. Keempat, penelitian dilakukan oleh Pratiwi (2021) yang menganalisis wacana pidato politik Anies Baswedan untuk melihat strategi pencitraan dan framing isu ideologis. Ditemukan bahwa pidato Anies efektif membentuk citra intelektual-religius. Kelima, penelitian dilakukan oleh Aprilia (2019) yang melakukan kajian tentang penggunaan buzzers oleh partai politik dalam menyebarkan pesan kampanye dan menggerakkan dukungan di media sosial. Penggunaan buzzers dinilai efektif untuk viral marketing.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi analisis wacana kritis untuk mengkaji pidato politik Kaesang Pragiwaksono. Pemilihan metode ini didasarkan pada paradigma Teun A. van Dijk yang memandang wacana sebagai bentuk interaksi sosial yang merepresentasikan relasi kuasa dan ideologi tertentu. Oleh karena itu, kajian ini akan menganalisis pidato Kaesang tidak sekadar dari sisi retorika, tetapi juga ideologi dan motivasi di balik wacana politik yang diproduksi.

Data penelitian berupa transkrip pidato politik Kaesang Pragiwaksono pada acara Deklarasi Politik PSI di Jakarta 25 September 2023. Data diperoleh melalui dokumentasi video dan transkrip teks pidato yang diunggah di kanal YouTube CNN Indonesia. Selain itu, data juga bersumber dari observasi media sosial untuk melihat wacana dan perbincangan publik seputar pidato Kaesang tersebut. Pengumpulan data dari media sosial bertujuan untuk menganalisis penerimaan khalayak sebagai bagian dari paradigma kritis van Dijk.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles and Huberman melalui proses reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul kemudian dikaitkan dengan kerangka multidimensi analisis wacana kritis van Dijk yang mencakup analisis tekstual, kognisi sosial, konteks sosial-politik, analisis wacana media, dan efek atau fungsi sosial wacana. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Memasuki musim politik memang tak lazim lagi berbagai partai politik di Indonesia menyiapkan calonnya masing-masing. Salah satu fenomena yang menarik untuk dianalisis dari segi kebahasaan adalah pidato Kaesang yang resmi menjadi ketua umum pada Partai Solidaritas Indonesia. Analisis ini memanfaatkan teori Van Dijk sebagai kajian utama. Adapun beberapa data pendukung yang memuat upaya Kaesang dalam menggaet Gen Z untuk berpartisipasi di dunia politik.

“Yang pertama banyak orang itu tanya ngapain sih saya masuk ke politik? Saya sadar banyak anak-anak muda yang pesimis dan sinis dengan politik saya tidak bisa nyalain mereka betapa tidak politik terlanjur di asosiasikan sebagai pusatnya berantem fitnah hoax korupsi money politik dan sebagainya.” (Pangarep, 2023).

Pada tahap struktur makro kutipan di atas, sosok Kaesang mencoba untuk membangun citranya sebagai politisi muda yang peduli dengan ketidakpercayaan publik terhadap dunia politik. Kaesang ingin menjadi seseorang yang dapat membawa perubahan pesat dengan cara bergabung ke dunia politik. Sementara itu, pada struktur mikro, penggunaan kata *banyak* dan *anak muda* menunjukkan bahwa Kaesang ingin membidik kelompok pemuda atau gen Z yang apolitis. Dalam pidato tersebut, Kaesang berusaha membangun solidaritas dengan menyoroti kepesimisan para pemuda terhadap politik. Pada aspek kalimat, Kaesang menggunakan pertanyaan retorik seperti *Ngapain sih saya masuk politik?* memiliki makna implisit, yakni untuk membuktikan bahwa politik sebagai panggilan moralnya dan rasa

prihatin terhadap ingar-bingar dunia politik saat ini. Pada tahap wacana terdapat wacana antagonis bahwa politik selalu dipandang dengan keburukan, politik selalu identik dengan tindakan bengis yang dilakukan oleh para petinggi. Seperti *berantem*, *fitnah*, *hoax*, *korupsi* sehingga Kaesang berusaha mengubah wacana tersebut dengan figur positif sebagai politisi muda untuk menggaet gen Z.

Data lain yang ditemukan pada pidato Kaesang memperkuat bahwa sebagai anak muda tidak ada lagi yang ditakutkan dari dunia politik.

“Saya ingin ikut berjuang menghapus pesimisme dan sinisme terhadap politik. Saya ingin kita anak-anak muda mulai menyalakan lilin berhenti mengutuk kegelapan karena politik adalah jalan ninja kita.” (Pangarep, 2023).

Berdasarkan kutipan tersebut dapat diidentifikasi pada taraf struktur makro Kaesang berusaha membangun citranya sebagai politisi yang idealis dan ingin mengubah stigma negatif anak muda terhadap politik. Dalam pidato tersebut, Kaesang menggaet generasi muda untuk mulai terlibat dalam politik dan tentunya berhenti bersikap sinis. Secara makro, wacana tersebut bertujuan untuk mengambil dukungan gen Z supaya bergabung ke partainya.

Sementara itu pada level mikro, Kaesang menggunakan diksi *anak-anak muda* dan kata ganti *kita* untuk menyatukan dirinya dengan kelompok pemuda. Tentunya bukan tidak disengaja, diksi tersebut salah satu strategi Kaesang untuk menunjukkan bahwa posisinya sejajar dengan gen Z. Kaesang juga memanfaatkan metafora *menyalakan lilin* dan *berhenti mengutuk kegelapan* untuk memberikan gambaran politik sebagai harapan di tengah keputusan pemuda akan negara. Terdapat beberapa strategi wacana Kaesang dalam pidatonya, antara lain dengan menggunakan idiom *jalan ninja*, terdengar akrab di kalangan anak muda, mengontraskan sikap idealis (*menyalakan lilin*) dengan sikap sinis (*mengutuk kegelapan*), serta diksi persuasif dengan kata *marilah* untuk membangkitkan semangat politik pada gen Z.

Tidak berhenti di situ, adapun data lain juga ditemukan dalam pidato Kaesang berikut.

“Saya ingin membantu membangun optimisme bahwa politik bisa dijalankan dengan penuh integritas. Politik yang bersih dengan tujuan demi kebaikan masa depan kita semua politik yang mempersatukan, politik yang didasari rasa hormat percaya bahwa kita semua meski berbeda-beda tapi semuanya memperjuangkan hal yang sama. Kita semuanya pasti punya cita-cita ingin membuat Indonesia semakin hebat.” (Pangarep, 2023).

Secara makro, Kaesang membangun citra dirinya sebagai politisi idealis yang ingin membersihkan politik dari praktik tidak bermoral. Ia ingin mengajak publik meyakini bahwa politik dapat dilakukan dengan cara yang bersih dan dengan tujuan mulia untuk kemajuan bangsa. Pada level mikro, Kaesang menggunakan diksi *integritas* dan *politik bersih* secara berulang sebagai penekanan bahwa citra politik memiliki integritas tinggi. Kaesang juga sering menyebut frasa *kita bersama* untuk

membangun solidaritas dengan masyarakat bahwa mereka memiliki aspirasi serupa tentang masa depan Indonesia. Beberapa strategi wacana yang dimanfaatkan Kaesang, yakni menggunakan berbagai idiom positif, seperti *berbeda-beda tapi sama* dan kata persuasif, seperti (*marilah*) *kita...memperjuangkan*. Idiom-idiom tersebut digunakan untuk membangkitkan kepercayaan publik bahwa perubahan politik dimungkinkan melalui partainya.

Melalui pidato tersebut, Kaesang membangun wacana politisi ideal dengan tujuan untuk menggaet publik, salah satunya kelompok gen Z, agar turut ambil bagian merombak politik menjadi lebih bersih dan berintegritas demi masa depan Indonesia yang lebih maju. Kaesang membingkai partainya sebagai wadah perubahan tersebut.

SIMPULAN

Dalam pidatonya yang bertajuk politik, Kaesang berusaha membangun citra dan semangat generasi muda untuk bergabung dalam dunia politik demi kemajuan Indonesia. Dapat dipahami bahwa Kaesang mencoba untuk membangun citranya sebagai politikus idealis yang memahami aspirasi dan kekecewaan Generasi Z terhadap dunia politik selama ini. Dalam pidato yang dilansir akhir-akhir ini, Kaesang berupaya merangkul pemuda Indonesia agar tertarik bergabung dan berpartisipasi dalam proses politik praktis melalui Partai Solidaritas Indonesia. Secara keseluruhan, artikel tersebut mengindikasikan bahwa dalam pidato Kaesang mengandung strategi wacana dan pencitraan politik dengan tujuan untuk menggaet Gen Z memberikan suara pada PSI. Melalui kajian analisis wacana kritis Van Dijk ditemukan beberapa level, yakni makro, mikro, dan wacana kritis yang terkandung dalam pidato Kaesang.

DAFTAR PUSTAKA

- Benoit, W. L. (2007). *Communication in political campaigns*. Peter Lang.
- Eriyanto. (2001). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. LKiS.
- Kaid, L. L., & Johnston, A. (2020). *Political communication*. Rowman & Littlefield.
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as structure and process*. SAGE Publications Ltd.
- Van Dijk, T. A. (2001). *Critical discourse analysis*. In D. Tannen, D. Schiffrin, & H. Hamilton (Eds.). *Handbook of discourse analysis*. Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (2006). *Discourse and manipulation*. *Discourse & Society*, 17(2), 359-383.
- Rahmi, A. et al. (2021). YouTube sebagai media kampanye politik era digital. *Jurnal ASPIKOM*, 7(1), 136-150.
- Asmara, T. P. (2022, September 20). Kritik Pedas Pidato Kaesang untuk Gen Z: Kampanye atau Narsisme Semata? Suara.com. <https://www.suara.com/>
- Indriani, F. (2022, September 18). Apresiasi untuk Pidato Kaesang soal Pilpres 2024. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/>
- Pambayun, R. (2022, September 17). Kaesang: 2024, Kita Hadir untuk Indonesia yang Lebih Baik. Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/>

Jurnal Bahasa dan Sastra

Volume 19, Nomor 1, Januari 2025, hlm. 30-37

p-ISSN: 1693-962x dan e-ISSN: 2654-6582

- Sodikin, A. (2022, September 18). Kaesang dan Nasionalisme Untuk Para Pemilih Pemula. Kumparan.com. <https://kumparan.com/>
- Widiartanto, R. (2022, September 19). Kaesang dan Gebrakan Baru Kampanye Lewat Pidato. Tirto.id. <https://tirto.id/>
- Wisesa, S. (2022, September 19). Pidato Kaesang untuk 2024 Dikritik Kampanye Rame Belaka. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/>