

Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Generasi Millennial

Nurmi ^{1*}; Herman Dema ²; Muhammad Rais Rahmat R ³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Sidenreng Rappang, Indonesia; nurmi242424@gmail.com; hermandema1010@gmail.com; mraisahmat@gmail.com

*Correspondence : nurmi242424@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi digital dalam meningkatkan partisipasi politik generasi milenial di Kabupaten Sidenreng Rappang. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif. Sumber data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. teknik analisis data penelitian ini ialah reduksi data, penyajian data dan Penarikan Kesimpulan. Maka data yang telah di analisis kemudian diolah menggunakan Nvivo 12 plus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital memiliki pengaruh dalam meningkatkan partisipasi generasi milenial di Kabupaten Sidenreng Rappang. Adapun faktor pendukung dalam meningkatkan partisipasi ialah perangsang politik, situasi atau lingkungan serta pendidikan politik dalam hal ini situasi atau lingkungan menjadi faktor yang memiliki presentase tinggi dari kedua faktor lainnya.

ABSTRACT

The aim of this research is to find out how digital communication can increase the political participation of the millennial generation in Sidenreng Rappang Regency. This research uses a qualitative description method. Data sources were obtained from observations, interviews and documentation. The data analysis techniques for this research are data reduction, data presentation and drawing conclusions. So the data that has been analyzed is then processed using Nvivo 12 plus. The research results show that digital communication has an influence in increasing the participation of the millennial generation in Sidenreng Rappang Regency. The supporting factors in increasing participation are political stimuli, situation or environment and political education, in this case the situation or environment is a factor that has a high percentage of the other two factors.

Kata kunci

Komunikasi, Milenial, Partisipasi, Pemilu, Politik

Keywords

Communication, Elections, Millennials, Participation, Politics

Pendahuluan

Di era digitalisasi saat ini Indonesia mengalami kemajuan teknologi yang sangat cepat. Maka dari itu peran generasi milenial dalam kehidupan politik menjadi sangat penting, dikarenakan generasi inilah tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi. Generasi milenial sendiri memiliki kecenderungan untuk mencari informasi secara aktif dan terlibat dalam isu – isu yang mereka minati. Pada dasarnya pemerintah dan lembaga politik perlu mempertegas peran komunikasi politik dalam membentuk persepsi, keterlibatan dan meningkatkan partisipasi generasi milenial dalam rana politik, komunikasi politik yang efektif dapat memotivasi generasi milenial untuk terlibat secara aktif dan merangsang dialog yang konstruktif untuk mencapai tujuan bersama dalam pembangunan masyarakat dan Negara (Nibrosu Rohid, 2024) .Secara khusus komunikasi politik memiliki keterkaitan dengan tingkat partisipasi generasi milenial dalam proses pemilu 2024 mendatang (Rosidi, 2017). Generasi milenial merupakan kelompok demografis yang memiliki prioritas, karakteristik unik dan memiliki strategi komunikasi yang berbeda dalam memotivasi diri mereka.

Salah satu bagian utama di dalam hubungan komunikasi politik dengan partisipasi politik generasi milenial adalah peran media sosial. Generasi milenial merupakan generasi yang cenderung memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, twitter, tiktok dan lainnya untuk mendapatkan informasi terkait isu – isu yang mereka anggap penting. Maka dari itu pemanfaatan media social sebagai saluran komunikasi politik dapat merangsang minat dan partisipasi generasi milenial itu sendiri(Alfiyani, 2018).Dengan adanya media sosial sebagai wadah menyalurkan komunikasi politik menjadikan generasi milenial khususnya pemilih pemula dalam mendapatkan informasi politik yang akurat.

Hal ini membuat generasi milenial terbantu dalam proses keterlibatan mereka dalam berpartisipasi aktif di dunia politik. Seperti yang di ungkap oleh Anggota Bawaslu Herwyn JH Malonda, sejumlah 204.807.222 pemilih yang tercatat di DPT nasional. Pada saat pemilu serentak 2024 di perkirakan jumlah pemilih pemula mengalami peningkatan yang sangat drastis. Jika dilihat dari pemilu serentak 2019 yang lalu, menurut data yang dikeluarkan oleh KPU pemilih pemula mencapai 70 juta – 80 juta jiwa dari 193 juta pemilih. Maka dari itu 35% - 40% pemilih pemula memiliki pengaruh begitu besar terhadap hasil pemilu dan mempengaruhi kemajuan bangsa. Akan tetapi permasalahan yang kemungkinan terjadi dengan keikutsertaan para pemilih pemula dalam pesta demokrasi yaitu berpeluang menjadi penyumbang golput dalam pemilu 2024(bawaslu.go.id, 2023).

Di Kabupaten Sidenreng Rappang tercatat 54.653 pemilih pemula di tahun 2024(detiksulsel.com, 2023). Melihat dari persentase jumlah pemilih milenial yang cukup tinggi maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah pemilih milenial di Kabupaten Sidenreng Rappang memanfaatkan hak suaranya dengan baik (sebagai pemilih cerdas) atau sekedar menggugurkan kewajiban untuk menggunakan hak

suaranya (golput), atau bahkan pemilih milenial memanfaatkan pesta demokrasi untuk mencari keuntungan contohnya mengambil sogokan dari caleg (*money politic*), tanpa mengetahui bahwa yang dilakukan termasuk pelanggaran besar atau dapat dipidanakan (Naufal & Purwanto, 2022).

Komunikasi memiliki pengaruh penting dalam sistem politik di Indonesia untuk menjalin interaksi antara pemerintah dengan masyarakat khususnya generasi milenial. Dengan adanya komunikasi politik masyarakat khususnya generasi milenial memiliki fasilitas menyuarakan pendapat, memberikan dukungan, menyampaikan aspirasi mereka kepada pemerintah (Kango, 2018). Di era perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pandangan tentang komunikasi politik di mata generasi milenial (Pattiasina, 2015). Dengan perkembangan media sosial generasi milenial mudah untuk mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi, dan berdiskusi secara daring sehingga memberikan warna baru tentang komunikasi politik dalam penyampaian opini dan kebijakan (Supriadi, 2017).

Peran komunikasi politik sangat berpengaruh di setiap tahap proses politik akan tetapi selalu diabaikan oleh aktor politik. Pemerintah selaku komunikator politik tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi mengeluarkan sebuah opini yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat khususnya generasi milenial (Sulaiman, 2013). Keberhasilan di dalam dunia politik seringkali berkaitan dengan kemampuan aktor politik dalam komunikasi mereka (Nuruzzaman, 2018). Komunikasi politik memiliki tujuan untuk menciptakan pemahaman bersama dan menghasilkan dukungan dari masyarakat terhadap kebijakan yang diusung oleh lembaga politik dan pemerintah (Ramadhani, Kustiawan, Nasution, & Azhari, 2022).

Organisasi pemerintah yang memanfaatkan peran komunikasi politik untuk memperkenalkan identitas serta kebijakan – kebijakan yang akan diterapkan kepada masyarakat terkhusus generasi milenial sebagai pelaksana kebijakan (Kawwami & Islamia, 2023). Melalui komunikasi politik masyarakat/generasi milenial dapat menyampaikan aspirasi dan masukan kepada pemerintah sehingga pemerintah dapat memahami kebutuhan dan harapan masyarakat agar kebijakan yang dihasilkan pemerintah lebih responsif terhadap realitas yang dihadapi oleh masyarakat (Zainal & Sarwoprasodjo, 2018).

Menurut Bambang Setiawan yang dikutip oleh (Eko Harry Susanto, 2013) berpendapat, "Komunikasi proses dimana lembaga politik atau kekuatan politik dalam menyampaikan pendapat, sikap serta tingkah laku mereka dengan tujuan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan politik.". Nimmo 2005 yang dikutip oleh (Kamal, Darmawan, & Agustino, 2021) berpendapat bahwa "aktor politik merupakan seseorang yang memiliki kemampuan berbicara seputar politik atau seseorang yang ada di lingkungan politik seperti politikus dan aktivis politik"

Menurut Sutardji yang dikutip oleh (Daulay, 2020) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator komunikasi antara lain: Pemahaman, Kesenangan dan

Tindakan. Sedangkan, Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (2016) yang dikutip oleh (Alvin, 2020) Pemerintahan memiliki PR pada pengelolaan informasi dan komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan dukungan terhadap program dan kebijakan yang dibuat oleh pemerintahan. Menurut Theocharis dan Jungherr (2021) yang dikutip oleh (Triwicaksono & Nugroho, 2021) Mendeskripsikan bahwa komunikasi politik memiliki rumusan berbentuk komunikasi yang di arahkan agar mencapai suatu pengaruh sehingga apa yang dibicarakan mengenai kegiatan di lingkup komunikasi semua warga melalui suatu sanksi yang telah ditentukan bersama oleh lembaga-lembaga politik. Keikutsertaan generasi milenial dalam partisipasi aktif yang akan diselenggarakan pada pemilu 2024 sebagai wadah untuk menentukan pemimpin yang akan memimpin 5 tahun kedepan. Maka dari itu pentingnya pemilihan umum tidak hanya terletak pada proses penentuan pemimpin akan tetapi berfokus pada prinsip dasar bahwa kekuasaan berasal dari rakyat itu sendiri (Ridha Iswardhana, Zakinah, Ardyah Maharani, Grace Tayan, & Nuraini, 2023).

Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki ciri khas dalam memanfaatkan teknologi dan informasi. Generasi milenial mampu menggunakan platform digital dan media sosial sebagai wadah untuk menyuarakan pandangan politik serta dukungan (Munandar & Suherman, 2016) (Munandar & Suherman, 2016) (Munandar & Suherman, 2016) (Munandar & Suherman, 2016). Ini dapat dibuktikan dengan partisipasi generasi milenial bukan hanya bentuk kewajiban demokrasi akan tetapi upaya aktif generasi milenial dalam menata bentuk arah politik yang lebih baik. Di dalam salah satu teori partisipasi politik menjelaskan bahwa efikasi politik menggambarkan kepercayaan seseorang terhadap perannya dalam proses politik dan dampak pada perubahan sosial dan politik (Khakim, 2023). Efikasi internal ini memiliki pengaruh yang tinggi pada generasi milenial dimana mereka merasa memiliki kendali penuh atas partisipasinya dalam proses politik. Maka dari itu pentingnya efikasi internal di kalangan generasi milenial fokus kepada peran penting pendidikan politik dan penyampaian informasi yang akurat dalam mendukung pemahaman mereka terhadap isu – isu politik yang banyak beredar saat ini (Laksmitha & Susanto, 2019).

Generasi milenial salah satu generasi yang memiliki peluang besar ikut berpartisipasi secara aktif dalam dunia politik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang dapat di akses dengan mudah (Nia Sofiyatul Millah, 2021). Perkembangan sosial media saat ini salah satu contoh perkembangan teknologi digital dikarenakan perkembangan media sosial di kalangan generasi milenial dimanfaatkan untuk menyampaikan aspirasinya, pandangannya, dukungan terhadap isu – isu politik yang saat ini menggunakan media sosial masing – masing (Pratama, Juwandi, & Bahrudin, 2022). Pendidikan politik merupakan suatu upaya yang dilakukan lembaga penyelenggara untuk memberikan pemahaman terkait pemilu khususnya generasi milenial yang pertama kali memilih.

Dengan diselenggarakannya pendidikan politik secara non formal membuat generasi milenial memiliki kesempatan untuk memahami hak dan kewajiban sebagai pemilih (Siregar, 2023). Menurut Maran yang dikutip oleh (Suharyanto, 2016) menyatakan bahwa: Partisipasi politik merupakan usaha warga Negara ikut serta dalam pemilihan pemimpin dan mempengaruhi bentuk serta jalannya suatu kebijakan umum. Hal tersebut dilakukan atas kesadaran akan tanggung jawab atas hak untuk memilih.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas aspek-aspek yang berbeda dari partisipasi politik generasi muda. Putra, (2020) fokus pada strategi komunikasi partai politik baru dalam meningkatkan partisipasi politik pemilih pemula di Parepare. Wibawa et al. (2020) mengkaji tingkat dan pola partisipasi politik pemilih pemula di Yogyakarta melalui aplikasi Instagram. Juditha & Darmawan (2018) meneliti pengaruh media digital terhadap partisipasi politik generasi milenial, yang hidup di era informasi terbuka dan menghadapi berbagai krisis global. Wijaya (2023) membahas peran pemilih pemula di era digital dan dampaknya terhadap kualitas pemilu. Sementara itu, Dila Novita (2020) menyoroti strategi komunikasi dan sosialisasi Komisi Pemilihan Umum pada Pemilu 2019, dengan fokus pada peningkatan partisipasi pemilih milenial. Setiap penelitian ini memiliki fokus yang unik dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas tentang dinamika partisipasi politik generasi muda.

Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan informan sebanyak 11 (sebelas) orang. Penetapan informan pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, penggunaan purposive sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian berdasarkan kategori partisipan yang sesuai dengan yang diinginkan peneliti untuk kepentingan penelitian, dengan menggunakan metode purposive sampling peneliti harus menentukan dan memilih informan yang dianggapnya mengetahui dan memahami fokus terkait fenomena yang diteliti. Adapun kriteria yang dimaksud adalah pemilih pemula atau yang berumur 17- 21 tahun di bulan februari 2024. Data yang diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan metode observasi, wawancara sementara itu data sekunder di peroleh dengan studi dokumen. Data yang di peroleh kemudian diolah menggunakan aplikasi Nvivo 12 Plus.

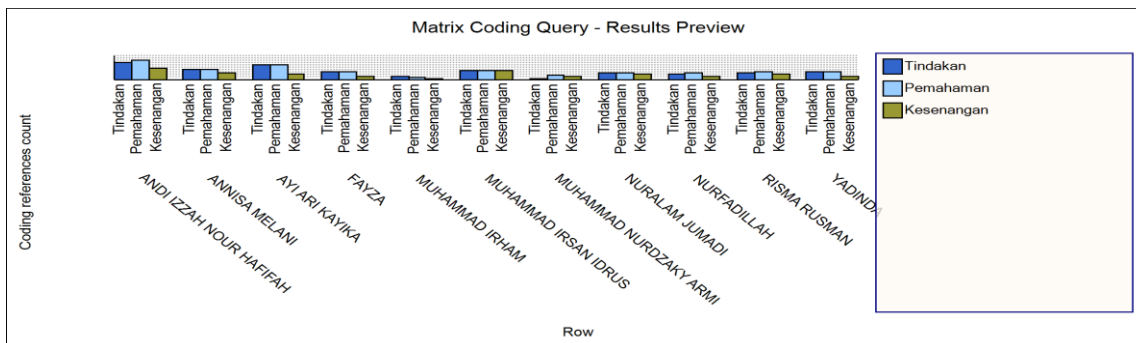
Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Komunikasi

Hasil analisis komunikasi untuk pemilih pemula, terlihat bawa pemahaman merupakan indikator dominan yang mendominasi kedua indikator lainnya. Beda halnya dengan kasus Muhammad Irham di mana tindakan yang menjadi indikator dominan dengan persentase tertinggi. Sementara itu, kesenangan menjadi indikator

dengan persentase rendah dalam semua kasus. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kesenangan bukanlah prioritas utama bagi pemilih pemula dalam proses komunikasi mereka.

Gambar 1 : Visualisasi Diagram Informan, komunikasi



Sumber : Nvivo 12 plus

Secara umum indikator pemahaman yang menunjukkan bahwa pemilih pemula cenderung lebih fokus pada pemahaman terhadap isu – isu politik dari pada kesenangan atau tindakan. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kesenangan mungkin memiliki dampak yang lebih kecil dalam pengambilan keputusan politik pemilih pemula.

Gambar 2. Diagram Validasi Indikator, Komunikasi



Sumber : Olahan Penulis (2023)

1. Pemahaman

Kemampuan merupakan keahlian seseorang dalam memahami pesan secara cermat yang diungkapkan komunikator. Tujuan komunikasi ialah adanya *feedback* antara komunikator dan komunikan agar tercipta pemahaman bersama dan memahami fungsi masing – masing. Berikut inti dari indikator pemahaman yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, kemampuan komunikasi sangat dibutuhkan oleh bakal calon dalam menyampaikan visi misi, gagasan dan argument. Kemampuan berkomunikasi pada calon pemimpin mempengaruhi tingkat pemahaman pemilih pemula sehingga merubah persepsi pemilih.

Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Fauzi, 2018) Dengan adanya media sosial yang menjadi wadah penyebaran informasi maka pemahaman mengenai politik serta isu – isu politik menjadi lebih mudah untuk diakses oleh seluruh pengguna media sosial saat ini. Pada situasi saat ini media sosial bukan hanya untuk berkomunikasi di dunia luar dapat pula digunakan sebagai media untuk berkampanye pada saat mendekati pemilu.

2. Kesenangan

Pada dasarnya proses komunikasi merupakan penyampaian informasi. Komunikasi dapat menciptakan suasana yang santai serta menyenangkan antara dua belah pihak. Komunikasi memiliki sifat yang fleksibel maka dari itu memerlukan suasana yang santai serta menyenangkan agar informasi yang disampaikan mudah dipahami. Berikut inti dari indikator kesenangan yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, ketertarikan generasi milenial khususnya pemilih pemula yang ikut serta dalam berpartisipasi guna ikut serta dalam pemilihan presiden dan wakil presiden untuk memimpin Negara kita selama lima tahun kedepan. Mencari tahu strategi apa yang digunakan para paslon untuk memenangkan pesta demokrasi nantinya. Dan yang paling utama yaitu tahun ini merupakan kesempatan pertama kali untuk ikut berpartisipasi aktif dalam pemilu.

Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Suhendro, Zakiatuzzahrah, & Sofiaty, 2022) ketertarikan seorang pemilih dalam keikutsertaan dalam partisipasi politik/ pemilu tergantung strategi apa yang digunakan calon untuk menarik suara pemilih.

3. Tindakan

Komunikasi efektif terjadi apabila kedua belah pihak setelah terjadinya komunikasi atau pertukaran informasi setelah itu melakukan perubahan atau tindakan yang positif. Berikut inti dari indikator tindakan yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, pada dasarnya generasi milenial khususnya pemilih pemulah belum mengetahui yang mana calon pemimpin yang dapat dipilih akan tetapi pemilih pemulah memiliki kemampuan kritis dalam mencerna hasil debat yang telah dilakukan. Maka dari itu untuk para paslon dalam penyampaian narasi, argument dan visi misi. karna apa yang paslon sampaikan dapat merubah persepsi pemilih milenial.

Hal ini sejalan yang pernah diungkapkan oleh Sugihartono, dkk 2007 yang dikutip oleh (Jayanti & Arista, 2019) Pendeskripsian manusia tergantung dari sudut pandang yang mana mereka liat. Manusia dapat mendeskripsikan suatu hal tersebut baik ketika ia melihat dari sisi baiknya begitu pun sebaliknya suatu hal yang buruk maka seseorang melihatnya dari sudut pandang yang buruk pula. Maka dari itu baik buruknya komunikasi sangat mempengaruhi tindakan manusia.

4. Kualitas Debat politik

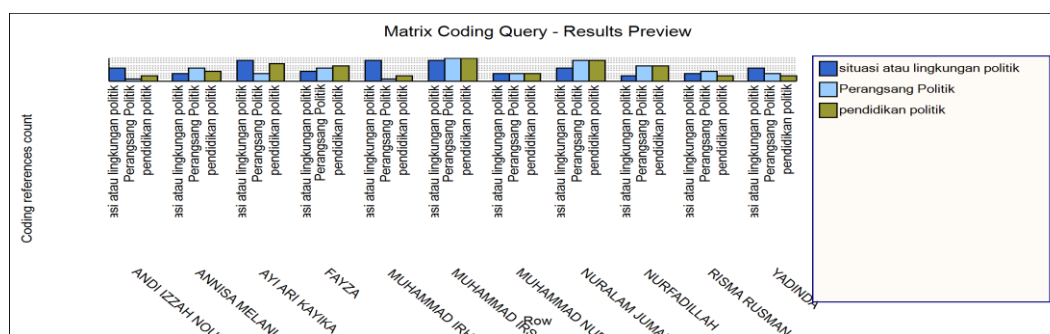
Selain ketiga indikator komunikasi politik di atas peneliti juga menemukan adanya indikator lain untuk meningkatkan partisipasi generasi milenial yaitu

kualitas debat politik. Kualitas debat politik menggambarkan sejauh mana sebuah diskusi atau perdebatan politik mencapai standar yang tinggi. Kualitas debat politik dapat dilihat dengan adanya keadilan, dan dampak pemahaman masyarakat. Debat politik salah satu sarana yang di fasilitasi oleh lembaga penyelenggara pemilu guna untuk capres dan cawapres untuk memaparkan visi misi dan argument untuk menarik perhatian calon pemilih. Berikut inti dari indikator kualitas debat politik yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, dengan adanya debat politik yang disiarkan melalui televisi dan media sosial generasi milenial khususnya pemilih pemula dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan capres dan cawapres. Dengan adanya debat politik generasi milenial memiliki cara tersendiri dalam menentukan mana calon yang memiliki visi misi sesuai yang dibutuhkan masyarakat. Maka dari itu kualitas debat jalan untuk berkomunikasi menyampaikan gagasan politik untuk menarik partisipasi masyarakat khususnya generasi milenial.

B. Hasil Faktor Pendukung Partisipasi Politik

Untuk mengetahui faktor pendukung partisipasi politik dapat dilihat dari analisis faktor pendukung Menurut Milbrath (Maran, 2007) yang dikutip oleh (Pangky Febriantanto, 2019) mengungkapkan ada tiga faktor pendukung partisipasi politik antara lain : Perangsang politik, Situasi atau lingkungan politik, Pendidikan politik.. Dan setelah penelitian peneliti menemukan indikator lain yaitu fasilitas partisipasi politik

Gambar 3.: Diagram Validasi Informan, faktor pendukung Partisipasi politik



Sumber : Nvivo 12 plus

Hasil analisis faktor pendukung partisipasi politik menunjukkan bahwa situasi atau lingkungan politik merupakan indikator dominan yang mendominasi kedua indikator lainnya. Namun terdapat perbedaan dalam kasus Muhammad Irsan Idrus, Fayza dan Muhammad Nurdzaky Armi, dimana pendidikan politik yang menjadi indikator dominan dengan persentase tinggi. Sedangkan perangsang politik menjadi indikator dengan persentase rendah di beberapa kasus. Hal ini menunjukkan bahwa perangsang politik bukanlah prioritas utama dalam keikutsertaan pemilih pemula dalam berpartisipasi.

Secara umum faktor pendukung partisipasi politik menunjukkan bahwa situasi atau lingkungan sangat mempengaruhi tingkat partisipasi pemilih pemula. Hal ini menunjukkan bahwa perangsang politik memiliki dampak yang lebih kecil dalam meningkatkan partisipasi pemilih pemula.

Gambar 4. Diagram Validasi Indikator, Faktor Pendukung Partisipasi Politik



Sumber : Olahan Penulis (2023)

1. Perangsang Politik

Perangsang politik merupakan dorongan agar seorang pemilih ikut serta berpartisipasi di dunia politik. Artinya, memberikan motivasi kepada seseorang agar bersedia ikut serta berpartisipasi di dunia politik dan menerima perangsang politik. Dalam hal mempengaruhi perangsang politik di dukung oleh beberapa faktor yaitu, diskusi politik secara formal atau informal, dan pengaruh media massa Berikut ini dari faktor pendukung partisipasi politik yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, generasi milenial khususnya pemilih pemula mendapatkan motivasi setelah melihat debat – debat politik atau opini yang diungkapkan oleh pengguna media sosial. Maka dari generasi milenial mendapat motivasi bahwa hak suaranya lah yang dapat merubah Indonesia lima sampai sepuluh tahun kedepan.

Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Firdha Rezki Dwitya Anggiri Rifa'i, 2020) motivasi politik merupakan upaya yang diberikan pihak penyelenggara guna membantu meningkatkan keterlibatan generasi milenial lingkungan politik khususnya pada pemilihan umum (pemilu). Bukan hanya itu motivasi politik juga membantu pemilih pemula untuk memahami isu- isu politik yang banyak beredar di media sosial.

2. Faktor Situasi Atau Lingkungan Politik

Situasi lingkungan yang baik dan kondusif seorang pemilih dapat mempengaruhi keikutsertaan masyarakat dalam berpartisipasi dalam aktivitas politik. Masyarakat yang tinggal di lingkungan politik yang memiliki pemimpin demokrasi maka masyarakat yang ada di lingkungan tersebut merasa lebih nyaman dan bebas untuk ikut terlibat di dalam kegiatan politik dari pada lingkungan politik yang memiliki pemimpin yang otoriter. Lingkungan politik yang sering terdapat aktivitas yang brutal dan penuh kekerasan dengan sendirinya mengurangi rasa

kepercayaan masyarakat kepada pemerintah daerah tersebut. . Berikut inti dari faktor pendukung partisipasi politik yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, Situasi atau lingkungan politik begitu berpengaruh dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah dan dapat meningkatkan partisipasi politik masyarakat khususnya generasi milenial. Lingkungan atau situasi politik yang kurang baik di suatu daerah entah dari sarana prasarana yang telah dijanjikan, kurangnya keterlibatan pemerintah daerah dalam penyampaian aspirasi masyarakat terkait isu politik yang sedang dibahas membuat generasi milenial yang sedang berada di bangku perkuliahan sebagai penyalur aspirasi. Dengan begitu generasi milenial melakukan aksi demokrasi. Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Firdha Rezki Dwitya Anggiriani Rifai, 2020) situasi atau Lingkungan politik membantu masyarakat khususnya generasi milenial untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat serta keikutsertaan masyarakat untuk berpartisipasi.

3. Pendidikan Politik

Pendidikan politik ialah upaya pemberian pendidikan terkait isu isu politik menjelang pemilu yang terkadang diselenggarakan oleh lembaga terkait, agar masyarakat khususnya pemilih pemulah memiliki kesadaran politik dan terlibat dalam berpartisipasi. Berikut inti dari faktor pendukung partisipasi politik yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, pendidikan politik yang dilakukan oleh lembaga terkait (KPU) dengan adanya sosialisasi yang mengangkat tema seputar pemilihan umum dapat merubah persepsi pemilih pemulah mengenai pemilihan umum. dengan adanya pendidikan politik pemilih pemula dapat mengetahui terkait isu – isu politik yang banyak beredar ketika mendekati pemilu serta tata cara untuk tidak mudah terpengaruh terhadap isu politik yang beredar.

Sebagaimana yang pernah diungkapkan oleh (Firdha Rezki Dwitya Anggiriani Rifai, 2020) Pendidikan politik pada rakyat Indonesia serta generasi muda sangatlah penting untuk diberikan sejak awal agar rakyat tidak hanya menjadi objek politik tetapi dapat berperan sebagai subjek politik. Dengan adanya pendidikan politik yang diselenggarakan oleh lembaga/instansi terkait diharapkan generasi milenial menjadi "*melek politik*" agar generasi millennial dapat berpartisipasi aktif karena sadar akan hak dan kewajibannya sebagai warga Negara setara kritis dalam mempercayai isu – isu politik.

4. Fasilitas Partisipasi Politik

Selain faktor pendukung partisipasi politik di atas peneliti juga menemukan adanya faktor pendukung lain untuk meningkatkan partisipasi generasi milenial yaitu, fasilitas partisipasi politik yang dimaksud ialah adanya hak untuk menentukan pemimpin, kebebasan berbicara, berkumpul dan berdiskusi. Berikut inti dari faktor pendukung partisipasi politik yang peneliti rangkum dari hasil wawancara informan yaitu, Dengan adanya ruang untuk berkumpul dan berdiskusi generasi milenial akan bebas berbicara menyampaikan opini terkait isu politik tanpa

takut referensi agar teman sebaya dapat ikut serta dalam berpartisipasi aktif. Kemampuan berbicara yang dimiliki generasi milenial di suatu kelompok perkumpulan dapat mempengaruhi persepsi teman – temannya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dari itu peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut: bahwa pemahaman menjadi indikator yang paling dominan dalam meningkatkan partisipasi politik generasi millennial, diikuti oleh tindakan, dan kesenangan yang memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa generasi millennial, khususnya pemilih pemula, cenderung lebih memperhatikan pemahaman terhadap isu politik. Meskipun demikian, tindakan juga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi pemilih, terutama dalam mencerna hasil debat dan merespons narasi serta argumentasi dari calon pemimpin. Adapun faktor pendukung partisipasi politik yang dominan adalah situasi atau lingkungan politik, diikuti oleh pendidikan politik, dan perangsang politik memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah. Ini menunjukkan bahwa lingkungan politik yang kondusif dan pendidikan politik yang baik memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi politik generasi millennial. Namun perlu dicatat bahwa ada beberapa keterbatasan dalam studi ini, seperti fokus pada pemilih pemula dan kurangnya analisis mendalam terhadap faktor yang mungkin memengaruhi partisipasi politik.

Referensi

- A. Zaini Bisri. (2012). Partisipasi politik dalam keterbukaan informasi publik. *Politika*, 3(1), 5–6.
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22(1). <https://doi.org/10.30984/pp.v22i1.762>
- Alvin, S. (2020). Strategi Komunikasi Politik Juru Bicara Wakil Presiden 2014-2019 sebagai Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 43–62. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i1.6031>
- bawaslu.go.id. (2023). Jadi Pemilih Paling Dominan, Bawaslu Ajak Generasi Muda Berpartisipasi Aktif di Pemilu 2024.
- Daulay, R. (2020). Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pegawai Kantor Kec. Matraman Jakarta Timur). *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, (2004), 6–25.
- detiksulsel.com. (2023). KPU Sidrap Tetapkan DPS Pemilu 2024 Capai 232.163 Pemilih.
- Dila Novita, A. F. (2020). Peningkatan Partisipasi Pemilih Milenial: Strategi Komunikasi Dan Sosialisasi Komisi Pemilihan Umum Pada Pemilu 201. *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa Dan Budaya*, 7(2), 56–84.
- Eko Harry Susanto. (2013). Dinamika Komunikasi Politik Dalam Pemilihan Umum.

- Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(2), 163–172. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol1n2.6>
- Fadli, M., Bailusy, M. K., Nas, J., & Zulfikar, A. (2018). Keterlibatan elit lokal dalam peningkatan partisipasi politik pada pemilihan bupati dan wakil bupati Kabupaten Toraja Utara Tahun 2015. *Aristo*, 6(2), 301–328.
- Fauzi. (2018). Komunikasi Politik Calon Legislatif dalam Memengaruhi Partisipasi Politik Masyarakat di Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 63–78.
- Firdha Rezki Dwitya Anggiriani Rifai. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DALAM PEMILIHAN KEPALA DAERAH SERENTAK TAHUN 2020 (STUDI KASUS DI KECAMATAN PALU SELATAN KOTA PALU PROVINSI SULAWESI. *Corporate Governance (Bingley)*, 10(1), 54–75.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>
- Juditha, C., & Darmawan, J. J. (2018). PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN PARTISIPASI POLITIK GENERASI MILENIAL. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 22(2), 94–109. <https://doi.org/10.33299/jpkop.22.2.1628>
- Kamal, A. M., Darmawan, W. B., & Agustino, L. (2021). Strategi Komunikasi Politik PKS Jawa Barat Dalam Meningkatkan Perolehan Suara pada Pemilu 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1184–1192. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.519>
- Kango, A. (2018). Marketing Politik dalam Komunikasi Politik. *Marketing Politik Dalam Komunikasi Politik*, 11(1), 52–65.
- Kawwami, A. M., & Islamia, P. (2023). Strategi Komunikasi Politik Kepala Desa dalam Mewujudkan Good Governance. *Jurnal Prodi Ilmu Politik*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.19109/jsipol.v2i1.15963>
- Khakim, M. S. (2023). Partisipasi Politik Generasi Muda pada Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 04(1), 47134.
- Laksmitha, N., & Susanto, E. H. (2019). Partisipasi Politik Generasi Milenial di Instagram dalam Pemilu 2019. *Koneksi*, 3(1), 250. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6218>
- Matdoan, U. A. (2015). Pengaruh Partisipasi Politik Masyarakat Terhadap Peningkatan Perolehan Suara Masing-Masing Partai Politik Di Kecamatan Kei Kecil Timur Kabupaten Maluku Tenggara Dalam Pemilihan Umum Tahun 2014. *Biosel: Biology Science and Education*, 4(2), 111. <https://doi.org/10.33477/bs.v4i2.543>
- Munandar, H., & Suherman, M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media sosial. *Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(1), 423–430.
- Naufal, M. I., & Purwanto, E. (2022). DAMPAK LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN KEBERLANJUTAN UMKM (Studi Kasus Industri

- F&B Kecamatan Sumbersari Jember). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209–215.
- Nia Sofiyatul Millah, D. A. D. (2021). Skpp Bawaslu Sebagai Sarana Pendidikan Politik Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Politik Warga Negara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 355–363. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i2.1583>
- Nibrosu Rohid, E. W. W. A. W. (2024). *PERENCANAAN KOMUNIKASI POLITIK PENYELENGGARA*. 7(1), 31–38.
- Nuruzzaman, M. (2018). PESAN KOMUNIKASI POLITIK PERSIS DALAM PEMILU TAHUN 2014. *TERORISME DAN MEDIA SOSIAL SISI GELAP BERKEMBANGNYA TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI Mohammad*, 3(8), 27–38.
- Pangky Febriantanto. (2019). Analisis Faktor Determinan Peningkatan Partisipasi Politik Penyandang Disabilitas pada Pilkada Kota Yogyakarta 2017. *Jurnal PolGov*, 1(1), 157. <https://doi.org/10.22146/polgov.v1i1.48859>
- Pattiasina, H. Y. (2015). *STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK PDI PERJUANGAN KABUPATEN MALUKU TENGAH PADA PEMILU 2014 POLITICAL COMMUNICATION STRATEGY PDI PERJUANGAN IN ELECTION CENTRAL DISTRICT MALUKU 2014*.
- Pratama, A. F., Juwandi, R., & Bahrudin, F. A. (2022). Pengaruh Literasi Politik dan Informasi Hoax terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa. *Journal of Civic Education*, 5(1), 11–24. <https://doi.org/10.24036/jce.v5i1.662>
- Putra, A. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Partai Politik Baru Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Pemilih Pemula (Studi Kasus Dpd Partai Solidaritas Indonesia Kota Parepare). *Jurnal Analisis Partai Politik*, 26(1), 43–76.
- Ramadhani, S., Kustiawan, W., Nasution, J. H., & Azhari, M. I. (2022). Strategi Lobi Dan Negosiasi Dalam Proses Komunikasi Politik. *An Nadwah*, 28(1), 89–95. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v28i1.12255>
- Ridha Iswardhana, M., Zakinah, U., Ardyah Maharani, G., Grace Tayan, W., & Nuraini, A. (2023). Kampanye Gunakan Hak Suara dan Jangan Golput pada Pemilu 2024 Untuk Generasi Muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 117–122. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.2014>
- Rosidi, R. (2017). Strategi Komunikasi politik dan Budaya Transparansi Partai Politik. *Jurnal Politik Pemerintahan, Majalah Ilmiah Program Studi Ilmu Politik*, 2(1), 78–100. <https://doi.org/10.55745/jpp.v2i1.15>
- Siregar, A. N. (2023). Pendidikan Politik Sebagai Wujud Peningkatan Partisipasi dan Kesadaran Kaum Milenial dalam Pemilu Serentak 2024. *Jurnal Generasi Ceria Indonesia*, 1(2), 103–108. <https://doi.org/10.47709/geci.v1i2.3180>
- Suharyanto, A. (2016). Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik : Public Administration Journal*, 6(2), 123. <https://doi.org/10.31289/jap.v6i2.1051>
- Suhendro, P. P., Zakiatuzzahrah, Z., & Sofiaty, D. R. (2022). Pengaruh Komunikasi Efektif Terhadap Kinerja Karyawan CV Centrum Teknik Diesel Jakarta.

- GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.30998/g.v2i2.1454>
- Sulaiman, A. I. (2013). Komunikasi Politik Dalam Demokratisasi. *Balai Pengkajian Dan Pengembangan Komunikasi Dan Informatika*, 11, 119–132.
- Supriadi, Y. (2017). Komunikasi Politik DPRD Dalam Meningkatkan Peran Legislasi di Kota Bandung. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 10(1), 25–36. <https://doi.org/10.29313/mediator.v10i1.2119>
- Syarif, M. A. (2016). Pengaruh Sosialisasi Politik dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Partisipasi Politik Pada Pemilihan Walikota 2015 di Kelurahan Air Putih Kota Samarinda. *E-Journal Pemerintahan Integratif*, 4(4), 547–561.
- Triwicaksono, Y. D. B. B., & Nugroho, A. (2021). Strategi Komunikasi Politik Pemenangan Kepala Daerah. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.2037>
- Wijaya, D. (2023). Menakar Peran Pemilih Pemula di Era Digital: Berkah atau Bencana Menuju Pemilu Berkualitas. *Jan Maha*, 5(6), 657–668.
- Zainal, A. G., & Sarwoprasodjo, S. (2018). Strategi Komunikasi Politik Pemerintahan Daerah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pedesaan (Studi Program “Bupati Ronda” di Kabupaten Lampung Tengah). *Journal Of Communication Studies*, 3(1), 54–66.