



INDEKSTAT merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Statistika Terapan, Kebijakan Publik, Bisnis dan Marketing, serta Riset dan Pengembangan Wilayah.

INDEKSTAT Argues merupakan kanal opini yang menyediakan pemikiran atau tanggapan atas sebuah isu tertentu yang ditulis oleh peneliti Indekstat. Analisa yang disajikan di Indekstat Argues merupakan gagasan murni penulis secara mandiri dan tidak mewakili institusi Indekstat

INDEKSTAT Argues INDEKS-001-ARES

20 April 2020

Milenial dan Pilkada 2020

Studi Kasus di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur

Aldhi Bakti Prabowo, S E

Peneliti Kebijakan Publik, Indekstat Indonesia

aldhibakti@indekstat.com

Generasi Milenial¹ dianggap sebagai generasi yang melek informasi. Banyaknya arus informasi yang mereka konsumsi, membuat generasi ini dikenal kritis namun tidak sedikit juga yang bersikap apatis terhadap isu politik. Penelitian yang dilakukan oleh CSIS menyebutkan bahwa kaum milenial ini masuk kedalam kategori lemah (tidak begitu minat dalam membahas politik)². Sedangkan menurut peneliti LIPI, Siti Zuhro, generasi milenial dianggap sebagai generasi yang rasional, kritis, cerdas dan tidak mampu terendus isu SARA³. Potret tersebut menggambarkan bahwa segmentasi market politik ini sangatlah unik, sehingga membutuhkan metode tersendiri dalam mendulang simpati dan dukungan mereka.

Dalam kontestasi politik semenjak Pemilu Tahun 2014 dan 2019, segmen milenial menjadi incaran para pemburu suara. Karena keterbukaan informasi dan era digital, ceruk pasar milenial tidak hanya identik dengan kota-kota besar seperti Jakarta,

¹ Generasi Milenial dalam beberapa sumber disebutkan bahwa generasi yang masuk dalam kategori orang yang berumur 17 - 37 tahun. Berdasarkan data yang dirilis oleh KPU RI pada tahun 2019, Jumlah pemilih yang masuk dalam kategori milenial mencapai 42% atau sekitar 80 juta pemilih.

² CSIS; *Ada apa dengan Milenial ? Orientasi Sosial, Ekonomi & Politik; Hasil Survei Nasional tahun 2017* (2017)

³ LIPI; *Selera Pemilih Milenial Berbeda, Mereka Cerdas & Rasional* (2018)

Bandung, ataupun Yogyakarta, melainkan telah menembus batasan-batasan geografis dan sosial budaya. Jika melihat pada beberapa penyelenggaraan pemilihan umum sebelumnya, di kota-kota besar seperti DKI Jakarta pada tahun 2017 lalu, kita tentu sudah melihat bahwa di setiap kubu baik **Anies Baswedan – Sandiaga Uno, Basuki Tjahaja Purnama – Djarot Syaiful H**, maupun **AHY – Sylfiana Murni**, sudah mulai menjalankan strategi komunikasi politik melalui cara yang unik seperti membuat video di youtube yang bersifat *soft campaign* atau seperti membuat *flash mob* di bundaran HI dengan lagu-lagu parodi yang lucu. Hal ini dilakukan demi mendulang dukungan dari ceruk pemilih milenial.

Anomali Politik

Sebagai contoh pada Pemilu Gubernur Jawa Timur tahun 2018 lalu. Khofifah yang tidak diunggulkan saat itu, bisa memenangkan kontestasi pilgub tersebut. Jawa Timur yang identik dengan nilai-nilai tradisionalnya, seperti patron pada tokoh-tokoh agama maupun masyarakat, membuat khalayak mengunggulkan Gus Ipul karena yang notabene lebih dekat dengan Kyai dan Pesantren sebagai lumbung suara potensial di Jawa Timur. Ada satu hal menarik yang dilakukan oleh Khofifah, yaitu memilih Wakil dari kalangan muda yaitu Emil Dardak dengan target ceruk pasar milenial di Jawa Timur.

Jumlah DPT di Provinsi Jawa Timur sekitar 30 juta pemilih, dengan pemilih milenial mencapai 30% atau sekitar 10 juta pemilih⁴. Emil Dardak saat itu dianggap sebagai simbol muda dan pembaharu bagi kelompok-kelompok milenial di Jawa Timur. Dengan berbagai bentuk kampanye gagasan inovatif dan kreatif dari pasangan Khofifah dan Emil Dardak, berhasil mematahkan prediksi banyak pihak. Hasil pilgub di Jawa Timur menyisakan dua pertanyaan besar : Apakah karakter pemilih di Jawa Timur sudah bergerak kearah yang lebih modern? dan juga Apakah segmen milenial telah mampu menjadi motor perubahan bagi kalangan non milenial di Jawa Timur ?

Kabupaten Sidoarjo adalah salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memiliki fenomena serupa. Penelitian Indekstat tahun 2019⁵ menunjukkan bahwa corak masyarakat yang kental dengan nilai-nilai tradisionalnya, kini sudah mulai bergeser menjadi lebih modern, dimana mereka tidak lagi hanya memandangi faktor-faktor sosiologis seperti agama dan keturunan dalam menentukan pilihan politik. Masyarakat di Sidoarjo sudah mulai melihat beberapa faktor lain seperti kompetensi tokoh hingga paras kandidat yang bertarung. Pergeseran karakter pemilih banyak sedikitnya mulai dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti arus urbanisasi, keterbukaan informasi dan berbagai keinginan untuk mulai melakukan perubahan kepemimpinan yang lebih baik. Selain itu, tidak sedikit pula yang beranggapan bahwa pergeseran perilaku pemilih ini juga dipengaruhi oleh kaum milenial. Pada era globalisasi ini, keterbukaan informasi sudah mampu menembus batas-batas komunikasi yang selama ini tidak mampu dilakukan.

Pola perilaku (tren) generasi milenial ini cenderung mampu mempengaruhi gaya hidup generasi-generasi sebelumnya. Tentu kita sudah tidak aneh melihat orang-orang

⁴ BPS Jawa Timur, 2019

⁵ Penelitian opini publik yang dilakukan dengan metode kualitatif-wawancara mendalam- tentang budaya politik di Jawa Timur, salah satu daerah penelitiannya adalah di Kabupaten Sidoarjo

tua (generasi sebelumnya) sudah sangat sibuk berkomunikasi melalui *smartphone* mereka atau bahkan aktif mengonsumsi berita secara online maupun melalui media sosial. Perubahan pola perilaku masyarakat ini yang justru pada akhirnya berdampak kepada perubahan cara komunikasi setiap *stakeholder* politik dalam menyampaikan gagasan-gagasan politiknya serta berbagai komunikasi atraktif dan kreatif guna menarik simpati dan kedisukaan dari masyarakat.

Sebagai salah satu wilayah dengan corak demokrasi paling baik dan kuat di Jawa Timur, dan cenderung sudah mulai berpikir rasional dalam kehidupan politik praktis, namun tidak membuat pergeseran tersebut sudah mulai merata tersebar di setiap pelosok wilayah Sidoarjo. Faktor-faktor nilai tradisional seperti patron tokoh masih sering ditemui di wilayah tertentu. Hal ini tentu tidak bisa dipungkiri bahwa di Sidoarjo, masih banyak pondok pesantren dan *kyai-kyai* kultural yang tersebar hingga ke kampung-kampung. Budaya politik yang dipengaruhi oleh patron ini telah mengakar dan membuat tidak semua masyarakat di wilayah Sidoarjo memiliki perilaku rasional dalam menentukan pilihan politik. Patronase tokoh masih menjadi kunci dalam mempengaruhi masyarakat, terutama di wilayah-wilayah pedesaan, dan pinggiran kota atau perbatasan.

Masih kuatnya faktor-faktor tradisional seperti penjelasan di atas menunjukkan bahwa pendidikan politik belum masif. Masyarakat di wilayah pinggiran (pedesaan) cenderung masih rendah pendidikan politiknya dan mudah untuk dipengaruhi oleh patron-patron yang ada. Hal ini karena masyarakat disana tidak dapat merasakan manfaat secara langsung bila menggunakan hak pilihnya kepada salah satu partai politik. Oleh karena itu, masyarakat di wilayah pinggiran cenderung pragmatis, siapa yang mampu memberikan uang serta didukung oleh tokoh panutannya, maka dukungan politik pun akan diberikan hingga di bilik suara. Disamping itu, partai politik yang ada juga gagal dalam menawarkan gagasan inovasi sosial bagi masyarakat sekitar, guna mampu meyakinkan mereka dalam menjawab berbagai tantangan lokal hingga global saat ini.

Pengaruh Milenial

Pada hakikatnya berbagai insan politik sudah mulai menyadari kekuatan dari para kaum generasi milenial ini. Dalam survey opini publik yang dilakukan di Sidoarjo pada bulan Februari 2020 kemarin⁶, terlihat bahwa generasi milenial (23 - 40 tahun) di Sidoarjo hampir lebih dari setengah nya (49,5%) sudah menentukan pilihan politiknya atas calon-calon kepala daerah, yang kemungkinan akan bertarung pada kontestasi Pilkada di Sidoarjo yang baru akan diselenggarakan di bulan September 2020 nanti. Gambaran tingkat partisipasi yang cukup baik dari generasi milenial ini menunjukkan bahwa mereka merupakan kalangan orang-orang yang sudah sangat melek akan berbagai arus informasi politik di wilayahnya.

Partisipasi dari milenial ini bahkan cenderung sudah mendekati masyarakat yang masuk kedalam generasi x (40 – 54 tahun) atau sering dikatikan dengan masyarakat yang cenderung cukup aktif berpartisipasi dalam gelar kegiatan-kegiatan politik (tidak hanya menjadi target suara melainkan juga turut aktif ikut serta dalam kegiatan politik yang ada). Melihat gambaran partisipasi mereka ini tentu kekuatan dari generasi milenial rasanya sudah tidak bisa dianggap lagi sebagai seorang anak bawang yang tidak mengerti

⁶ Indekstat Indonesia; (2020), "Survei Opini Publik Kabupaten Sidoarjo".

apa itu politik. Bahkan ketika menengok pada pemilihan umum tahun 2019 kemarin, tidak sedikit para stakeholder politik ini mulai menggandeng para kaum milenial untuk mulai berpartisipasi dalam politik aktif, seperti membentuk berbagai gerakan milenial yang memberikan dukungan secara terbuka dan berupaya untuk menarik dukungan dari kelompok milenial lainnya.

Disamping partisipasi dari milenial yang semakin menguat dalam gelaran kontestasi politik yang ada, pola perilaku milenial ini banyak sedikitnya turut pula mempengaruhi bagaimana perilaku stakeholder politik dalam melakukan aktivitas-aktivitas politik seperti sosialisasi hingga komunikasi. Salah satu hal paling sederhana yang dapat dilihat adalah bagaimana KPUD Sidoarjo pada tahun 2019 lalu, sangat aktif mengkampanyekan kepada masyarakat untuk datang ke TPS melalui media sosial seperti Instagram. Temuan penelitian Indekstat pada Februari 2020 di Kabupaten Sidoarjo adalah bahwa 64,2 % masyarakat sangat aktif menggunakan internet. Bahkan angka ini melebihi akses informasi mereka terhadap media cetak yang mencapai 20 % dan radio 15,3 %.

Selain akses internet yang sudah mulai digunakan, masyarakat sangat aktif menggunakan berbagai platform media sosial seperti *Whatsapp* (98,2%), *Youtube* (72,3%), dan *Facebook* (63,8%). Pola perilaku masyarakat dalam mengakses berbagai informasi ini sudah tidak lagi terklaster terhadap kategori milenial saja, melainkan telah secara keseluruhan masyarakat di Sidoarjo mulai mengkonsumsi informasi berdasarkan media sosial. Bahkan dari beberapa aktivitas kampanye politik yang dilakukan oleh seorang kandidat, media sosial adalah cara yang mereka lakukan untuk dapat mengetahui dan meyakini pilihan politik yang akan diambil. Hal ini tentu menggambarkan bahwa masyarakat di Sidoarjo tidak lagi menunggu arahan mulai mempelajari informasi mengenai seorang kandidat politik.

Dampak kecil yang ditimbulkan oleh berbagai inovasi global yang dimotori oleh kaum milenial ini, tentu sudah merubah banyak pola komunikasi dan pembahasan mengenai arus informasi yang ada di wilayah mereka. Selain dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi isu-isu politik, generasi milenial ini dengan sikap kritisnya cenderung cukup aktif dalam menyuarakan berbagai pendapat dan pandangannya terhadap sebuah isu yang sedang marak. Menariknya, penyampaian pandangan kritis ini terjadi justru di ranah media sosial dan begitu sangat cepat proses komunikasi dua arah antar sesama milenial. Hal ini berdampak terhadap informasi-informasi lokal yang akan *viral* di media sosial dipenuhi dengan pembahasan kritis dan membangun, dan biasanya diarahkan sebagai pesan terselubung terhadap para kandidat/calon kepala daerah yang akan bertarung.

Perubahan-perubahan kecil ini tidak bisa dianggap sebelah mata oleh *stakeholder* politik. Maka, setiap stakeholder politik yang akan bertarung pada kontestasi Pilkada 2020 September nanti, sudah tidak bisa hanya mengandalkan cara-cara konvensional seperti mengharapkan patron tokoh, kampanye di muka umum tanpa memiliki gagasan kuat hingga mengandalkan *money politic*. Arena pertarungan kedepannya, akan lebih menarik dan penuh inovasi dalam strategi komunikasi penyampaian gagasan politik. Bahkan, kasus korupsi yang menjerat Bupati Petahana Sidoarjo di awal tahun 2020 ini, membuat sebanyak 94,1% masyarakat menginginkan pemimpin yang jujur dan bersih dari korupsi.

Terjadinya pergeseran pola perilaku pemilih di masyarakat menjadi catatan penting bagi stakeholder politik. Dampak dari era globalisasi yang di motori oleh milenial, tanpa disadari sudah masuk kedalam kehidupan sehari-hari bagi generasi sebelumnya (non-milenial). Penulis menyebut bahwa nahkoda 'kapal perubahan' politik ini adalah para kaum milenial. **'Diam tapi pasti'**, pergerakan milenial dan sepercik aktivitas mereka mampu membawa dampak yang signifikan dalam arena pertarungan politik. Oleh karena itu, saya sangat meyakini bahwa setiap calon kepala daerah yang akan bertarung didalam arena Pilkada Sidoarjo nanti, akan menampilkan bentuk kampanye yang atraktif dan kreatif yang sarat dengan gagasan inovatif yang membangun.

“Diam tapi pasti, pergerakan milenial dan sepercik aktivitas mereka mampu membawa dampak yang signifikan dalam arena pertarungan politik”

Jika anda berminat berpartisipasi dalam publikasi ilmiah kami, dapat berkomunikasi melalui sesuai keterangan dibawah ini

Indekstat Indonesia, Multivision Tower Building, Indonesia 12980
Whatsapp. 0817878547 | indekstat.com | admin@indekstat.com

INDEKSTAT *Argues* Editors

Ary Santoso, Redy Hendra Gunawan, Rikola Fedri, & Niko Amrullah