

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi milenial dan generasi Z menjadi perhatian masyarakat. Sebagian dari mereka sedang mengemban jabatan seperti Menteri, anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Kepala dan Wakil Kepala Daerah, hingga Ketua RT. Sebagian dari mereka juga ada yang sedang menjadi Pegawai Negeri Sipil, Guru, Pengusaha, Pedagang, hingga Mahasiswa dan Pelajar.

Generasi milenial dan generasi Z digolongkan sesuai tahun awal dan akhir kelahiran. Generasi Z merujuk pada penduduk yang lahir pada periode kurun waktu tahun 1997-2012, dan generasi milenial lahir pada kurun waktu 1981-1996 (Bps.go.id, 21/1/2021). Perkiraan usia generasi Z sekarang antara 10 sampai 25 tahun, dan antara 26 sampai 41 tahun untuk generasi milenial.

Generasi milenial lahir saat teknologi digital sedang berkembang. Saat itu ponsel dan internet belum terintegrasi, tetapi SMS, email, pesan instan (*yahoo messenger* dan lain-lain) sudah *booming*. Saat mereka beranjak remaja, muncul platform media sosial seperti Facebook (2004), Twitter (2006), Instagram (2010), dan TikTok (2016). Generasi Z lahir saat teknologi informasi sudah canggih.

Hampir semua aktifitas generasi milenial dan generasi Z selalu berkaitan dengan internet. *Internet is everything*. Internet menjadi kebutuhan utamanya. Handphone (HP) yang kian canggih memudahkan mereka terhubung dengan internet dan platform media sosial. Hatinya gundah gulana jika tidak ada HP di

tangan. Jika diminta untuk memilih, mereka lebih memilih ketinggalan dompet daripada ketinggalan HP-nya. Mereka dengan HP-nya tetap bisa melakukan transaksi keuangan.

Generasi milenial dan generasi Z mendominasi jumlah penduduk Indonesia. Hasil Sensus Penduduk 2020 (dalam Bps.go.id, 21/1/2021) menunjukkan jumlah generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total populasi penduduk di Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia paling dominan kedua berasal dari generasi milenial, yaitu 69,38 juta jiwa atau sebesar 25,87% dari jumlah penduduk Indonesia. Centre for Strategic and International Studies (CSIS) dalam surveinya bertajuk “Pemilih Muda dan Pemilu 2024: Dinamika dan Preferensi Sosial Politik Pascapandemi” memproyeksikan jumlah pemilih muda (generasi milenial dan generasi Z) dalam Pemilu 2024 berada pada proporsi mayoritas, yakni di angka 54% dibanding jumlah pemilih di atas 40 tahun yang berada di angka 46%. Generasi milenial dan generasi Z yang berjumlah besar ini menjadi kekuatan tersendiri pada Pemilu.

Sesuai undang-undang yang berlaku, orang yang berhak menggunakan suaranya adalah masyarakat yang berusia minimal 17 tahun. Undang-Undang No. 23 Tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden Pasal 7 menyatakan, warga negara Republik Indonesia yang pada hari pemungutan suara sudah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin mempunyai hak memilih. Hal senada tertuang dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Dalam UU itu, Pasal 19 ayat (1) disebutkan

bahwa warga negara Indonesia yang pada hari pemungutan suara telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih atau sudah/ pernah kawin mempunyai hak memilih. Dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 68 pun disebutkan, warga negara Republik Indonesia yang pada hari pemungutan suara pemilihan kepala daerah dan wakil kepala daerah sudah berumur 17 (tujuh belas) tahun atau sudah/pernah kawin mempunyai hak memilih. Berdasarkan Undang-Undang itu, pemilih milenial setidaknya lebih dari dua kali memberikan hak suaranya pada Pemilu. Sementara pemilih dari kelompok generasi Z adalah individu-individu yang baru pertama dan kedua kalinya memberikan hak suaranya pada Pemilu.

Generasi milenial dan generasi Z pun menjadi ceruk suara strategis pada Pemilu. Meskipun menjadi penentu, dua kelompok generasi ini menurut CEO Alvara Research Center Hasanuddin Ali cenderung cuek terhadap politik. Di Indonesia hasil survei yang dilakukan Alvara Research Center tahun 2014 menunjukkan Generasi yang lebih muda (generasi Z), 15-24 tahun lebih menyukai topik pembicaraan yang terkait musik/film, olahraga, dan teknologi (Candranegara, Dkk., 2019: 24). Sementara generasi yang berusia 25-34 tahun (generasi milenial) lebih variatif dalam menyukai topik yang mereka perbincangkan, termasuk di dalamnya sosial politik, ekonomi, dan keagamaan (Candranegara, Dkk., 2019: 24).

Temuan Alvara Research Center itu disenada dengan hasil survei nasional Centre For Strategic and International Studies (CSIS) yang dilakukan pada 8-13 Agustus 2022. Survei itu untuk mengetahui bagaimana arah dan preferensi politik generasi milenial dan generasi Z ke depan, termasuk di antaranya partisipasinya

untuk mencalonkan diri dalam pemilu legislatif dan kepala daerah. Animo mereka untuk aktif dalam politik formal seperti mencalonkan diri dalam pemilu legislatif dan kepala daerah hampir 15%. Hal ini berarti partisipasi generasi milenial dan generasi Z menjadi calon pemimpin terbilang masih rendah. Partisipasi politik mereka dalam menyampaikan pendapat secara langsung kepada pejabat publik atau anggota dewan masih dalam survei yang sama juga rendah yaitu 6% dan 2,4% untuk partisipasi politik dalam memberikan donasi uang untuk partai politik.

Ada beragam cara lain yang bisa dilakukan generasi milenial dan generasi Z untuk berpartisipasi dalam bidang politik. Sebagai definisi umum bisa dikatakan bahwa partisipasi politik adalah kegiatan seseorang atau sekelompok orang untuk ikut serta secara aktif dalam kehidupan politik, antara lain dengan jalan memilih pimpinan negara dan, secara langsung atau tidak langsung, memengaruhi kebijakan pemerintah (*public policy*) (Budiardjo, 2017: 367). Kegiatan partisipasi politik menurut Budiardjo ini mencakup tindakan seperti memberikan suara dalam pemilihan umum, menghadiri rapat umum, mengadakan hubungan (*contacting*) atau *lobbying* dengan pejabat pemerintah atau anggota parlemen, menjadi anggota partai atau salah satu gerakan sosial dengan *direct action*-nya dan sebagainya.

Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z dalam menjadi calon pemimpin, menyampaikan pendapat secara langsung kepada pejabat publik atau anggota dewan, dan memberikan donasi uang untuk partai politik memang rendah. Namun, partisipasi politik mereka dalam memberikan suara pada Pemilu tinggi. Hasil survei nasional CSIS yang rilis September 2022 itu menyebutkan bahwa tingkat partisipasi generasi milenial dan generasi Z meningkat dari Pemilu 2014 ke

Pemilu 2019. Hasil survei itu ialah partisipasi pemilih muda untuk memilih pada Pemilu 2014 sebesar 85,9% dan 91,3% pada Pemilu 2019.

Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z dibanding generasi sebelumnya berbeda. Partisipasi politik generasi sebelumnya masih konvensional seperti dengan melakukan aksi demonstrasi di jalan, meski dilakukan dengan jumlah tidak banyak. Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z juga merambah ke media sosial seperti dengan membuat konten untuk mendukung maupun menolak kebijakan pemerintah, membuat petisi online, mengkampanyekan isu tertentu dengan membuat tagar di Twitter, dan lain sebagainya. Sebagai contoh, selain menggelar demonstrasi di depan Gedung DPR RI/ MPR RI pada September 2019 lalu untuk menolak revisi undang-undang KPK dan rancangan undang-undang KUHP, generasi milenial dan generasi Z juga menyuarakannya melalui media sosial. Tagar #ReformasiDikorupsi pun sampai menjadi trending topik di twitter.

Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z sangat penting. Lebih banyak partisipasi politik mereka lebih baik. Tingginya partisipasi politik menunjukkan bahwa mereka mengikuti dan memahami masalah politik serta kenegaraan. Sebaliknya, partisipasi politik yang rendah merupakan pertanda tidak baik. Partisipasi politik yang rendah menunjukkan mereka tidak peduli dengan masalah kenegaraan. Partisipasi politik yang rendah juga menunjukkan bahwa mereka kurang peduli terhadap orang yang akan memimpinya.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z menjadi menarik.

Sebab, partisipasi politik memiliki hubungan dengan media sosial. Douglas Hagar (dalam Ardha, 2014: 105) menegaskan, media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Hal ini tidaklah berlebihan mengingat media sosial mempunyai daya jangkau lebih luas dan jumlah penggunanya yang sangat banyak. Laporan dari We Are Social dan Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia aktif di media sosial pada Januari 2021. Dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial (Kompas.com, 24/2/2021). Hal ini berarti penetrasi pengguna media sosial Indonesia tahun 2021 mencapai sekitar 61,8%. Angka ini meningkat 10 juta atau sekitar 6,3% dibandingkan Januari 2020.

Generasi milenial maupun generasi Z aktif menggunakan media sosial. Hasil survei GlobalWebIndex menyebutkan bahwa media sosial merupakan platform yang paling lama diakses, yakni rata-rata 2,5 jam per hari (Katadata.co.id, 3/2/2021). Survei nasional pun menunjukkan 44% generasi Z mengecek media sosial setidaknya setiap jam, dengan 7% mengecek lebih sering dari lima belas menit (Stillman dan Stillman, 2018: 173).

Partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z tentu tidak berangkat dari ruang hampa. Alan Zuckerman (dalam Perangin dan Zainal, 2018: 738) menjelaskan, lingkungan sekitar individu mempengaruhi apa yang dipercaya dan apa yang akan dilakukan dalam kaitan dengan politik, khususnya preferensi dan perilaku politik. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial. Saat individu berinteraksi, masing-masing individu mempengaruhi apa yang akan dipikirkan, dinilai, dan dilakukan individu lainnya. Saat mengambil

keputusan, mereka mendasarkannya pada berbagai tanda, pengetahuan, nilai dan harapan dari pasangan, orang tua, anak, teman, teman kerja, dan lainnya yang signifikan bagi kehidupan mereka.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah adakah pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui penggunaan media sosial generasi milenial dan generasi Z.
2. Mengetahui partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z.
3. Mengukur pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini secara akademis bisa bermanfaat untuk pengembangan teori dan konsep baru mengenai kajian komunikasi politik, penggunaan media sosial, partisipasi politik, dan pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik generasi milenial dan generasi Z.
2. Penelitian ini secara praktek bisa menjadi referensi bagi para penyelenggara Pemilu untuk meningkatkan partisipasi politik generasi milenial dan

generasi Z baik di ruang maya maupun ruang nyata. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi calon pemimpin dalam menggunakan media sosial untuk merebut hati generasi milenial dan generasi Z.