

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

The spectator index, mencatat ada 20 negara dengan penduduk paling banyak didunia. 4 negara teratas, diduduki oleh china dengan jumlah penduduk sebanyak 1,4 milyar jiwa, india dengan jumlah penduduk sebanyak 1,33 milyar jiwa, Amerika Serikat dengan penduduk sebanyak 328 juta jiwa dan yang keempat indonesia dengan jumlah penduduk sebanyak 265 juta jiwa. (Muhammad Faisal Azis ; Elsy Rahmayani ; Fadillah Suwarno ; 2018 ; 45)

Banyaknya jumlah penduduk di indonesia, berdampak pada kondisi politik. Dimana masyarakat indonesia juga turut merasakan pesta demokrasi yang sedang berlangsung. Entah sebagai pelaku politik, maupun sebagai pemilih. Memasuki abad ke 21, ada pergeseran generasi. Dari generasi X ke generasi Y. Generasi Y yang sering disebut sebagai generasi millennial atau milenium. Pada tahun 1993, koran besar Amerika Serikat mulai menggunakan ungkapan generasi Y. Ciri generasi ini, ditandai dengan banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, sms, instant messaging, dan media sosial seperti facebook dan twitter. Dengan kata lain, generasi millennial adalah generasi yang menyukai teknologi dan mulai menyingkirkan cara-cara konvensional dalam bertukar pesan. (Tereni Andriani; Sofia Zahra ; Dian Daru Swasti ; 2018 ; 1)

Direktur eksekutif poltracking Hanta Yuda AR, mengatakan sekitar 40% generasi millennial memiliki pengaruh yang besar terhadap pemilu presiden 2019. Dari jumlah prosentase tersebut, tentu saja menjadikan generasi millennial sebagai lahan suara yang sangat empuk dalam dunia perpolitikan indonesia. Yang tentu saja dapat menjadi penentu siapa yang akan menjadi orang nomer satu di indonesia. Hal inilah yang kemudian membuat peserta politik berlomba-lomba untuk meraih simpati dari kaum millennial.(Kumparan.com ; 2019)

Kendati begitu, untuk meraup suara millennial bukanlah hal yang mudah. Menurut Hendri Satrio konsultan politik dari lembaga survei kedaiKOPI “milenial itu suka yang baru. Tetapi di satu sisi mereka juga nggak suka sama yang palsu,” ujarnya di Jakarta, Minggu (21/10/2018). Oleh karena itu, Hendri menyarankan jika kedua pasangan capres dan cawapres harus berupaya menunjukkan citra yang original dan segar. (Kompas.com ; 2018)

Menurut Hanta Yuda generasi milenial merupakan kekuatan politik yang sangat berbeda dari kelompok politik dengan ideologi mapan dan kepentingan tertentu. Survei yang dilakukan Poltracking Indonesia pada Februari 2018 menunjukkan bahwa pemilih milenial pada tahun 2019 tak berbeda jauh dengan generasi sebelumnya (generasi matang yang berusia 36 tahun keatas). Menariknya, Hanta Yuda mengatakan bahwa generasi milenial adalah pemilih galau. Hal itu dapat dilihat dari survei yang menunjukkan bahwa sekitar 60% pemilih milenial belum memiliki ketetapan politik dibandingkan pemilih matang yang separuhnya 50% sudah matang dengan ketetapan politiknya. Ketetapan pilihan generasi milenial terhadap pilihan partai dan kandidat capres lebih rendah dibandingkan generasi matang. Berdasarkan survei yang dilakukan Poltracking, preferensi pilihan figur capres oleh milenial belum solid. Apalagi dikotomis sebagaimana produk politik pemilu 2014. Pemilih milenial akan mencari tahu dan memverifikasi kandidat secara mandiri dan tidak bergantung pada sosialisasi politik di dalam keluarga. (Hanta Yuda AR : Media Indonesia : Membaca Arah Pemilih Milenial ; 2018)

Maka dari itu, keputusan milenial dalam menentukan pilihannya pada saat pemilu, akan memiliki dampak secara langsung terhadap pilpres 2019. Karena dalam pengambilan keputusan tersebut, ada beberapa faktor yang melatarbelakangi milenial dalam memilih. Diantaranya, *voting behavior*, dan *political branding*. Voting merupakan salah satu bentuk keputusan bersama. Menurut *todorov, et al (2005)* dalam Rule, Freeman, Moran, Gabrieli, Adams & Ambady (2010). dengan melakukan voting, masyarakat dapat membuat keputusan yang penting dalam masyarakat demokratis. Bahkan dalam penelitian konsekuensi dari pemilihan umum, dapat diprediksi berdasarkan keputusan cepat dari paslon setiap orang. Undang-undang pemilu memang dirancang agar setiap

orang terbebas dari tekanan pihak eksternal. Dengan voting, seseorang dapat membuat keputusan apapun, serta bebas untuk membuat pilihan dengan alasan apapun. Tak hanya itu, dengan adanya voting, seseorang juga dapat menjangi anonimitas dari bilik suara. (Muhammad Faisal Azis ; Elsy Rahmayani ; Fadillah Suwarno ; 2018 ; 46)

Secara teoritis, perilaku memilih atau voting behavior merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu untuk memberikan suaranya kepada seorang kandidat dalam pemilihan legislatif, yudikatif, dan eksekutif. Menurut Ramlan Surbakti dalam (Azmi 2016) “ perilaku memilih adalah aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam hal pengambilan keputusan untuk memilih ataupun tidak memilih (*to vote or not vote*) dalam pemilihan umum. Bila voters memutuskan untuk memilih, (*to vote*), maka voters akan mendukung kandidat tertentu. Menurut pakar pemilu Ramlan Surbakti(1992), perilaku politik merupakan kegiatan yang di lakukan individu dalam proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Dengan demikian, perilaku politik merupakan tindakan masyarakat atau pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan atau pencapaian tujuan terkait keputusan politik baik dalam proses pembuatan maupun pelaksanaannya. Jack C Plano, dalam (Azmi, 2016) mempromosikan perilaku pemilih sebagai suatu studi yang memusatkan diri pada bidang yang menggeluti kebiasaan sekaligus juga menjadi kecenderungan rakyat dalam menentukan pilihan politiknya. Selain itu, pemilih juga memiliki latar belakang tersendiri atas pilihannya. Dalam ilmu politik, dikenal dua macam pendekatan dalam menganalisis voting behavior yaitu :

- a. Mazhab yang pertama yaitu mazhab *columbia*. Pendekatan mazhab michigan yaitu dengan menggunakan pendekatan sosiologis. Aliran ini melihat voter dari latar belakang perseorangan atau kelompok berdasarkan ras, jenis kelamin, etnis, agama, kelas sosial, ideologi, bahkan daerah asal yang bisa menentukan keputusan untuk memberikan suara pada saat pemilihan.
- b. Mazhab yang kedua yaitu, mazhab *michigan*. Mazhab michigan menggunakan pendekatan psikologis voter untuk menentukan pilihannya. Pada mazhab ini, kualitas` kandidat, performa pemerintah, serta isu-isu

yang dikembangkan kandidat serta loyalitas individu terhadap sebuah partai menentukan pilihan voter pada kandidat. (Muhammad Faisal Azis ; Elsy Rahmayani ; Fadillah Suwarno ; 2018 ; hal 47)

Marshment dalam (Sandra, 2013), menyatakan bahwa branding merupakan upaya untuk membentuk citra dan personalita pemimpin bahkan dapat membantu kandidat untuk mengubah dan memelihara reputasi serta dukungan. Sedangkan political branding itu sendiri merupakan suatu strategi untuk membangun citra politik.dalam tahap dasar, branding politisi di bentuk dari pengertian masyarakat secara subjektif terhadap politisi. Tidak hanya elemen personal kandidat, tetapi juga penampilan kandidat seperti pakaian dan gaya rambut juga memberi dampak yang jelas pada kanidat. (Muhammad Faisal Azis ; Elsy Rahmayani ; Fadillah Suwarno ; 2018 ; 48)

Kehadiran media sosial juga mempengaruhi bidang politik. Hal itu dapat dilihat dari studi di Amerika Serikat yang menjadikan media sosial sebagai alat kampanye yang efektif bahkan sebelum era internet negeri paman sam sudah memanfaatkan media internet untuk berkampanye. (*chavez,2012; stietglits & Dang Xuan 2012*). Media sosial memang merupakan alat yang sangat penting bagi aktor politik untuk menjaring pemilih sekaligus membentuk perbincangan yang akrab dengan publik. (Muhammad Faisal Azis ; Elsy Rahmayani ; Fadilah Suwarno ; 2018 ; 48)

Pasca reformasi politik, Indonesia memiliki kebebasan berkomunikasi. Mengkritisi kebijakan pemerintah, menjadi hal yang biasa. Padahal sebelumnya, tidak mudah mengungkapkan kritik terhadap pelayanan publik di indonesia. Terlebih lagi jika harus mengkritik tentang ketidaksepakatan yang menyangkut pusat-pusat kekuasaan, yang mengendalikan roda pemerintahan, jelas merupakan tindakan yang sulit ditemukan. Karena itu, ketika indonesia sudah memasuki era kemerdekaan dalam berekspresi, akan selalu ada pro dan kontra yang muncul di ruang publik. Berpijak pada ketentuan ini, maka kebebasan berkomunikasi merupakan hak masyarakat. Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenthiel (dalam haryanto ; 2010 ; 7) “hak atas informasi merupakan hak dasar yang melekat pada manusia, atau sebagai kesadaran manusia untuk mengetahui hal-hal diluar dirinya” dalam pemerintahan, hak berkomunikasi seringkali dikaitkan dengan

komunikasi politik atau penyampaian pesan-pesan kepada khalayak atau rakyat dimana didalamnya mengandung kebijakan negara. Secara umum, komunikasi politik selalu dikaitkan dengan pembicaraan politik atau penyampaian pesan politik baik verbal maupun nonverbal. Sehingga dapat mempengaruhi rakyat maupun pemerintah dalam sistem politik. Secara sederhana, komunikasi politik merupakan penyampaian pesan yang didalamnya bermuatan politik dari komunikator ke komunikan untuk menciptakan pemahaman makna bersama. (haryanto ; 2010 ; 7) dalam (eko harry susanto ; 2013 ; 164)

Komunikasi nonverbal adalah, komunikasi dimana setiap kata-kata atau informasi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistik. Komunikasi nonverbal sangat penting. Karena, apa yang kita perbuat terkadang memiliki makna yang jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan.ucapan atau ungkapan klise seperti “sebuah gambar sama nilainya dengan seribu kata” dari ungkapan tersebut dapat menunjukkan bahwa alat indra yang kita gunakan untuk menangkap isyarat tersebut berbeda dengan kata-kata yang digunakan. (Budyatna dan Leila Mona Ganiem ; 2011 ; 110) dalam (Aditiya Tri Mahfudi ; 2015 ; 6)

Dalam dunia politik, debat dipandang sebagai inovasi dalam kampanye komunikasi. Dengan adanya debat antar kandidat dapat mnjadi bukti yang sangat signifikan. Karena khalayak dapat menilai kualitas paslon. Di satu sisi, debat juga menjadi ajang untuk menarik simpatisan atau mencari dukungan publik. Kaid (2015) memaparkan bahwa pembenaran yang paling sering dikutip dalam debat adalah kenyataan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih banyak. Lebih dari semua acara kampanye. (Kaid ; 2015) dalam (Andi Syadaruddin ; Muh Iqbal Sultan ; Hasrullah ; 2017 ; 272)

Secara sederhana, debat aktif bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan pendapat orang lain agar mereka mau percaya, dan akhirnya melaksanakan, bertindak, mengikuti, atau setidaknya mempunyai kecenderungan sesuai apa yang diinginkan dan dikehendaki oleh pembicara atau penulis, melihat jenis komunikasinya, lisan atau tulisan. (Andi Subari ; 2002 ; 22)

Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019. Seperti diketahui, pemilih milenial merupakan generasi yang lahir pada saat zaman digital. Salah satu ciri dari generasi milenial adalah, mereka berkomunikasi dengan menggunakan instan messaging, dan juga media sosial. Pesatnya informasi membuat mereka (kaum milenial) dapat mengakses internet dengan mudah. Mereka juga dapat mengetahui berbagai macam perkembangan berita hanya dalam hitungan detik melalui smartphome. Memasuki tahun politik 2019, khususnya pada saat indonesia mengadakan pemilu pilpres 2019, membuat kaum milenial menjadi sasaran yang sangat empuk bagi para elit politik. Para peserta pemilu, khususnya calon presiden beserta wakil presiden, berlomba-lomba untuk mendapatkan simpati dari kaum milenial. Berbagai cara di tempuh oleh mereka (capres dan wapres) untuk mendapatkan simpati dari kaum milenial. Salah satunya adalah, berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Dengan cara seperti itu, kaum milenial dapat mengikuti berbagai macam kegiatan capres dan cawapres pilihan mereka melalui media sosial serta dapat menyampaikan aspirasinya. Selain itu, kaum milenial juga banyak berharap kepada pemimpin yang baru tentang program kerja mereka. mengingat di abad ke 21 ini, memasuki zaman digital.,dimana semua pekerjaan dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi canggih. sebagai generasi yang tidak bisa lepas dari teknologi, kaum milenial memiliki begitu banyak kreatifitas untuk menciptakan inovasi dengan menggunakan teknologi. kaum milenial, khususnya pekerja muda berharap pemimpin yang baru, dapat terbuka dengan berbagai inovasi teknologi dan menyediakan wadah bagi mereka (kaum milenial) untuk dapat mengasah kreatifitasnya. Dengan memberikan wadah kepada kaum milenial, bukan tidak mungkin mereka (kaum milenial) dapat menciptakan sesuatu yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Selain program kerja yang menjadi sorotan kaum milenial, kemampuan debat capres dan cawapres juga mendapatkan banyak perhatian. Dari situ, kaum milenial dapat melihat kualitas karakter capres dan cawapres pilihannya. mereka (kaum milenial) dapat mengetahui seperti apa visi dan misi paslon pilihannya. selain itu, kaum milenial juga dapat melihat bagaimana karakter paslon pilihannya saat mengikuti debat.apakah paslon

pilihannya dapat bersikap tenang dan tetap santun ketika menghadapi tekanan dalam menanggapi lawan debat, atau bahkan bersikap tidak tenang, dan cenderung agresif, atau kurang sopan dalam menghadapi lawan debatnya. Namun, sebagai generasi yang banyak diperebutkan oleh para elit politik, kaum milenial juga cenderung apatis dengan dunia politik. Ada juga yang menganggap bahwa politik itu sangat rumit.

Penelitian ini dilakukan di kelurahan sumbersari, kecamatan sumbersari kabupaten jember tepatnya di universitas muhammadiyah jember. Informan dari penelitian ini adalah, mahasiswa dan mahasiswi universitas muhammadiyah jember, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, prodi komunikasi angkatan 2016. Dengan menggunakan informan mahasiswa dan mahasiswi prodi komunikasi, peneliti ingin mengetahui seperti apa pandangan kaum milenial tentang pilihan politik mereka. Hal itu karena berhubungan dengan keilmuan yang mereka pelajari di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Tak hanya berhubungan dengan keilmuan yang di pelajari, peneliti juga ingin mengetahui, apakah kaum milenial mudah terpengaruh dengan teman-teman sebayanya dan juga keluarganya untuk menentukan pilpres 2019. Mengingat usia mereka masih sangat muda dan belum memiliki pengalaman dalam dunia politik. Selain itu, peneliti juga menggunakan informan pekerja muda kaum milenial. Diantaranya yaitu, pegawai alfamart, pekerja warkop brewok, dan juga pekerja pajak pratama. Peneliti ingin mengetahui bagaimana pandangan kaum milenial tentang pandangan politik pekerja muda. Karena, tempat kerja sangat jarang sekali membicarakan dunia politik dan hanya terfokus pada pekerjaan yang di geluti.

Hasil penelitian ini akan memaparkan faktor faktor yang dapat memengaruhi kaum milenial dalam menentukan pilihannya pada pilpres 2019. Seperti faktor pendidikan, lingkungan keluarga, usia. Selain itu, ada faktor media seperti media sosial, media elektronik, dan juga media cetak. Ada juga faktor yang menjadi tolak ukur kaum milenial untuk melihat kualitas karekter pilihannya seperti komunikasi gestural, kemampuan debat capres dan cawapres, serta kemampuan paslon menyusun program kerja yang sesuai dengan kebutuhan kaum milenial

1.2 Rumusan Masalah

1. Faktor apa yang memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019 ?
2. Media apa yang memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan kandidat pada pilpres 2019 ?
3. Faktor-faktor apa yang memengaruhi pemilih milenial dalam rangka melihat kualitas karakter paslon pada pilpres 2019 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019.
2. Untuk mengetahui media apa saja yang memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019.
3. Untuk mengetahui Faktor-faktor yang memengaruhi pemilih milenial dalam rangka melihat kualitas karakter paslon pada pilpres 2019.

1.4 Hipotesis

1. Pendidikan, lingkungan keluarga, dan usia memengaruhi pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019.
2. Media sosial, media elektronik, dan media cetak berpengaruh terhadap pemilih milenial dalam menentukan pilihan pada pilpres 2019.
3. Komunikasi gestural, kemampuan debat capres dan cawapres 2019, kemampuan menyusun program kerja yang sesuai dengan kebutuhan milenial berpengaruh terhadap pemilih milenial dalam melihat kualitas karakter paslon pada pilpres 2019.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Kegunaan dari penelitian ini, peneliti diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi, khususnya ilmu

komunikasi politik. Penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini, dapat digunakan mahasiswa sebagai bahan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemilih milenial dalam dinamika komunikasi politik.

