



**KARAKTERISTIK PEMILIH MILENIAL
PADA PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN
TAHUN 2019 DI DESA KRACAK KECAMATAN AJIBARANG
KABUPATEN BANYUMAS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada
Universitas Negeri Semarang

Oleh:

Johan Abdillah

3312412006

**JURUSAN POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Unnes pada:

Hari :

Tanggal :

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM

NIP. 19720724200003001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan



Drs. Tijan, M.Si
NIP. 196211201987021001

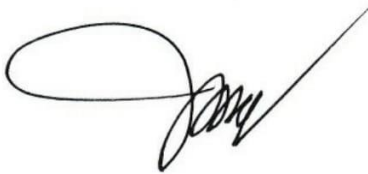
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Patinia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : *Selasa*

Tanggal : *16 Juli 2019*

Penguji I



Andi Suhardiyanto S.Pd, M.Si
NIP. 197610112006041002

Penguji II



Martien Herna Susanti S.Sos, M.Si
NIP. 1973033112005012001

Penguji III



Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM
NIP. 19720724200003001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



UNNES

Dr. Moh Solehatul Mustofa MA
NIP. 1963080219880310014

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya tulis saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk sudah berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Juni 2019

Penulis



Johan Abdillah
3312412006

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ☞ Segala sesuatu harus dikerjakan secara perlahan, karena yang cepat-cepat sudah keluar dari kasih sayang Tuhan.

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Ibunda dan ayah tercinta, yang selalu memberikan dukungan materi, moral dan senantiasa memanjatkan doa yang tak hentinya-hentinya serta selalu bersabar dan memberikan semangat serta kasih sayangnya yang tulus kepada saya.
2. Sahabat-sahabatku tercinta yang telah memberi semangat dan dukungannya.
3. Terima kasih untuk semua dosen & staf Tata Usaha (TU) Jurusan Politik dan Kewarganegaraan atas bantuan serta bimbingannya.
4. Almamaterku tercinta, Universitas Negeri Semarang.

SARI

Johan Abdillah. 2019. *Karakteristik Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 Di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas*. Skripsi, Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM, 82 halaman.

Kata Kunci: Karakteristik, Pemilih Milenial, dan Pemilihan Presiden.

Keberadaan generasi milenial mampu memberikan kontribusi besar dalam politik Indonesia, karena jumlahnya mencapai 40% dari total pemilih pada pemilu 2019 sehingga dapat mempengaruhi hasil akhir dalam perolehan suara masing-masing kandidat. Tujuan penelitian ini yaitu (1) Mengetahui karakteristik pemilih milenial pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas; (2) Mengetahui bentuk partisipasi pemilih milenial; dan (3) Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan pemilih milenial.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sumber data penelitian meliputi sumber data primer dan sekunder. Alat dan teknik pengumpulan data berupa wawancara (pemilih milenial, Kepala Desa dan Ketua Panitia Pemungutan Suara), observasi dan dokumentasi. Uji validitas data menggunakan teknik triangulasi sumber dan dianalisis secara kualitatif yang meliputi pengumpulan data; reduksi data; penyajian data; dan simpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Karakteristik pemilih milenial pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019 di Desa Kracak yaitu tipe aktif, rasional dan primordialisme. Pemilih milenial di Desa Kracak tersebut menunjukkan karakteristik pemilih dengan mengedepankan media sosial berupa *Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Twitter* sebagai media untuk mencari berita politik, menyebarkan berita politik dan mengklarifikasi berita politik yang dianggap tidak benar; (2) bentuk partisipasi pemilih milenial yaitu meliputi memberikan hak suara pada hari pemungutan suara, berdiskusi politik melalui media sosial dengan cara memberikan komentar dan beradu argumen atau berdebat dengan pengguna media sosial lainnya, menjadi panwaslu (pengawas pemilu) untuk memberikan kontribusinya dalam pengawasan proses pemilu; dan mengikuti kampanye politik pasangan calon yang dipilihnya; (3) faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan pemilih milenial meliputi faktor berita-berita politik di media sosial, kinerja/hasil kerja yang dianggap berhasil dari pemerintahan sebelumnya sehingga pemilih milenial memutuskan memilih Jokowi, dan program kerja yang dianggap tidak berhasil oleh pemerintahan sebelumnya sehingga pemilih milenial tidak puas dengan pemerintahan Jokowi kemudian cenderung beralih memilih Prabowo-Sandi atas kekecewaan tersebut.

Saran penelitian yaitu hendaknya pemilih milenial lebih bijak menggunakan media sosial dengan melakukan kroscek data terlebih dahulu untuk memastikan kebenaran data sebelum dibagikan kepada khalayak umum.

ABSTRACT

Johan Abdillah. 2019. Characteristics of Millennial Voters in the Election of President and Vice President 2019 in Kracak Village, Ajibarang District, Banyumas Regency. Final Project, Department of Citizenship Politics, Social Faculty, Semarang State University. Advisor: Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM, 82 page.

Keywords: Characteristics, Millennial Voter, and Presidential Election.

The existence of the millennial generation is able to make a great contribution in Indonesian politics because the number reaches 40% of the total voters in the 2019 election, so that it can influence the final result in the vote acquisition of each candidate. This study is aimed to analyze (1) Knowing the characteristics of millennial voters in the election of President and Vice President 2019 in Kracak Village, Ajibarang District, Banyumas Regency; (2) Knowing the form of millennial voter participation; and (3) Knowing the factors which underlie the millennial voter's decision.

The method of this research is qualitative research. Sources of the research data include primary and secondary data sources. Data collection tools and techniques are in the form of interviews (millennial voters, Headman of Kracak Village, and Chairperson of the Voting Committee) observation, and documentation. Test the validity of the data using source triangulation techniques and it is analyzed qualitatively which includes data collection; data reduction; presentation of data; and conclusions.

The results of the study show that: (1) Characteristics of millennial voters in the Presidential and Vice President Elections 2019 in Kracak Village are active, rational and primordial types. Millennial voters in Kracak Village show the characteristics of voters by prioritizing social media in the form of Facebook, Instagram, Whatsapp, and Twitter as a media to look up political news, spread political news and clarify political news that is considered incorrect; (2) the forms of millennial voter participation include: giving their rights to vote on the election day, discussing about political things through social media by giving comments and arguing or debating with other social media users, becoming Election Supervisory Committee to contribute in overseeing the election process ; and participating in the political campaign of their chosen candidate pair; (3) the factors which underlying the millennial voter's decision include: the factors of political news on social media, the performance / work results which are deemed successful from the previous government so that millennial voters decide to choose Jokowi, and work programs which are deemed unsuccessful by the previous government so that millennial voters are dissatisfied with the Jokowi government and then tend to switch choosing Prabowo-Sandi for the disappointment.

The suggestion of the research is that millennial voters should be wiser to use social media by checking data at first to ensure the correctness of the data before those are shared to general public.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Karakteristik Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 Di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas”* dengan baik. Penyelesaian skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., selaku Rektor Universitas Negeri Semarang;
2. Dr. Moh. Solehatul Mustofa, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial
3. Drs. Tijan, M.Si., selaku Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan.
4. Moh. Aris Munandar, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing yang penulis hormati dan kagumi kesabarannya, keluasan ilmunya, dan sepenuh hati membimbing penulis;
5. Dosen wali yang telah mengarahkan penulis sebagai mahasiswa, sehingga dapat menempuh perkuliahan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah membekali ilmu dan motivasi penyusun untuk terus belajar.

7. Kepala Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas yang telah bersedia memberikan ijin penelitian dan bersedia menjadi informan untuk memberikan seluruh informasi yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
8. Ketua PPS dan masyarakat pemilih milenial di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan semua data-data serta informasi yang peneliti butuhkan selama penelitian.
9. Sahabat-sahabatku yang selalu ada disaat suka dan duka;
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu;

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang dan umumnya pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2019



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
SARI	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Batasan Istilah	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teoretis	9
1. Pemilihan Umum sebagai Bentuk Demokrasi di Indonesia	9
2. Generasi Milenial	12
a. Pengertian Generasi Milenial	12

b. Ciri-Ciri Generasi Milenial	16
3. Karakteristik Politik Pemilih Milenial	18
4. Karakteristik Perilaku Politik Pemilih	20
a. Pengertian Perilaku Pemilih.....	20
b. Karakteristik/Tipe Perilaku Politik Pemilih	21
c. Pendekatan Perilaku Politik Pemilih	26
d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Politik Pemilih	28
5. Partisipasi Politik	30
a. Pengertian Partisipasi Pemilih	30
b. Bentuk-Bentuk Partisipasi Pemilih	31
6. Partisipasi Politik Pemilih Milenial	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berpikir	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Latar Penelitian	40
B. Fokus Penelitian	40
C. Sumber Data	41
1. Sumber Data Primer	41
2. Sumber Data Sekunder	41
D. Alat dan Teknik Pengumpulan Data	42
1. Teknik Wawancara	42
2. Teknik Observasi	43
3. Teknik Dokumentasi	43
E. Uji Validitas Data	43
F. Teknik Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian	49

1. Karakteristik Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	49
2. Bentuk Partisipasi Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	53
3. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Keputusan Pemilih Melenial pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	58
C. Pembahasan	62
1. Karakteristik Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	62
2. Bentuk Partisipasi Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	67
3. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Keputusan Pemilih Melenial pada Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas	75

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Pengelompokan Generasi Milenial	13
2.2 Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik	31
4.1 Daftar Subyek Penelitian	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konfigurasi Pemilih	23
2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	39
3.1 Komponen dalam Analisis Data	45

DAFTAR LAMPIRAN

1. Instrumen Penelitian Pedoman Wawancara Kepada Pemilih Milenial di Desa Kracak
2. Pedoman Wawancara Kepada Panitia Pemungutan Suara di Desa Kracak
3. Pedoman Wawancara Kepada Kepala Desa Kracak
4. Pedoman Observasi
5. Pedoman Dokumentasi
6. Foto-Foto Dokumentasi Penelitian
7. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
8. Surat Ijin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini sedang memasuki era baru demografi atau yang lebih dikenal sebagai era bonus penduduk terjadi akibat berubahnya struktur umur penduduk yang ditandai dengan menurunnya rasio perbandingan antara jumlah penduduk non-produktif (usia kurang dari 15 tahun dan 65 tahun ke atas) terhadap jumlah penduduk produktif (usia 15-64 tahun) atau yang disebut sebagai rasio ketergantungan (*dependency ratio*). Bonus demografi pada dasarnya tidak terlepas dari generasi milenial (Budiati, 2018: 3).

Generasi milenial yang dikenal dengan generasi Y merupakan generasi yang kini banyak menjadi perhatian di berbagai bidang. Generasi ini lahir setelah generasi X dikisaran tahun 1981 hingga tahun 2000. Saat ini mereka berusia antara 18 hingga 37 tahun dan dianggap unik dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini terungkap dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pew Research Center (2014:6) yang menyebutkan bahwa kehidupan generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi dan informasi khususnya internet serta menyukai hiburan atau budaya pop/musik yang sudah menjadi kebutuhan pokok (Juditha, 2018:95).

Menurut Susenas 2017, jumlah generasi milenial mencapai sekitar 88 juta jiwa atau 33,75 persen dari total penduduk Indonesia. Proporsi tersebut lebih besar dari proporsi generasi sebelumnya seperti generasi X yang (25,74

persen) maupun generasi *baby boom* + veteran (11,27 persen). Demikian juga dengan jumlah generasi Z baru mencapai sekitar 29,23 persen. Generasi milenial menyebar merata di seluruh provinsi di Indonesia. Jumlahnya berkisar antara 31 persen di Provinsi Jawa Tengah sampai dengan 38 persen di Papua Barat. Meskipun secara persentase generasi milenial terbesar di Provinsi Papua Barat, namun jika diamati jumlah absolut, generasi milenial terpusat di Pulau Jawa. Lebih dari separuh penduduk generasi milenial tinggal di Pulau Jawa, terutama di Provinsi Jawa Barat sebanyak 16,5 juta, Jawa Timur 12,3 juta, dan Jawa Tengah 10,6 juta. Di Provinsi Papua Barat secara absolut hanya 346,6 ribu generasi milenial dan paling sedikit ada Provinsi Kalimantan Utara hanya 240,4 ribu (Budiati, 2018: 22-23).

Generasi milenial terkait dengan kondisi politik di Indonesia, pemilu 2019 merupakan pemilu pertama di Indonesia yang menyatukan pileg dan pilpres dengan jumlah pemilih muda millennial terbanyak dalam sejarah. Pesta demokrasi di Indonesia telah selesai digelar pada April 2019, baik pileg maupun pilpres. Sejak Oktober 2018 telah ditetapkan dua pasangan calon (paslon) presiden dan wakil presiden yang mengikuti kontestasi pada pilpres 2019. Kedua paslon tersebut adalah Jokowi-Ma'ruf Amin dan Prabowo-Sandiaga Uno. Berbagai produk kampanye dari kedua paslon mulai digencarkan di berbagai daerah. Gaya kampanye yang disampaikan pun beragam, mulai dengan menyasar kalangan *emak-emak* di pasar hingga kalangan muda milenial Indonesia (<https://unej.ac.id>)

Data Survei Nasional CSIS 2017 menemukan bahwa generasi milenial dengan usia 17-19 tahun memilih PDI-P dengan tingkat popularitas tertinggi yaitu sebesar 94,2% dan tingkat elektabilitas PDI-P sebesar 26,5%. Dari sisi elektabilitas terjadi perebutan pengaruh partai-partai ke pemilih milenial baik di level partai atas, menengah, dan bawah. PDI-P masih unggul di generasi milenial meski keunggulannya tak sedominan di non-milenial. Tingkat popularitas calon presiden Joko Widodo sebesar 98% dan tingkat elektabilitasnya sebesar 33,3% sedangkan calon presiden Prabowo Subianto sebesar 94,7% dan tingkat elektabilitas sebesar 25%. Persaingan ketat terjadi antara Jokowi dan Prabowo di pemilih milenial. Terdapat *gap* yang besar antara pemilih Jokowi dari sisi milenial dan non-milenial (Survey Nasional CSIS, 2017: 37-40).

Kecamatan Ajibarang yang terdiri dari 15 desa terdapat 313 TPS (Tempat Pemungutan Suara) dengan total pemilih dalam DPT (Daftar Pemilih Tetap) yaitu sebanyak 78.560 orang yang terdiri dari 39.685 laki-laki dan 38.875 perempuan. Salah satu desa di Kecamatan Ajibarang yaitu Desa Kracak Kecamatan Ajibarang pada pemilu presiden tahun 2019 ini terdiri dari 30 TPS (Tempat Pemungutan Suara) dengan daftar pemilih tetap sebanyak 7.364 orang yang terdiri dari 3.713 laki-laki dan 3.651 perempuan (<https://lindungihakpilihmu.kpu.go.id/index.php/rekap/kec/32986>).

Jumlah pemilih milenial pada pemilu 2019 mencapai 40% dari total jumlah pemilih yang ada menjadi kunci kemenangan sekaligus membawa semangat pemilu menjadi pesta demokrasi yang cerdas, santun dan beradab.

Keberadaan generasi milenial yang banyak mampu memberikan kontribusi besar dalam politik Indonesia. Hal ini menjadikan banyak partai politik mencari tahu mengenai kriteria yang akan menjadi tolok ukur pemilih milenial dalam memutuskan siapa yang akan dipilih terutama pada saat proses pemilihan umum.

Penelitian tentang pemilihan presiden dan wakil presiden pada pemilihan milenial ini sangat menarik dibandingkan dengan pemilihan anggota dewan legislatif. Hal ini dikarenakan capres yang menjadi kandidat merupakan pesaing lama dengan menempatkan figur baru sebagai pendamping dalam pilpres 2019, dimana Joko Widodo memilih KH. Ma'ruf Amin dengan banyak pertimbangan dan analisis gejolak politik terkait isu agama yang gencar digunakan untuk menyerangnya, untuk menepis isu agama serta menarik massa dari umat Islam yang besar sedangkan Prabowo memilih Sandiaga Uno dengan pertimbangan yang mampu mensuplay kebutuhan kampanye dan kemampuannya untuk menarik massa di kalangan milenial pada pilgub DKI Jakarta 2017.

Pemilihan presiden dan wakil presiden di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas penting untuk dilakukan mengingat bahwa jumlah pemilih milenial yang cukup besar yaitu terdapat lebih dari lima puluh persen peserta pemilih dengan rentang usia 17 tahun hingga 35 tahun atau termasuk dalam generasi milenial dari total 7.114 daftar pemilih tetap. Oleh karena itu keputusan generasi milenial dalam menentukan pilihannya pada saat proses pemilihan umum berlangsung sangat penting untuk diteliti lebih lanjut.

Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “**Karakteristik Pemilih Milenial Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden Tahun 2019 Di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah karakteristik pemilih milenial pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas?
2. Bagaimanakah bentuk partisipasi pemilih milenial pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas?
3. Faktor-faktor apakah yang melatarbelakangi keputusan pemilih milenial pada pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka secara umum penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui karakteristik pemilih milenial pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.

2. Mengetahui bentuk partisipasi pemilih milenial pada pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.
3. Mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan pemilih milenial pada pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberi sumbangan konsep teoretis mengenai karakteristik pemilih milenial dalam perspektif teori demokrasi di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah Kabupaten Banyumas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap proses pemilihan umum di wilayah Kabupaten Banyumas sehingga dapat meningkatkan partisipasi pemilih milenial untuk mengikuti setiap pemilihan umum.

- b. Bagi Komisi Pemilihan Umum Kabupaten Banyumas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai pertimbangan dalam melakukan sosialisasi politik kepada generasi milenial dengan memperhatikan karakteristik, tingkat partisipasi dan faktor-faktor

yang melatarbelakangi pemilih milenial dalam memutuskan pilihannya.

E. Batasan Istilah

Batasan istilah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menyamakan pandangan mengenai beberapa istilah utama yang digunakan sebagai judul tersebut. Batasan istilah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik

Menurut KBBI edisi elektronik (2008), karakteristik adalah mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Pada penelitian ini yang dimaksud karakteristik adalah sikap atau tipe seseorang untuk menentukan pilihannya dalam pemilihan umum yang meliputi pemilih rasional, primordialisme, dan aktif.

2. Pemilih Milenial

Pemilih generasi milenial ialah generasi masa muda yang lahir pada kurun waktu 1980-an hingga tahun 2000. Generasi ini juga disebut sebagai generasi Y, karena kelahiran generasi ini setelah generasi X. Ada pula yang menyebut generasi milenial ialah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1980-2000 (Rojaby, 2018: 48).

Pemilih milenial pada penelitian ini adalah warga di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas dengan usia 17-35 tahun dan terdaftar sebagai pemilih pada pemilihan pemilu presiden tahun 2019.

3. Partisipasi Politik

Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (Budiardjo, 2008:367). Partisipasi politik pada penelitian ini adalah keikutsertaan warga Desa Kracak Kecamatan Ajibarang berdasarkan kesadaran sendiri guna mempengaruhi proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan politik. Dalam penelitian ini partisipasi politik dilihat dari partisipasi politik seperti *voting* (pemberian suara), diskusi politik, kampanye, dan menjadi saksi parpol dalam proses pemungutan suara.

4. Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden

Pengertian pemilihan umum presiden dan wakil presiden menurut Pasal 1 Undang-Undang bahwa “Pemilihan umum yang selanjutnya disebut pemilu adalah sarana kedaulatan rakyat untuk memilih presiden dan wakil presiden yang dilaksanakan secara langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Pada penelitian ini yang dimaksud pemilihan umum presiden dan wakil presiden yaitu sarana pemilihan oleh pemilih milenial di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang untuk memilih salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden yaitu Joko Widodo-KH. Ma'ruf Amin atau Prabowo-Salahudin Uno pada tanggal 17 April 2019.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Deskripsi Teoritis

1. Pemilihan Umum sebagai Bentuk Demokrasi di Indonesia

Sorensen (2003:2) menyatakan bahwa demokrasi berasal dari gabungan dua bahasa Yunani yaitu *demos* (rakyat) dan *kratos* (pemerintahan), jadi demokrasi adalah pemerintahan oleh rakyat. Demokrasi mementingkan kehendak, pendapat serta pandangan rakyat, corak pemerintahan demokrasi dipilih melalui persetujuan dengan cara mufakat. Sehingga demokrasi yang kuat adalah demokrasi yang bersumber dari hati nurani rakyat untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan rakyat (Bangun, 2008:2).

Ciri-ciri negara demokrasi itu menurut Arifin (2011:44), yaitu meliputi: (1) didirikannya sistem politik yang sepenuhnya demokratis dan representatif, berdasarkan pemilihan umum yang bebas dan adil; (2) diakuinya secara efektif kebebasan-kebebasan fundamental dan kemerdekaan-kemerdekaan pribadi termasuk kebebasan berbicara, beragama dan berkumpul; (3) dihilangkannya semua perundang-undangan dan peraturan yang menghalangi berfungsinya pers yang bebas dan terbentuknya partai-partai politik; (4) diciptakannya suatu badan kehakiman yang bebas; dan (5) didirikannya kekuatan-kekuatan militer, keamanan dan kepolisian yang tidak memihak.

Indonesia menjadikan demokrasi sebagai paham politik yang dianutnya. Demokrasi merupakan wujud dari pemerintahan yang memposisikan rakyat sebagai pemegang kekuasaan atau kedaulatan tertinggi. Hal ini sejalan dengan salah satu amanat yang tertuang didalam Undang-Undang Dasar 1945 yaitu pada Pasal 1 ayat (2) yang menyatakan “Kedaulatan berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar”.

Indonesia menganut sistem pemerintahan demokrasi, yang menjalankan kedaulatan adalah wakil-wakil rakyat yang ditentukan sendiri oleh rakyat. Untuk menentukan siapakah yang berwenang mewakili rakyat maka dilaksanakan pemilihan umum (Pemilu). Pemilu adalah arena kompetisi untuk mengisi jabatan-jabatan politik di pemerintahan yang didasarkan pada pilihan formal dari warga negara yang memenuhi syarat. Pada zaman modern ini pemilu menempati posisi penting karena terkait beberapa hal. Pertama, pemilu menjadi mekanisme terpenting bagi keberlangsungan demokrasi perwakilan. Kedua, pemilu menjadi indikator negara demokrasi. Ketiga, pemilu penting dibicarakan juga terkait dengan implikasi-implikasi yang luas dari pemilu (Pamungkas, 2009: 3-4).

Inu Kencana menyatakan bahwa ada dua model demokrasi jika dilihat dari segi pelaksanaan, yaitu demokrasi langsung (*direct democracy*) dan demokrasi tidak langsung (*indirect democracy*). Demokrasi langsung terjadi bila rakyat mewujudkan kedaulatannya pada suatu negara dilakukan secara langsung, artinya hak rakyat untuk membuat keputusan-keputusan politik

dijalankan secara langsung oleh seluruh warga negara yang bertindak berdasarkan prosedur mayoritas (Azra, 2005: 122)

Pemilihan umum adalah sarana demokrasi rakyat untuk memilih figur yang dipercaya untuk mengisi jabatan legislatif atau eksekutif. Dalam pemilu rakyat yang telah memenuhi persyaratan dapat menjatuhkan pilihan pada figur yang dinilai sesuai dengan aspirasinya secara bebas dan rahasia. Oleh karena tidak semua aspirasi dapat ditampung, suara terbanyak pemilih dinyatakan sebagai pemenang karena mewakili kehendak rakyat yang terbanyak pula (Handoyo, dkk; 2010:185).

Pemilihan umum pada negara demokrasi dianggap lambang, sekaligus tolok ukur dari demokrasi itu sendiri. Hasil pemilihan umum yang diselenggarakan dalam suasana keterbukaan dengan kebebasan berpendapat dan kebebasan berserikat, dianggap mencerminkan dengan agak akurat partisipasi serta aspirasi masyarakat. Dengan adanya Pemilu diharapkan dapat menghasilkan wakil-wakil rakyat yang mampu mengerti mengenai aspirasi dari rakyat terutama dalam proses perumusan kebijakan publik dengan adanya sistem pergiliran kekuasaan (Sabrani, 2015: 107).

Pada pemilihan tersebut fungsinya adalah sebagai alat menyehatkan dan menyempurnakan demokrasi, bukan sebagai tujuan demokrasi. Pemilihan umum pada hakikatnya merupakan pengakuan dan perwujudan daripada hak-hak politik rakyat dan sekaligus merupakan pendelegasian hak-hak tersebut oleh rakyat kepada wakil-wakilnya untuk menjalankan pemerintahan. Bahwa pemilu merupakan sarana pelaksanaan asas

kedaulatan rakyat berdasarkan Pancasila dalam Negara Republik Indonesia, tujuannya adalah untuk memilih wakil-wakil rakyat yang akan duduk dalam badan perwakilan rakyat, yang dapat membawakan isi hati nurani rakyat.

2. Generasi Milenial

a. Pengertian Generasi Milenial

Generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Definisi tersebut secara spesifik juga dikembangkan oleh Ryder (1965) yang mengatakan bahwa generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula (Putra, 2016:124).

Pendapat tentang generasi milenial yang dilihat dari rentang waktu kelahiran. Penyebutan istilah generasi milenial juga berbeda antar peneliti. “Tapscott (1998) menyebut generasi milenial dengan istilah Digital Generation yang lahir antara tahun 1976-2000. Kemudian Zemke *et al* (2000) menyebut generasi milenial dengan istilah Nexters yang lahir tahun 1980-1999. Oblinger (2005) menyebut generasi milenial dengan istilah Generasi Y/NetGen, lahir antara 1981-1995. Terakhir Howe dan Strauss, Lancaster dan Stillman (2002), serta Martin dan Tulgan (2002) menyebut dengan istilah Generasi Milenial/

Generasi Y/Milenial yang dikenal sampai sekarang, meskipun rentang tahun kelahirannya masing-masing berbeda” (Indah Budiati dkk, 2018: 15).

Tabel 2.1 Pengelompokan Generasi Milenial

Sumber		Label			
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13 th Generation (1961-1981)	Millenial Generation (1982-2000)	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Millenials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995-present)

Sumber: Putra (2016: 125)

Pengelompokan generasi milenial didasarkan pada dua hal, yaitu faktor demografi khususnya kesamaan tahun kelahiran dan yang kedua adalah faktor sosiologis khususnya adalah kejadian–kejadian yang historis. Faktor kedua lebih banyak dipakai sebagai dasar dalam studi maupun penelitian tentang perbedaan generasi. Para ahli berpendapat bahwa generasi terbentuk lebih disebabkan karena kejadian atau event yang bersejarah dibandingkan dengan tahun kelahiran, sebagai contoh dalam tabel 2.1 dapat dilihat bahwa generasi *Baby Boom* dimulai pada

rentang waktu dari tahun 1943 sampai dengan 1946 dan berakhir pada rentang waktu 1960 sampai dengan 1969. Generasi X dimulai dari rentang waktu yang bervariasi, yaitu dari tahun 1961 sampai dengan tahun 1965 dan berakhir pada tahun 1975 sampai dengan 1981.

Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life (Sezin Baysal Berkup, Gediz University, İzmir, Turkey, 2014) menyebutkan bahwa generasi milenial atau generasi Y adalah mereka yang lahir antara tahun 1980 sampai dengan 2001. Pendapat ini mirip dengan pendapat Stafford dan Griffis (2008) yang menyatakan bahwa generasi milenial adalah populasi yang lahir antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Sedangkan generasi milenial menurut United States Census Bureau (2015) adalah mereka yang lahir antara tahun 1982 sampai dengan 2000

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980-2000. Banyak istilah populer tentang generasi ini; *connected/digital generation* atau *gen why* yang identik dengan karakter berani, inovatif, kreatif, dan modern. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, *SMS*, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming*. Ciri-ciri dari generasi Y adalah: karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-

generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan (Aziz, 2018: 46).

Generasi milenial ialah generasi masa muda yang lahir pada kurun waktu 1980'an hingga tahun 2000. Generasi ini juga disebut sebagai generasi Y, karena kelahiran generasi ini setelah generasi X. Ada pula yang menyebut generasi milenial ialah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1980-2000. Segmen karakter ini bisa dibentuk dengan 2 indikator utama, yaitu yang pertama, *Creativity Level*, yaitu indikator seberapa kuat generasi milenial memiliki ide dan gagasan yang *out of the box* serta berani mengkomunikasikan gagasan tersebut. Kedua, *Connectivity Level*, indikator yang menunjukkan seberapa kuat ketergantungan generasi milenial dengan internet dan sosial media. Selain dari sisi *online*, indikator ini juga mengukur tingkat intensi seorang milenial dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya (Rojaby, 2018: 48).

Generasi milenial mempunyai harapan yang sangat berbeda tentang permasalahan ekonomi, lingkungan, hingga persoalan sosial politik. Secara merata generasi milenial mempunyai pendidikan yang lebih baik dari para *Baby Boomers*, mereka cukup terbiasa dengan

teknologi bahkan sebagian besar dari mereka sangat ahli dengan teknologi. Dengan kepercayaan diri yang tinggi, generasi milenial mampu bekerja kreatif dan selalu mempunyai energi positif di berbagai bidang, salah satunya adalah bidang sosial politik (Prasetyanti, 2017: 45).

b. Ciri-Ciri Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Terciptanya ekosistem digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya perusahaan/usaha *online*, baik di sektor perdagangan maupun transportasi. Dari sisi pendidikan, generasi milenial juga memiliki kualitas yang lebih unggul. Generasi ini juga mempunyai minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Mereka menyadari bahwa pendidikan merupakan prioritas yang utama. Dengan kondisi seperti ini, Indonesia patut optimistis terhadap berbagai potensi yang dimiliki oleh generasi milenial. Pola pikir yang terbuka, bebas, kritis, dan berani adalah suatu modal yang berharga. Ditambah penguasaan dalam bidang teknologi, tentu akan menumbuhkan peluang dan kesempatan berinovasi.

Hasil studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group* (BCG) bersama University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat tentang generasi milenial USA menemukan bahwa ciri-ciri generasi milenial yaitu: (1) minat membaca secara konvensional kini sudah menurun

karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka; (2) milenial wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi; (3) milenial pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam; (4) milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka (Indah Budiati dkk, 2018: 15).

Generasi milenial memiliki karakter yang jauh lebih kreatif dan informatif. Generasi tersebut juga memiliki cara pandang yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Lima kota tersebut dipilih karena dinilai menjadi indikator dinamika *trend* saat ini. Riset tersebut dilakukan dengan cara berhadapan dan mengikuti langsung kegiatan para milenial, serta mewawancarai kelompok-kelompok milenial yang menjadi *trendsetter*.

Generasi ini dilahirkan dan dibesarkan pada saat gejolak ekonomi, politik, dan sosial melanda Indonesia. Era reformasi mampu memberikan dampak yang mendalam bagi generasi milenial. Generasi tersebut tumbuh menjadi individu-individu yang *open minded*, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani. Hal tersebut juga didukung dengan kondisi pemerintahan saat ini yang lebih terbuka dan kondusif. Keunggulan dari generasi milenial, yaitu ingin serba cepat, mudah berpindah pekerjaan dalam waktu singkat, kreatif, dinamis,

melek teknologi, dekat dengan media sosial, dan sebagainya (Indah Budiati dkk, 2018: 20).

3. Karakteritik Politik Pemilih Milenial

Ciri khas generasi milenial adalah melek informasi dan terkoneksi melalui jejaring media sosial, yang terhubung melalui internet. Media sosial sendiri telah menjadi mesin politik yang efektif bagi kehidupan demokrasi. Arah politik dan pengaruh generasi milenial dalam kehidupan demokrasi dan bagi pengambil kebijakan, setidaknya ditunjukkan dari tiga faktor berikut yaitu: potensi partisipasi politik dan kemandirian pilihan; sensitifitas pada isu sosial dan kebijakan; serta preferensi terhadap kandidat dan pilihan politik (Indah Budiati dkk, 2018: 129). Pengaruh generasi milenial dalam kehidupan demokrasi di tingkat daerah, nasional dan global akan sangat tergantung dari 3 faktor di atas, dengan asumsi bahwa gerakan yang muncul adalah murni karena kesadaran pribadi dan bukan karena dimobilisasi oleh kekuatan politik tertentu pada awalnya (Indah Budiati dkk, 2018: 131).

Pesta demokrasi 2019 diperkirakan akan didominasi pemilih generasi milenial atau kelompok yang lahir pada 1980-2000. Generasi ini sangat potensial karena memiliki karakteristik tersendiri dan berpengaruh dalam menentukan siapa calon pemimpin bangsa. Ciri pemilih milenial yaitu *Critical* (berpikir kritis), *Change* (senang akan perubahan), *Communicative* (mengkomunikasikan pilihannya dengan pihak lain), serta *Community* (tergabung dalam komunitas) atau disingkat 4C. Sumbangan suara pada Pemilu 2019 diperkirakan mencapai 47 sampai 50%. Hal ini

mengindikasikan bahwa pemilih milenial akan menentukan siapa calon anggota legislatif dan presiden. Ada kecenderungan bahwa generasi milenial akan menggeser pemilih tradisional yang selama ini dimiliki setiap partai politik. Kondisi itu tentu menjadi tantangan bagi setiap partai politik untuk segera melakukan inovasi demi mendulang suara dari kalangan muda, termasuk masyarakat *swing voters* yang juga memiliki perilaku milenial (Indah Budiati dkk, 2018: 125).

Preferensi pemilih milenial dalam memutuskan pilihan-pilihan terhadap calon presiden dan wakil presiden yang paling utama adalah kesamaan agama (27 persen), kedua adalah berdasarkan kinerja kandidat (17 persen). Sedangkan 8 faktor lainnya memiliki masing-masing bobot dibawah 10 persen. Secara agregat preferensi pilihan ditentukan faktor rasional (39 persen), faktor psikologis (31 persen) dan faktor sosiologis (30 persen). Tujuan dari memilih dalam kontestasi pemilihan presiden dan wakil presiden adalah mendapatkan wakil-wakil rakyat terbaik yang akan memimpin pemerintahan selama 5 tahun mendatang. Tujuan selanjutnya dari demokratisasi adalah bahwa wakil rakyat atau pemimpin terpilih dapat membawa kesejahteraan yang lebih baik melalui mandat kekuasaan yang diberikan oleh rakyat (Indah Budiati dkk, 2018: 128).

Dalam konteks perilaku pemilih, kelompok ini tergolong jenis pemilih rasional yang kritis. Mayoritas dari mereka adalah pengguna media sosial dan melek informasi. menyebutkan, sebanyak 81,7 persen generasi milenial pengguna Facebook, 70,3 persen menggunakan Whatsapp, dan 54,7 persen

memiliki Instagram. Kedekatan generasi milenial dengan teknologi, akan berdampak terhadap pilihan politik mereka. Karena cara-cara tradisional dalam menuangkan gagasan tidak akan lagi digunakan tapi akan memanfaatkan teknologi yang secara dampak pun akan lebih besar. Kultur yang terdidik dan *open minded* karena dukungan teknologi serta apa yang menjadi *trend* global, akan menjadi pertimbangan generasi ini, termasuk dalam partisipasi dan keputusan pilihan dalam pesta demokrasi. Ada dugaan bahwa pemilih milenial yang akan berpartisipasi dalam pemilu 2019 lebih dari 75 persen dari total populasi milenial di Indonesia (Indah Budiati dkk, 2018: 126).

4. Karakteristik Perilaku Politik Pemilih

a. Pengertian Perilaku Pemilih

Perilaku memilih (*voting behavior*) menurut Darmawan (2015: 157) adalah kajian mengenai mengapa seorang individu lebih memilih salah satu calon atau partai politik daripada calon atau partai politik daripada calon atau partai politik lain. Perilaku pemilih menurut Surbakti (dalam Efriza, 2012: 480) yaitu aktivitas pemberian suara oleh individu yang berkaitan erat dengan kegiatan pengambilan keputusan untuk memilih dan tidak memilih (*to vote or not to vote*) di dalam suatu pemilu maka *voters* akan memilih atau mendukung kandidat tertentu”.

Budiarjo (2008: 136) mendefinisikan perilaku pemilih sebagai kegiatan seseorang atau kelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pemimpin

negara dan secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik perilaku politik pemilih adalah sikap atau tipe seseorang untuk menentukan pilihannya dalam pemilihan umum. Karakteristik perilaku politik pemilih dalam penelitian ini dibagi menjadi tujuh tipe yaitu pemilih rasional, pemilih kritis, pemilih tradisional, pemilih skeptis, pemilih reaktif, pemilih responsif, dan pemilih aktif.

b. Karakteristik/ Tipe Perilaku Politik Pemilih

Karakteristik perilaku politik pemilih menurut Nimmo (dalam Arifin, 2011:223) terdiri dari empat tipe dalam pemberian suara dalam pemilihan umum yaitu:

- 1) Tipe rasional merupakan pemberi suara yang rasional, pemberi suara rasional berminat secara katif terhadap politik, rajin berdiskusi dan mencari informasi politik serta bertindak berdasarkan prinsip yang tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga untuk kepentingan umum.
- 2) Tipe reaktif adalah pemberi suara yang memiliki ketertarikan emosional dengan partai politik. Ikatan emosional pada partai sebagai identifikasi partai yakni sebagai sumber utama aksi diri dan pemberi suara yang reaktif.
- 3) Tipe responsif yaitu pemberi suara yang mudah berubah dengan mengikuti waktu, peristiwa politik dan kondisi-kondisi yang sesaat. Meskipun memiliki kesetiaan pada partai, tetapi afiliasi itu ternyata tidak hanya mempengaruhi perilakunya dalam pemberian suara.
- 4) Tipe aktif yaitu pemberi suara yang terlibat aktif dalam menginterpretasikan peristiwa, isu, partai dan personalitas dengan menetapkan dan menyusun maupun menerima, serangkaian pilihan yang diberikan.

Karakteristik perilaku politik dalam pemberian suara menurut Fatah (dalam Efriza, 2012: 487) dikategorikan kedalam empat tipe utama yaitu:

(1) tipe pemilih rasional kalkulatif yaitu pemilih yang memutuskan pilihan politiknya berdasarkan perhitungan rasional dan logika. Biasanya pemilih ini berasal dari golongan masyarakat yang terdidik atau relatif tercerahkan dengan informasi yang cukup sebelum menjatuhkan pilihannya; (2) tipe pemilih primordial yaitu tipe yang menjatuhkan pilihannya lebih dikarenakan alasan primordialisme. Seperti alasan agama, suku, ataupun keturunan; (3) tipe pemilih pragmatis yaitu tipe ini biasanya lebih banyak dipengaruhi oleh pertimbangan untung dan rugi. Suara mereka akan diberikan kepada kandidat yang bisa mendatangkan keuntungan sesaat secara pribadi kepada mereka; (4) tipe pemilih emosional yaitu tipe yang cenderung memutuskan pilihan politiknya karena alasan perasaan misalnya kagum dengan ketampanan atau kecantikan kandidat.

Firmanzah (2008:119) menambahkan bahwa dalam diri masing-masing pemilih terdapat dua orientasi sekaligus yaitu; (1) orientasi '*policy-problem solving*', dan (2) orientasi '*ideologi*'. Ketika pemilih menilai partai politik atau seorang kontestan dari kacamata '*policy-problem solving*', yang terpenting bagi mereka adalah sejauh mana para kontestan mampu menawarkan program kerja atas solusi bagi suatu permasalahan yang ada. Pemilih akan cenderung secara objektif memilih partai politik atau kontestan yang memiliki kepekaan terhadap masalah nasional dan kejelasan program kerja. Partai politik atau kontestan yang arah kebijakannya tidak jelas akan cenderung tidak dipilih. Sementara pemilih yang lebih mementingkan ikatan '*ideology*' suatu partai atau kontestan,

akan lebih menekankan aspek-aspek subjektivitas seperti kedekatan nilai, budaya, agama, moralitas, norma, emosi dan psikografis. Semakin dekat kesamaan partai politik atau calon kontestan, pemilih jenis ini akan cenderung memberikan suaranya kepartai dan kontestan tersebut. Berdasarkan dua orientasi di atas maka terdapat konfigurasi pemilih seperti di bawah ini:

Tinggi <i>Orientasi Policy- Problem Solving</i>	Pemilih Rasional	Pemilih Kritis
	Pemilih Skeptis	Pemilih Tradisional
Rendah		
	Rendah	Tinggi
	<i>Orientasi Ideologi</i>	

Gambar 2.1 Konfigurasi Pemilih
Sumber: Firmanzah (2008:119)

Pemilih rasional memiliki ciri khas yang tidak begitu mementingkan ideologi kepada suatu partai atau seorang kontestan. Faktor seperti paham, asal-usul, nilai tradisional, budaya, agama, dan psikografis memang dipertimbangkan juga, tetapi bukan hal yang signifikan. Hal yang terpenting bagi jenis pemilih ini adalah apa yang bisa (dan yang telah) dilakukan oleh sebuah partai atau seorang kontestan, daripada paham dan nilai partai atau kontestan.

Pemilih kritis merupakan perpaduan antara tingginya orientasi pada kemampuan partai politik atau seorang kontestan dalam menuntaskan permasalahan bangsa maupun tingginya orientasi mereka akan hal-hal yang bersifat ideologis. Pentingnya ikatan ideologis membuat loyalitas

pemilih terhadap sebuah partai politik atau seorang kontestan cukup tinggi dan tidak semudah '*rational voter*' untuk berpaling ke partai lain. Pemilih jenis ini adalah pemilih yang kritis, artinya mereka akan selalu menganalisis kaitan antara sistem nilai partai (*ideology*) dengan kebijakan yang akan dibuat. Pemilih jenis ini harus di '*menege*' sebaik mungkin oleh sebuah partai politik atau seorang kontestan, pemilih memiliki keinginan dan kemampuan untuk terus memperbaiki kinerja partai, sementara kemungkinan kekecewaan yang bisa berakhir ke frustrasi dan pembuatan partai politik tandingan juga besar.

Pemilih tradisional memiliki orientasi ideologi yang sangat tinggi dan tidak terlalu melihat kebijakan partai politik atau seorang kontestan sebagai suatu yang penting dalam pengambilan keputusan. Pemilih tradisional sangat mengutamakan kedekatan sosial-budaya, nilai asal-usul, paham, dan agama sebagai ukuran untuk memilih sebuah partai politik. Biasanya pemilih jenis ini lebih mengutamakan figur dan kepribadian pemimpin, mitos dan nilai historis sebuah partai politik atau seorang kontestan. Salah satu karakteristik mendasar jenis pemilih ini adalah tingkat pendidikan yang rendah dan konservatif dalam memegang nilai serta paham yang dianut. Pemilih tradisional adalah jenis pemilih yang bisa dimobilisasi selama periode kampanye, loyalitas tinggi merupakan salah satu ciri khas yang paling kelihatan bagi pemilih jenis ini.

Pemilih dalam hal ini lebih banyak menggunakan faktor non-rasional dalam proses pengambilan keputusan untuk memberikan suaranya. Masyarakat lebih menekankan aspek yang mereka rasakan daripada pertimbangan logis. Dunia politik tidak seluruhnya bersifat rasional dan logis. Fanatisme pemilih atas suatu partai politik atau kandidat tidak dapat dijelaskan dari sudut pandang rasional. Misalnya, sikap yang bahkan rela mati demi suatu partai politik atau kandidat adalah sikap yang tidak dapat dijelaskan dengan logika. Padahal justru hal-hal seperti inilah yang seringkali kita temukan dalam kehidupan politik.

Pemilih skeptis adalah pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi cukup tinggi dengan sebuah partai politik atau seorang kontestan, juga sebagai sesuatu penting. Keinginan untuk terlibat dalam sebuah partai politik pada pemilih jenis ini sangat kurang, karena ikatan ideologis mereka memang rendah sekali. Mereka juga kurang memedulikan program kerja atau '*platform*' dan kebijakan sebuah partai politik. Dalam aspek tertentu, pemilih jenis ini lebih menonjolkan sikap pragmatisme, misalnya karena politik uang. Politik uang sebagai bentuk pragmatisme politik tidak selalu dalam arti pemberian sejumlah uang kepada pemilih, tetapi bisa dalam bentuk-bentuk yang agak *soft* agar tidak dikesankan "membeli" suara seperti bantuan sembako, pembangunan masjid dan sebagainya.

c. Pendekatan Perilaku Politik Pemilih

Kecenderungan perilaku politik dapat dilihat dengan beberapa pendekatan. Menurut Efriza (2012: 492) bahwa pendekatan tersebut yaitu pendekatan struktural, pendekatan sosiologis atau sosial struktural, pendekatan ekonomi, pendekatan ekologis, pendekatan psikologis (model identifikasi partai) dan pendekatan geografi pemilu. Keenam pendekatan tersebut dapat menentukan karakteristik perilaku politik pemilih pemilu.

1) Pendekatan Struktural

Pendekatan struktural untuk melihat kegiatan memilih sebagai produk dari konteks struktur yang lebih luas, seperti struktur sosial, sistem partai, sistem pemilu, permasalahan, dan program yang ditonjolkan oleh setiap partai peserta pemilu. Pendekatan sosiologis secara logis terbagi atas model penjelasan mikro sosiologis dan model penjelasan makro sosiologis. Model penjelasan mikro sosiologis, dikembangkan oleh ilmuwan politik dan dari Universitas Columbia, Pendekatan ini juga dikenal dengan sebutan Mazhab Columbia. Sementara model penjelasan makrososial menelaah perilaku pemilu di seluruh tingkatan atau lapisan masyarakat secara keseluruhan, hal mana pada akhirnya melahirkan suatu penjelasan mengenai terbentuknya sistem partai di Eropa Barat.

2) Pendekatan Ekonomi

Pendekatan ekonomi akibat penggunaan konsep-konsep atau teori ilmu ekonomi dalam menjelaskan fenomena politik, khususnya

teori-teori ekonomi tentang demokrasi mempengaruhi munculnya keilmuan baru dalam studi perilaku pemilih yaitu apa yang disebut Edward G. Csarmines dan Robert Huckfeldt dalam Efriza (2012: 492) disebut sebagai *political economy tradition*. Pada model ini penjelasan teoritis tentang perilaku memilih dikembangkan berdasarkan konsep-konsep rasionalitas dan kepentingan diri.

3) Pendekatan Ekologis

Pendekatan ini hanya relevan apabila dalam suatu dapil terdapat perbedaan karakteristik pemilih berdasarkan unit teritorial seperti desa, kelurahan, kecamatan, dan kabupaten. Pendekatan psikologis (model identifikasi partai), lebih menitikberatkan konsep sosialisasi dan sikap sebagai variabel utama dalam menjelaskan perilaku memilih, daripada pengelompokan sosial. Menurut pendekatan ini, para pemilih menentukan pilihannya terhadap seorang kandidat karena produk dari “sosialisasi yang diterima seseorang pada masa kecil, baik dari lingkungan keluarga maupun pertemanan dan sekolah, sangat mempengaruhi pilihan politik mereka, khususnya pada saat pertama kali mereka memilih”.

4) Pendekatan Geografi Pemilu

Menurut Siegfried dalam Efriza (2012: 492) bahwa dalam perilaku memilih selain mempertimbangkan faktor geologis, geomorfologis, struktur tanah, faktor iklim dan faktor lain. Faktor lain yang turut dipertimbangkan adalah faktor historis, dan sosial

geografis. Faktor-faktor ini misalnya adalah distribusi penduduk, struktur pemukiman dan struktur perekonomian serta geografis politis.

5) Pendekatan Perilaku Memilih

Pendekatan ini dapat dibagi menjadi empat jenis seperti menurut Darmawan (2015: 160) yaitu pertama, model identifikasi partai politik (*party identification*). Model ini berdasarkan pada perasaan psikologis kedekatan seseorang terhadap partai politik. Kedua, model sosiologis menghubungkan perilaku pemilih dengan keanggotaan kelompok yang menganggap bahwa pemilih cenderung untuk mengadopsi sebuah pola memilih yang merefleksikan posisi ekonomi dan sosial dari kelompok tempat mereka berada. Ketiga, model pilihan rasional yaitu individu pemilih dipercaya atas dasar kepentingan sendiri yang bersifat personal. Keempat, model ideologi dominan. Model ini melihat pada tingkat dimana pilihan individu dibentuk oleh proses manipulasi dan kontrol ideologi.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Politik Pemilih

Efriza (2012: 480) menyatakan bahwa perilaku politik pemilih ditentukan oleh 7 (tujuh) domain kognitif yang berbeda dan terpisah yaitu:

- 1) Isu dan kebijakan politik (*issue and policies*), merepresentasikan kebijakan atau program yang diperjuangkan dan dijanjikan oleh partai atau kandidat politik jika kelak menang pemilu.
- 2) Citra sosial (*social imagery*); menunjukkan *stereotip* kandidat atau partai untuk menarik pemilih dengan menciptakan asosiasi antara

kandidat atau partai dengan segmen-segmen tertentu dalam masyarakat.

- 3) Perasaan emosional (*emotional feeling*); dimensi emosional yang terpancar dari sebuah kontestan atau kandidat yang ditunjukkan oleh *policy* politik yang ditawarkan.
- 4) Citra kandidat (*candidate personality*); mengacu pada sifat-sifat pribadi yang penting yang dianggap sebagai karakter kandidat.
- 5) Peristiwa mutakhir (*current events*); mengacu pada himpunan peristiwa, isu, dan kebijakan yang berkembang menjelang dan selama kampanye.
- 6) Peristiwa pribadi (*personal events*); mengacu pada kehidupan pribadi dan peristiwa yang pernah dialami secara pribadi oleh seorang kandidat misalnya skandal seksual, skandal bisnis, menjadi korban rezim tertentu, menjadi tokoh pada perjuangan tertentu, ikut berperang untuk mempertahankan tanah, dan sebagainya.
- 7) Faktor-faktor epistemik (*epistemic issues*); isu-isu pemilihan yang spesifik yang dapat memicu keingintahuan para pemilih mengenai hal-hal baru.

Firmanzah (dalam Efriza, 2012:481) menyatakan bahwa ada tiga faktor determinan bagi pemilih dalam menentukan pilihan politiknya yaitu sebagai berikut:

- 1) Kondisi awal pemilih, ini dimaksudkan bahwa karakteristik yang melekat dalam diri pemilih. Setiap individu memiliki sistem nilai, keyakinan dan kepercayaan yang berbeda-beda dan mewarisi kemampuan yang berbeda-beda pula. Kondisi ini jelas sangat mempengaruhi individu ketika mengambil keputusan politik.
- 2) Faktor media massa yang mempengaruhi opini publik. Media massa yang memuat data, informasi dan berita berperan penting dalam mempengaruhi opini dimasyarakat.
- 3) Faktor parpol atau kontestan, pemilih akan menilai latar belakang, reputasi, citra, ideologi dan kualitas para tokoh-tokoh parpol dengan pandangan mereka masing-masing. Dalam hal ini

masyarakat lebih sering melakukan penilaian terhadap figur tokoh parpol, sekaligus menjadi barometer mereka dalam menilai parpol yang bersangkutan.

5. Partisipasi Politik

a. Pengertian Partisipasi Politik

Menurut Samuel P. Huntington dan Joan M. Nelson (dalam Budiardjo, 2008: 368) partisipasi politik adalah kegiatan warga yang bertindak sebagai pribadi-pribadi yang dimaksud untuk mempengaruhi pembuatan keputusan oleh pemerintah. Partisipasi bisa bersifat individual atau kolektif, terorganisir atau spontan, mantap atau sporadis, secara damai atau dengan kekerasan, legal atau ilegal, efektif atau tidak efektif.

Partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau kelompok untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, yaitu dengan jalan memilih pimpinan negara secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kebijakan pemerintah (Budiardjo, 2008:367). Bentuk partisipasi politik seseorang tampak dalam aktivitas-aktivitas politiknya. Bentuk partisipasi politik yang paling umum dikenal adalah pemberian suara (*voting*) entah untuk memilih calon wakil rakyat atau untuk memilih kepala negara (Maran, 2001: 148).

Menurut Davis (dalam Sastroatmodjo, 1995: 85) partisipasi politik bertujuan untuk mempengaruhi penguasa baik dalam arti memperkuat maupun dalam pengertian menekannya sehingga mereka

memperhatikan atau memenuhi kepentingan pelaku partisipasi. Tujuan tersebut sangat beralasan karena sasaran partisipasi politik adalah lembaga-lembaga politik atau pemerintah yang memiliki kewenangan dalam pengambilan keputusan politik.

Partisipasi politik merupakan bentuk tingkah laku baik menyangkut aspek sosial maupun politik. Tindakan-tindakan dan aktivitas politik tidak hanya menyangkut apa yang telah dilakukan saja, tetapi juga menyangkut hal-hal apa yang mendorong individu berpartisipasi (Sastroatmodjo, 1995: 82). Lane (dalam Sastroatmodjo, 1995: 84) menyebutkan, bahwa partisipasi politik paling tidak memiliki empat fungsi, yaitu (1) sebagai sarana untuk mengejar kebutuhan ekonomi; (2) sebagai sarana untuk memuaskan suatu kebutuhan bagi penyesuaian sosial; (3) sebagai sarana untuk mengejar nilai-nilai khusus; dan (4) sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan alam bawah sadar dan kebutuhan psikologi tertentu.

b. Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Menurut Almond (dalam Syarbaini, 2002: 70) mengemukakan bahwa partisipasi politik terbagi dalam dua bentuk yaitu partisipasi politik konvensional dan partisipasi politik non-konvensional. Rincian bentuk partisipasi politik sebagai berikut:

Tabel 2.2 Bentuk-Bentuk Partisipasi Politik

Konvensional	Non Konvensional
Pemberian suara (<i>voting</i>)	Pengajuan petisi
Diskusi politik	Berdemonstrasi

Kegiatan Kampanye	Konfrontasi, mogok
Membentuk dan bergabung dalam kelompok kepentingan	Tindak kekerasan politik harta benda (pengrusakan, pengeboman)
Komunikasi individual dengan pejabat politik dan administrative	Tindak kekerasan politik terhadap manusia (penculikan, pembunuhan)

Sumber : Almond (dalam Syarbaini, 2002:71)

Berdasarkan tinggi rendahnya kedua faktor tersebut maka Peige seperti yang dikutip Ramlan Surbakti (2010: 184) membagi partisipasi politik menjadi empat tipe yaitu: (1) aktif, yaitu apabila seseorang memiliki kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah yang tinggi; (2) apatis, yaitu apabila kesadaran politik dan kepercayaan kepada pemerintah rendah, dan apabila partisipasi politik cenderung pasif-tertekan; (3) militan radikal, yaitu apabila kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat tinggi; (5) pasif, yaitu apabila kesadaran politik tinggi tetapi kepercayaan kepada pemerintah sangat tinggi.

6. Partisipasi Politik Pemilih Milenial

Pola pikir kelompok milenial tidak seluruhnya sama. Menurut Milbrath dan Goel (1997) dalam Indah Budiati (2018: 17), ada tiga tipe pola pikir dalam kelompok ini, yaitu: (1) tipe apatis, yakni mereka yang alergi terhadap politik, bahkan menarik diri dari proses politik yang ada; (2) tipe spektator, yakni mereka yang kurang tertarik dengan politik, tetapi masih kerap menggunakan hak pilihnya; (3) tipe gladiator, yakni yang sangat aktif

di dalam politik (seperti aktivis partai, pekerja kampanye, dan aktivis organisasi).

Kelompok usia milenial, ternyata cenderung masuk pada kelompok apatis namun kritis. Mereka lebih suka berpartisipasi dalam bentuk non-konvensional, karena memaknai partisipasi politik tidak hanya dalam pesta demokrasi, sebagaimana fenomena yang terjadi dunia, seperti Arab Spring. Menarik bahwa fenomena di Indonesia lebih cenderung menunjukkan bahwa aktivitas generasi milenial yang terkait politik dan isu global belum terlihat naik kepermukaan secara signifikan. Beberapa isu nasional memang sudah dijadikan topik pembicaraan dan memancing generasi milenial untuk berpartisipasi. Sebagai contoh, hal ini dapat terlihat dari banyaknya partisipan dari laman www.change.org dimana biasanya khalayak diminta untuk berpartisipasi dalam petisi yang dibuat untuk ikut memengaruhi sebuah keputusan hukum, keputusan politik atau suatu kebijakan. Hal ini menunjukkan terjadinya perkembangan pada generasi milenial dalam upaya mempengaruhi suatu kebijakan atau produk hukum melalui penggunaan media sosial di Indonesia (Indah Budiati dkk, 2018: 131).

Kondisi dimana partisipasi generasi milenial yang terkait langsung dengan kepentingan masyarakat dan keterlibatannya dalam memengaruhi kebijakan pemerintah, dilakukan dengan cara memobilisasi dukungan dan memengaruhi pengambil keputusan-keputusan penting di negeri ini, menunjukkan sikap kritis kelompok milenial dan tidak alergi sepenuhnya terhadap politik. Mereka sejatinya memiliki ketertarikan, tetapi

diekspresikan dengan gaya berbeda. Dengan kata lain, pemilih milenial sebenarnya punya potensi besar untuk digeser dari tipe apatis menuju tipe spektator dan bahkan tipe gladiator.

Dengan fenomena global dan nasional tersebut, maka peran generasi milenial dan media sosial sebagai sarana yang digunakan secara langsung akan dapat memengaruhi arah kebijakan pemerintah, memengaruhi respon pemerintah, dan bahkan dapat memacu kinerja pemerintah, yang pada gilirannya akan berimbas pada pilihan politik generasi milenial. Di sisi lain, media sosial juga dapat memicu revolusi politik yang berakibat jauhnya suatu rezim.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang perilaku pemilih milenial pernah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti oleh Prasetyanti (2017) dengan judul “Generasi Milenial Dan Inovasi Jejaring Demokrasi Teman Ahok”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Memandang Jakarta Lebih Baik bersama Generasi Milenial bukan hanya sekedar optimisme beberapa pihak, lebih jauh, pendapat ini dapat menjadi semangat baru yang dapat menggerakkan peran masyarakat terutama generasi muda untuk lebih optimis terhadap masa depan politik daerah. Teman Ahok merupakan implikasi dari kreativitas, semangat nasionalisme gaya baru, dan gambaran lemahnya kredibilitas aktor politik Nusantara. Komunitas Teman Ahok menjadi bukti efektivitas pengembangan jejaring demokrasi berbasis media dan memberikan makna demokrasi kerakyatan yang sesungguhnya melalui partisipasi publik yang nyata.

Selanjutnya, selain berfungsi sebagai input kebijakan, Teman Ahok juga bisa berperan sebagai kontrol kebijakan sebagai *stakeholder* kunci. Tidak hanya di Jakarta, Indonesia diharapkan memiliki *community watchdog* yang aktif berpartisipasi dalam proses demokrasi.

Rojaby (2018) dengan Judul “Apatisme Generasi Milenial Terhadap Politik (Studi Kasus Kodok Alas Pada Pilgub Jatim 2018)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman generasi milenial pada politik masih meliputi sesuatu yang baku, belum secara menyeluruh dan terperinci. Dampak dari pemahaman yang kurang ini terlihat langsung pada sikap apatisme generasi muda ini pada politik. Ada beberapa penyebab yang menjadikan generasi ini bersikap apatis, yaitu kurangnya sosialisasi politik pada kalangan generasi muda, sifat pragmatis informan, dan citra negatif yang dibangun oleh media massa. Partisipasi anggota Kodok Alas sendiri pada pilgub Jatim 2018 kemarin tergolong menjadi 2 bagian, dan salah satu alasan ikut dalam berpartisipasi politik ialah mengikuti eksistensi dunia maya dengan selalu *update* foto di media sosial.

Azis (2018) dengan judul “Studi Eksplorasi Voting Behavior, Political Branding, Political Disaffection Pada Generasi Pemilih Milenial”. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa generasi milenial kurang memahami dan kurang tertarik pada dunia politik. Ada tiga faktor utama yang dapat mempengaruhi pemilih milenial dalam mengambil keputusan memilih calon pemimpin pada proses pemilihan umum. Pertama, *Voting Behavior* dimana muncul tingkah laku seseorang dalam mempertimbangkan dan

menentukan apa yang disukai maupun yang tidak disukai seperti visi misi, latar belakang, rekam jejak, etnis, dan agama. Kedua, *Political Branding* dimana terjadinya aktifitas politik untuk menarik perhatian masyarakat melalui identitas yang dimiliki partai maupun individu dalam konteks politik seperti media televisi, sosial media, artikel berita, dan melalui *website*. Ketiga, *Political Dissafection* dimana mengacu pada emosi individu atau kelompok terhadap suatu sistem politik seperti tingkat korupsi dan dampak yang diperoleh dari politik.

Angelina (2018) dengan judul “Analisis Faktor Pemasaran Politik dalam Memilih Walikota Bogor oleh Generasi Milenial”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan kepala daerah oleh generasi milenial berdasarkan hasil analisis faktor yang menghasilkan 10 faktor baru yaitu sosial media, APK, pelaksanaan kampanye, teknologi, *record of achievement*, *event marketing* dan *sponsorship*, kegiatan sosial, media informasi visual, *personal selling*, dan selebaran.

Sucipto (2019) dengan judul “Tinjauan Wawasan Kaum Milenial Menghadapi Pelaksanaan Pesta Demokrasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi atau golongan kaum milenial merupakan ujung tombak dari keberhasilan terselenggaranya pemilihan umum. Penelitian yang dilakukan dilapangan dengan meminta koresponden atau sampling oleh beberapa generasi milenial yaitu mahasiswa Universitas Ngudi Waluyo Kabupaten Semarang terhadap wawasan dan pengetahuan mereka terkait pendidikan politik dalam penyelenggaraan pesta demokrasi dirasa masih kurang cukup, pengontrolan

dan pembinaan kepada para generasi milenial sebagai pewaris bangsa dan Negara Indonesia harus ditingkatkan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka dapat terlihat bahwa penelitian ini memiliki perbedaan fokus yang diteliti, subjek dan tempat penelitian kemudian perbedaan metode penelitian dan juga teori yang digunakan. *Pertama*, fokus penelitian ini yaitu karakteristik pemilih milenial pada pemilihan Presiden dan Wakil Presiden tahun 2019. *Kedua*, penelitian ini akan menganalisis lebih mendalam dengan melihat partisipasi pemilih milenial dan faktor-faktor yang menentukan keputusan pemilih milenial dalam pemilu. *Ketiga*, subyek penelitian ini adalah pemilih milenial di Desa Kracak Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas.

C. Kerangka Berpikir

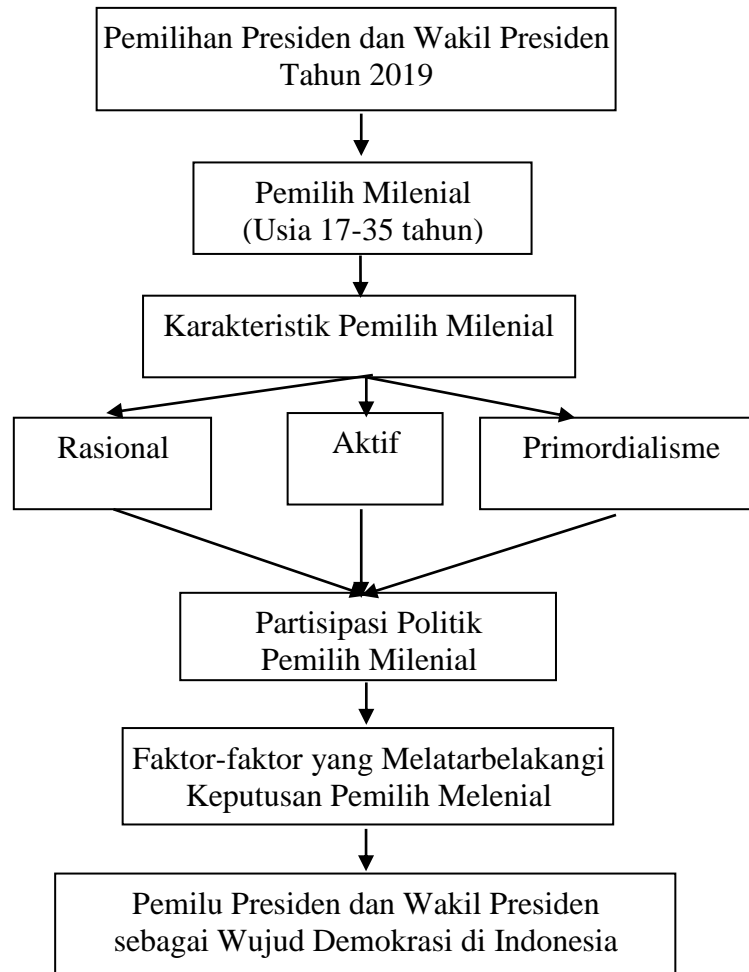
Pemilu presiden dan wakil presiden 2019 diikuti oleh dua pasangan calon presiden dan wakil presiden. Pasangan nomor urut 01, Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dicalonkan oleh PDI-Perjuangan, Golkar, PKB, PPP, Nasdem dan Hanura. Sementara, pasangan nomor urut 02, Prabowo Subianto dan Sandiaga Salahuddin Uno dicalonkan oleh Gerindra, PKS, PAN dan Demokrat. Pemilu presiden 2019 menjadi istimewa selain karena diikuti oleh kandidat yang telah bertarung pada pemilu sebelumnya, juga dilaksanakan serentak dengan pemilu legislatif. Untuk kali pertamanya dalam sejarah pemilu di Indonesia, digelar pemilu presiden dan pemilu legislatif serentak pada hari yang sama. Pemilu 2019 nanti dikenal juga dengan sebutan "Pemilu Lima Kotak" karena pada saat yang sama dilakukan pemilihan presiden dan wakil

presiden, pemilihan DPR RI, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota, dan pemilihan DPD. Dari sisi kontestasi, nuansa kompetisi pasangan calon sangat kuat karena adanya pengaruh antara politik lokal di pilkada serentak 2018 dengan preferensi politik publik di tingkat nasional.

Jumlah pemilih milenial pada Pilpres 2019 yang lalu telah disadari oleh masing-masing kandidat sehingga kubu Prabowo-Sandi dan Jokowi-Ma'ruf saling mengklaim bahwa pihaknya akan melakukan strategi yang sesuai dengan selera pemilih milenial. Di kubu petahana misalnya, gaya Joko Widodo disebut mencerminkan generasi milenial. Capres ini gemar memakai *sneaker* dan membikin *vlog-style* dan aktivitas yang sangat intim dengan generasi milenial. Sementara di kubu oposisi, yang dianggap merepresentasikan kaum milenial adalah Sandiaga Uno. Dengan *style*-nya yang serba 'kekinian', Cawapres ini dianggap sebagai sosok yang mampu menggaet pemilih milenial.

Pemilih milenial dalam menentukan pilihannya pada salah satu pasangan calon presiden dan wakil presiden memiliki karakteristik yang berbeda-beda misalnya pemilih milenial dengan tipe rasional, primordial dan aktif. Sedangkan bentuk partisipasinya dapat dilihat dari aktivitas pemilih milenial untuk memberikan suara, diskusi politik, menjadi pengawas pemilu, dan lain sebagainya. Pilihan politik pemilih milenial ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor baik berupa faktor internal maupun faktor ekstern.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dibuat kerangka pemikiran penelitian seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik pemilih milenial pada pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak yaitu tipe rasional, aktif dan primordialisme. Pemilih tipe rasional ini ditandai dengan pertimbangannya yang logis untuk memilih pasangan calon presiden karena faktor rasional seperti kinerja, rekam jejak, kompetensi, visi dan misi pasangan kedepannya. Pemilih dengan tipe aktif ini memiliki keaktifan di media sosial baik dengan memberikan komentar atas berita-berita politik, membagikan berita politik yang dianggapnya benar dan mengklarifikasi isu-isu atau berita hoaks. Pemilih milenial dengan tipe primordial dalam menentukan pilihannya pada pemilu Presiden tahun 2019 ini yaitu disebabkan adanya kesamaan suku antara pemilih milenial dan calon presiden yang dipilihnya sehingga merasa memiliki kedekatan yang lebih dibandingkan dengan calon dari suku lain.
2. Bentuk partisipasi pemilih milenial pada pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak yaitu meliputi (a) memberikan hak suara pada hari pemungutan suara dengan cara ikut mencoblos salah satu pasangan calon; (b) berdiskusi politik melalui media sosial dengan cara

memberikan komentar dan beradu argumen atau berdebat dengan pengguna media sosial lainnya; (c) menjadi Panwaslu (Pengawas Pemilu) untuk memberikan kontribusinya dalam pengawasan proses pemilu khususnya pada saat hari pemungutan suara; dan (d) mengikuti kampanye politik pasangan calon yang dipilihnya.

3. Faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan pemilih milenial pada pemilu presiden dan wakil presiden tahun 2019 di Desa Kracak meliputi faktor berita-berita politik di media sosial; kinerja/hasil kerja yang dianggap berhasil dari pemerintahan sebelumnya sehingga pemilih milenial memutuskan memilih Jokowi; dan program kerja yang dianggap tidak berhasil oleh pemerintahan sebelumnya sehingga pemilih milenial tidak puas dengan pemerintahan Jokowi kemudian cenderung beralih memilih Prabowo-Sandi atas kekecewaan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

Hendaknya pemilih milenial lebih bijak menggunakan media sosial dengan melakukan kroscek data terlebih dahulu untuk memastikan kebenaran data sebelum dibagikan kepada khalayak umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik (Filsafat - Paradigma - Teori - Tujuan - Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azra, Zumardi. 2005. *Demokrasi, Hak Asasi Manusia, dan Masyarakat Madani*. Jakarta: Prenada Media
- Azis, Mohamad Faizal. 2018. Studi Eksplorasi Voting Behavior, Political Branding, Political Disaffection Pada Generasi Pemilih Millennial. *Prosiding Konferensi Nasional Peneliti Muda Psikologi Indonesia 2018* Vol. 3, No. 1, hal 45-54.
- Angelina, Betsy. 2018. Analisis Faktor Pemasaran Politik dalam Memilih Walikota Bogor oleh Generasi Milenial. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Bangun, Zakaria. 2008. *Demokrasi dan Kehidupan Demokrasi di Indonesia*. Medan: Bina Media Perintis
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Budiati, Indah. 2018. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Darmawan, Ikhsan. 2015. *Mengenal Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara
- Efriza. 2012. *Political Explore: Sebuah Kajian Ilmu Politik*. Bandung: Alfabeta.
- Firmanzah. 2008. *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Handoyo, Eko dkk. 2010. *Etika Politik dan Pembangunan*. Semarang: Widya Karya
- Juditha, Cristiany. 2018. Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Generasi Milenia. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. Vol. 22 No. 2, hlm: 94-109
- Maran, Rafael. 2001. *Pengantar Sosiologi Politik*. Jakarta: Rieneka Cipta Indonesia
- Mas'ood, Mochtar, dan Mac. Andrews. 2000. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Nurkinan. 2018. Peran Partisipasi Masyarakat Dalam Pengawasan Pemilihan Umum Serentak Anggota Legislatif Dan Pilres Tahun 2019. *Jurnal Politikom Indonesiana*, VOL.3 NO.1, hlm:26-40

- Pamungkas, Sigit. 2009. *Perihal Pemilu*. Yogyakarta: Laboratorium Jurusan Ilmu Pemerintahan dan Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Gadjah Mada
- Pew Research Center. (2014). *Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends*.
<http://www.pewresearch.org/socialtrends>.
- Prasetyanti, Retnayu. 2017. Generasi Millennial Dan Inovasi Jejaring Demokrasi Teman Ahok. *Jurnal Polinter Prodi Ilmu Politik FISIP UTA'45 Jakarta*. Vol. 3 No. 1 (Maret-Agustus 2017)
- Putra, Yanuar Surya. 2016. Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, Vol.9 No.18, hlm: 123-132
- Rojaby, Uky Dzatalini. 2018. Apatisme Generasi Milenial Terhadap Politik (Studi Kasus Kodok Alas Pada Pilgub Jatim 2018. *Skripsi*. Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Sabrani. 2015. 'Demokratisasi dan Kebebasan Memilih Warga Negara Dalam Pemilihan Umum'. Dalam *Jurnal Inovatif*, Vol. VIII, No. 1. Hal. 105-117
- Sastroatmodjo, Sudijono. 1995. *Perilaku Politik*. Semarang: IKIP Semarang Press
- Sorensen, Georg. 2003. *Demokrasi dan Demokratisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sucipto, Rian. 2019. Tinjauan Wawasan Kaum Milenial Menghadapi Pelaksanaan Pesta Demokrasi. *Adil Indonesia Jurnal*. Vol 1 No.1 Januari 2019.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta
- Surbakti, Ramlan. 2010. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Survey Nasional CSIS. 2017. *Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik. Rilis dan Konferensi Pers "Survei Nasional CSIS 2017"*. Jakarta: Centre For Strategic and International Studies
- Syarbaini, Syahrial. 2002. *Sosiologi dan Politik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945
- Menerka Suara Pemilih Milenial di Pilpres 2019. Diakses dari
<https://jurnalintelijen.net>.
- Lindungi Hak Pilihmu. Diakses dari
<https://lindungihakpilihmu.kpu.go.id/index.php/rekap/kec/32986>
<https://unej.ac.id/pemilih-milenial-dominasi-pesta-demokrasi-2019-harus-mampu-tentukan-pilihan-dengan-cerdas-dan-bijak/>. Diakses pada tanggal (2 Mei)