

CONVERGENCE: JOURNAL OF GLOBAL DYNAMICS

Program Studi Hubungan Internasional, UIN Alauddin Makassar

ISSN: 3109 –4228 (Print) | e-ISSN: 3109 –4198 (Online)

BUDAYA POLITIK GENERASI MILENIAL: IDEOLOGIS ATAU APATIS?

Jerry Indrawan

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia. Email: jerry.indrawan@upnvj.ac.id

Abstract

The millennial generation, also known as generations Y and Z, is a group that is highly taken into account in modern political contestation. This generation is believed to be able to determine the outcome of a general election because they are in the majority. However, the potential for the millennial generation not to want to be involved in politics, let alone vote in elections, is also large. This is because they have high exposure to information technology, but do not have adequate political literacy. As a result, they do not have an ideological political culture, which is based on Pancasila, for the benefit of the nation and state. Thus, this generation's tendency to become apathetic is high. Through qualitative research methods, the author will discuss whether the millennial generation really has no interest in politics or can be said to be apathetic or whether they actually still have an ideological political culture. Data collection was carried out secondary through literature studies using books, scientific journals and online news sites.

Keywords: Millenial Generation; Political Culture; Ideology; Apathetic.

Abstrak

Generasi milenial atau disebut juga generasi Y dan Z menjadi kelompok yang sangat diperhitungkan dalam kontestasi politik modern. Generasi ini diyakini bisa menentukan hasil dari sebuah pemilihan umum karena jumlah mereka yang mayoritas. Namun demikian, potensi generasi milenial untuk tidak ingin terlibat dalam politik, apalagi memilih dalam Pemilu, juga besar. Hal ini karena eksposur mereka yang tinggi terhadap teknologi informasi, tetapi tidak

memiliki literasi politik yang memadai. Alhasil, mereka tidak memiliki budaya politik yang bersifat ideologis, yang berdasarkan pada Pancasila, untuk kepentingan bangsa dan negara. Dengan demikian, kecenderungan generasi ini menjadi apatis pun tinggi. Melalui metode penelitian kualitatif, penulis akan membahas apakah generasi milenial memang tidak memiliki minat pada politik atau bisa dikatakan apatis atau mereka sebenarnya masih memiliki budaya politik ideologis. Pengumpulan data dilakukan secara sekunder melalui studi literatur menggunakan buku, jurnal ilmiah, dan situs berita daring.

Kata Kunci: Generasi Milenial; Budaya Politik; Ideologis; Apatis.

PENDAHULUAN

Dalam konteks politik modern, partisipasi generasi milenial menjadi diskursus yang semakin menarik dan relevan. Generasi pada usia milenial berpotensi besar membentuk masa depan politik di negeri ini, serta perkembangan politik di era modern. Fakta ini menjadi esensial bagi kita untuk memahami budaya politik mereka dalam konteks demokrasi, agar semakin mengerti dan memahami generasi pemilih muda tersebut dalam berpolitik.

Milenial, atau dikenal pula dengan istilah generasi Y dan Z, adalah kelompok demografi yang muncul setelah generasi X. Generasi milenial tidak memiliki batas waktu yang pasti untuk awal serta akhir dari era generasi ini. Namun umumnya para ahli menggunakan batas waktu mulai awal tahun 1980-an hingga awal tahun 2000-an untuk mengelompokan generasi milenial. Generasi yang bisa kita kategorikan berumur antara 18 hingga 35 tahun, sehingga sudah bisa memilih dalam Pemilihan Umum (Pemilu). Beberapa tahun terakhir ini, khususnya sejak Pemilu 2019, generasi milenial diprediksi memberikan kontribusi signifikan dalam pembangunan negara, termasuk membentuk arah perubahan politik masa depan. Oleh karena itu, budaya politik mereka perlu dipelajari secara lebih seksama apakah bersifat ideologis atau apatis.

Generasi milenial adalah generasi gadget, artinya dalam kehidupan mereka selalu bersinggungan dengan peralatan teknologi informasi. Seolah-olah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka karena sangat bergantung terhadapnya, khususnya dalam memperoleh informasi. Sebuah fenomena yang Naisbitt katakan sebagai global atau *pop culture*, yang muncul atas dampak dari tidak terbendungnya arus globalisasi. Sistem sosial-ekonomi-politik dan budaya semakin mendunia sehingga dunia menjadi tanpa batas (*borderless*). Dalam konteks politik juga dipahami sebagai bentuk penyeragaman, dominasi, bahkan hegemoni negara-negara maju (Naisbitt, 2002).

Budaya globalisasi ini tentu membutuhkan media perantara. Dalam hal ini, media itu adalah internet. Internet menjadi sumber utama untuk belajar tentang apa yang sedang terjadi di dunia seperti untuk hiburan, bergembira, relaksasi, untuk melupakan masalah, menghilangkan kesepian, untuk mengisi waktu sebagai kebiasaan, melakukan sesuatu dengan teman atau keluarga, serta mendapatkan berita atau informasi terkini. Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari internet, terutama dalam proses komunikasi dan penggalian informasi bagi generasi milenial (Severin, et. al., 2005).

Kebiasaan menggunakan internet dalam mencari informasi bagi generasi milenial akan menentukan budaya politik mereka, apakah ideologis atau apatis. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi informasi menjadi variabel penting dalam menentukan partisipasi, sampai pada pilihan politik mereka. Itu sebabnya generasi milenial dan gen Z memiliki pengaruhnya sendiri terhadap Pemilu. Selain dari jumlah mereka yang banyak, generasi mereka hidup di era informasi dimana segala sesuatunya menggunakan internet. Selain itu, perubahan-perubahan yang sedang terjadi di dunia politik memerlukan waktu lama untuk memahami bidang-bidang tersebut agar dapat menembus tirani yang dibangun terutama oleh kepentingan elemen-elemen politik yang mengontrol aktivitas politik (Wempie & Akmaluddin, 2022).

Satu variabel tambahan yang penulis ingin bahas adalah Pancasila sebagai dasar dari budaya politik bangsa dapat membantu analisis penulis tentang budaya politik generasi milenial. Untuk itu, artikel ini meneliti tentang bagaimana budaya politik generasi milenial saat ini. Apakah budaya politik bersifat ideologis karena dipengaruhi oleh Pancasila, sekalipun dasar pencarian informasinya tetap melalui internet, atau dasar ideologis sudah tidak lagi berpengaruh terhadap partisipasi politik generasi milenial karena masifnya pengaruh budaya global yang membuat mereka apatis.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Walter A. Rosenbaum, budaya politik dapat didefinisikan dalam dua cara. Pertama, jika terkonsentrasi pada individu, budaya politik merupakan faktor psikologis. Artinya, adalah bagaimana cara-cara seseorang melihat sistem politik, apa yang ia rasakan dan pikir tentang simbol, lembaga, dan aturan yang ada dalam tatanan politik, serta bagaimana pula ia meresponnya. Kedua, budaya politik merujuk pada orientasi kolektif rakyat terhadap elemen-elemen dasar dalam sistem politiknya. Hal inilah yang disebut dengan pendekatan sistem (Rosenbaum, 1975).

Almond & Verba selanjutnya mengklasifikasikan tiga tipe budaya politik yaitu budaya

politik partisipan, budaya politik subjek dan budaya politik parokial. Budaya politik partisipan merupakan budaya yang intens dan aktif dalam kegiatan politik, seperti mengikuti pemilihan (voting) dan memiliki informasi politik yang memadai. Budaya politik masyarakat yang bersifat partisipan diorientasikan secara nyata dalam semua elemen, proses, sistem, struktur politik, dan birokrasi. Kedua, budaya politik subjek, yang memiliki ciri-ciri masyarakat bersikap patuh, namun pasif, kepada pejabat pemerintah dan aturan. Budaya politik subjek ini akan tetapi tidak berpartisipasi dalam kegiatan politik ataupun memilih dalam Pemilu. Ketiga, budaya politik parokial, yang dicirikan bahwa masyarakat sama sekali tidak sadar atau menegaskan adanya pemerintahan dan sistem politik. Masyarakat mengalami proses apriori terhadap persoalan politik, serta pada level yang paling ekstrim masyarakat bisa menjadi menjadi apatis (Mas'oed & MacAndreas, 2000).

Pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap politik dan proses terkait tidak dapat dipisahkan dari lingkungan tempat mereka tinggal dan melakukan kegiatan sosialisasi dengan rutin. Dalam konteks Indonesia, budaya politik merupakan sebuah realitas yang dianggap paling kuat dan mendasar dari sistem politik (Gatara & Said, 2007). Selain itu, budaya masyarakat Indonesia, khususnya budaya antargenerasi, bersifat heterogen dan kompleks, di mana fragmentasinya menciptakan heterogenitas etnis dan budaya. Sehingga menjadikan Indonesia, sebagai negara paling beragam di dunia dengan bahasa yang beragam pula (Lukas, 2002).

Untuk menjelaskan keberadaan budaya politik dalam suatu negara secara keseluruhan atau suatu kesatuan pemerintahan, konsep budaya politik harus dipahami secara struktural. Pemahaman struktural terhadap konsep budaya politik berarti melihat budaya politik sebagai suatu fenomena budaya dan suatu konsep yang dipandang secara fungsional dan instrumental, sehingga menjadi penentu perilaku memilih. Alhasil, hubungan budaya politik dengan perilaku politik memilih terlihat lebih jelas disini (Marijan, 1999).

Almond dan Verba (1984) berpendapat bahwa budaya politik adalah sikap dan orientasi warga negara terhadap sistem politik dan komponen-komponennya, termasuk sikap terhadap peran warga negara di dalamnya. Mereka berpendapat bahwa bentuk orientasi dapat menjadi orientasi kognitif, afektif dan evaluatif. Orientasi kognitif berkaitan dengan pengetahuan dan kepercayaan terhadap sistem politik, orientasi afektif berkaitan dengan perasaan terhadap sistem politik, dan orientasi evaluatif berkaitan dengan keputusan dan pendapat mengenai objek politik (Fadil, 2007). Di sisi lain, Mas'oed & MacAndreas fokus pada sikap masyarakat terhadap pemerintahan. Pemikiran yang serupa dengan pemaknaan budaya politik orientasi individu warga dan pola

perilakunya terhadap politik (Kantaprawira, 1985).

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif-analitis, dan pengumpulan datanya dilakukan melalui studi literatur, seperti pada buku, jurnal ilmiah, dan situs berita daring. Metode penelitian kualitatif deskriptif juga dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik yang bersifat alamiah maupun buatan manusia. Fenomena-fenomena tersebut berupa bentuk, fungsi, ciri-ciri, perubahan, keterkaitan, persamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lain (Sukmadinata, 2006). Fenomena yang penulis kaji adalah budaya politik generasi milenial, apakah bersifat ideologis atau apatis. Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang memecahkan masalah yang diteliti dengan cara mendeskripsikan topik dan objek yang diteliti. Subjek dan objek tersebut dapat berupa lembaga, komunitas, individu, dan lain-lain. Analisis yang dilakukan harus sesuai dengan kenyataan di lapangan dalam arti faktual dan sesuai dengan kenyataan (Nawawi, 1997). Dengan meneliti subjek, yaitu generasi milenial, lalu objeknya, yaitu budaya politik, maka penulis akan mendapatkan analisis tentang budaya politik generasi milenial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mengenal Generasi Milenial

Memahami bagaimana budaya politik Indonesia di era milenial harus dimulai dengan mengenal generasi yang ada di era tersebut, yaitu generasi milenial atau generasi Y dan Z. Sesuai teori generasi, generasi manusia terdiri dari lima generasi jika dilihat dari tahun kelahiran. Generasi baby boomer (1946-1964), generasi X (1965-1980), generasi Y (1981-1994) dan generasi Z (1995-2010) yang bisa disebut sebagai generasi milenial, terakhir generasi alpha (2011-2025). Generasi-generasi ini memiliki perbedaan-perbedaan dalam proses perkembangan masing-masing kepribadiannya (Codrington & Grant-Marshall, 2004).

Pendapat lain dari Stillman, generasi Z adalah generasi kerja terbaru yang lahir tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Mereka disebut juga sebagai generasi internet. Generasi Z ini berbeda dengan generasi Y atau milenial. Salah satu perbedaannya adalah Z lebih paham teknologi, lebih berpikiran terbuka, dan tidak peduli dengan norma atau standar nilai tertentu. Generasi Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet dan haus akan teknologi. Oleh karenanya mereka tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi. Generasi

Z memiliki kemiripan dengan Generasi Y, namun Generasi Z dapat menjalankan semua fungsi secara bersamaan, seperti *nge-tweet* di ponsel, browsing di ponsel, dan mendengarkan musik melalui *headphone*. Apapun yang dilakukan mayoritas berhubungan dengan dunia maya. Generasi Z sudah melek teknologi sejak kecil dan akrab dengan gadget canggih, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi kepribadiannya (Stillman, 2017).

Menurut sensus penduduk tahun 2020, BPS mencatat bahwa Gen Z, yang lahir antara 1997-2012, mendominasi mayoritas penduduk Indonesia dengan proporsi sekitar 27,94% (Tripamungkas, 2023). Kemudian terkait politik, merujuk data Komisi Pemilihan Umum (KPU), Daftar Pemilih Tetap (DPT) Nasional untuk Pemilu 2024 sebesar 204.807.222 jiwa dan kurang lebih 55% hingga 60% diantaranya merupakan pemilih muda atau sekitar 106.358.447 jiwa. Fakta menarik dalam Pemilu kali ini berasal dari data Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia (Lemhannas RI) yang menunjukkan bahwa penentuan masa depan Indonesia bergantung pada pilihan generasi milenial sebagai perolehan suara terbanyak, yakni hingga 33%. Generasi X yang lahir tahun 1965-1980 menempati posisi kedua dengan perolehan 28% suara. Generasi Z yang terhitung lahir 1997-2012 juga akan memegang peranan penting dalam pemilihan karena memiliki 23% suara. Sedangkan, generasi Baby Boomer kelahiran era (1946-1964) berperan sebanyak 14% suara. Generasi Pre-Boomer yang lahir sebelum (1945) menjadi pemilih terkecil hanya 2% (Setiawati, 2023).

Jumlah yang tentunya harus diperhitungkan untuk melakukan analisa terkait apakah mereka ideologis atau apatis, berdasarkan data KPU dan Lemhannas. Tentunya untuk melihat apakah budaya politik di era milenial ini bersifat ideologis atau apatis harus diukur melalui kacamata kelompok masyarakat yang paling berpengaruh di era milenial ini. Generasi Y dan Z yang identik dengan gadget, akrab dengan aplikasi, dan terbuka terhadap isu global, kini memiliki peran penting dalam menentukan arah Indonesia.

Generasi milenial adalah kelompok yang paling didekati saat ini karena memiliki populasi yang besar dan sangat potensial demi kepentingan politik praktis. Sebagai contoh populernya mereka di panggung politik Indonesia, sejak beberapa tahun terakhir, dapat terlihat mulai banyak tokoh-tokoh politik beramai-ramai mengklaim dirinya paling milenial. Tokoh-tokoh tersebut, dari gaya berpakaian, gaya bicara, hingga gaya bermedia sosial pun disesuaikan dengan keinginan generasi milenial. Sekalipun harus diakui bahwa belum semua generasi milenial berminat dengan politik. Ini adalah analisis awal yang akan membantu penulis menentukan apakah generasi milenial memiliki budaya politik ideologis atau apatis.

B. Pancasila sebagai Dasar Budaya Politik

Budaya sebagai basis nilai secara *das sollen* memang harus menjadi landasan bagi kehidupan sosial, politik, maupun ekonomi suatu bangsa. Walaupun, dalam kenyataannya kekuatan yang dominan di bidang ekonomi dan politik justru menekan pada tatanan sosial, hukum, maupun budaya. Hal ini dapat dilihat dari analisis menggunakan teori fungsionalisme struktural Talcott Parsons. Dikutip dari Sadono, asumsi dasar Parsons bahwa masyarakat terintegrasi dalam satu sistem yang bisa dikelompokkan dalam sub-sistem ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Kemudian, dalam sistem sosial bisa disusun secara bertingkat hubungan antara sub-sistem melalui dua cara, yaitu berdasarkan sistem nilai yang membentuk pola, serta berdasarkan motivasi, orientasi, dan komitmen untuk terpenuhinya harapan-harapan masyarakat (Sadono, 2018).

Jika kita baca dari basis nilai yang merupakan sublimasi dari jiwa dan aspirasi suatu masyarakat atau bangsa, maka nilai-nilai budaya dan komitmen sosial seharusnya menjadi arah dan pembentuk warna dalam kehidupan politik maupun ekonomi. Namun, sering terjadi bahwa realitas kekuatan ekonomi maupun kepentingan politik yang dominanlah yang mendikte penataan sosial dan pengarahan budaya, termasuk melalui hukum dan perundang-undangan (Sadono, 2018). Melihat kenyataan ini, kita dapat membuktikan bahwa Pancasila sebagai inti budaya, termasuk budaya politik di Indonesia, belum menjadi ideologi dominan, terutama dalam pembentukan hukum di era milenial ini.

Pentingnya ideologi seperti Pancasila dalam pembentukan hukum dikemukakan oleh Schubert, yang mengatakan bahwa setiap pilihan hukum dipengaruhi oleh pilihan-pilihan politik yang didasari oleh pilihan-pilihan ideologi. Apakah dalam membuat hukum kita cukup hanya mengindahkan kepentingan-kepentingan politik dominan, terutama kepentingan elit politik, ataukah hukum memang dibuat untuk menjamin rasa keadilan dan kemanfaatan bagi rakyat yang akan dilayani oleh hukum tersebut (Schubert, 1975).

Kebutuhan akan pentingnya ideologi yang merupakan sistematasi dari kumpulan idealisme yang hidup dalam suatu bangsa dalam mencapai tujuan bernegara juga disampaikan oleh Rahardjo. Menurutnya, diperlukan komitmen moral yang harus diterjemahkan dalam sistem hukum satu negara. Untuk Indonesia, Pancasila dan UUD 1945 menunjukkan arah moral yang akan dicapai. Sistem hukum yang diciptakan dalam satu negara tidak cukup hanya memenuhi asas keadilan dan kemanfaatan, namun harus membawa ke tujuan akhir suatu bangsa, yaitu mencapai kebahagiaan dalam hidupnya. Menurutnya, hukum yang baik harus membahagiakan (Rahardjo, 2008).

Posisi nilai yang kemudian dirumuskan dalam Pancasila itulah yang oleh Kelsen dikatakan

sebagai norma dasar yang menjadi basis pembuatan hukum dalam suatu negara. Kelsen menyebut norma dasar atau *grundnorm* merupakan rumusan yang disepakati para pendiri negara yang berisi nilai-nilai pokok, yang kemudian diterjemahkan dalam sistem hukum satu negara. Berdasarkan pada norma dasar inilah kemudian disusun konstitusi dan peraturan hukum pelaksanaannya. Norma dasar merupakan postulat yang menjadi tujuan akhir atau rujukan tertinggi dari setiap norma dalam perundang-undangan (Kelsen, 2006).

Menurut Sadono, penerjemahan atau pelaksanaan Pancasila, baik sebelum atau setelah terbitnya UU No. 12 tahun 2011, yang adalah dasar dari pembentukan perundang-undangan apapun, ternyata tidak tegas, tidak seragam, dan tidak ada unsur kepastian. Ada undang-undang yang menyebut penerjemahan atau pelaksanaan Pancasila dalam pertimbangan atau konsideran, namun ada juga yang di dalam pasal, atau bahkan di dalam keduanya. Kemudian, ada undang-undang yang menyebut kata Pancasila, nilai-nilai Pancasila, dan sila Pancasila secara implisit, baik secara lengkap atau beberapa saja. Namun, ada juga undang-undang yang tidak menyebut sama sekali istilah Pancasila, nilai-nilainya, maupun sila-silanya. Kondisi demikian mengundang pendapat, bahwa sebagian masyarakat Indonesia tidak lagi menganggap penting kedudukan Pancasila sebagai dasar negara. Lebih lagi, masyarakat, bahkan pemerintah, tidak sadar bahwa paham individualisme dan liberalisme semakin menggerogoti nilai-nilai Pancasila (Sadono, 2018).

Dalam konteks ini penulis memiliki pendapat yang serupa dengan Sadono, bahwa nilai-nilai Pancasila semakin memudar di masyarakat Indonesia saat ini. Jika demikian, generasi milenial tentu juga termasuk, apalagi mereka adalah generasi yang sangat *well-informed* dan terpengaruh budaya-budaya asing. Nilai-nilai budaya dan komitmen sosial Pancasila yang seharusnya menjiwai partisipasi politik masyarakat kita tergerus oleh minimnya penghormatan kultural yang merembet pada apatisme politik. Realitas kekuatan politik dan ekonomi, termasuk hedonisme, menjadi dasar penentu budaya politik masyarakat, dalam hal ini generasi milenial.

Pancasila bukan ideologi dominan bagi generasi milenial karena eksposur mereka yang tinggi terhadap ideologi-ideologi lain yang terbawa ke sini oleh perkembangan teknologi informasi. Pancasila dianggap tidak mampu lagi menjawab tantangan zaman karena sudah kuno dan tidak lagi “*trending topic*” di sosial media. Munculnya gerakan apatisme politik yang masif di internet, khususnya sosial media, membawa kesimpulan negatif bagi generasi milenial bahwa politik partisipatif bukan menjadi pilihan mereka. Politik hanya sekedar “*gimmick*” yang *berseliweran* dalam linimasa mereka, serta tidak lebih dari permainan elit yang tidak peduli dengan kelompok ekonomi sulit.

Paradigma ini sangat mengkhawatirkan karena membentuk budaya politik *ignorant* terhadap permasalahan bangsa dan negara. Budaya yang lekat dengan individualisme dan jauh dari kebiasaan gotong royong bangsa Indonesia. Padahal, politik digunakan masyarakat untuk mencapai suatu kebaikan bersama yang dianggap memiliki nilai moral yang lebih tinggi, termasuk tujuan moral atau nilai ideal yang bersifat abstrak, seperti keadilan, kebenaran dan kebahagiaan (Efriza & Indrawan, 2019).

Bahkan, filsuf Aristoteles melihat politik sebagai sebuah asosiasi warga negara yang berfungsi membicarakan dan menyelenggarakan hal ihwal yang menyangkut kebaikan bersama seluruh anggota masyarakat. Urusan-urusan yang menyangkut kebaikan bersama memiliki nilai moral yang lebih tinggi daripada urusan-urusan yang menyangkut kepentingan individu (Surbakti, 2010). Penulis berpendapat bahwa mencapai kebahagiaan bersama adalah salah satu esensi Pancasila, sehingga mampu membentuk budaya politik ideologis. Hilangnya ini di kalangan pemuda membuat lahirnya generasi acuh tak acuh pada kehidupan politik bangsa ini.

Ilmu politik juga adalah studi mengenai terbentuknya kebijakan umum. Easton mengatakan bahwa kehidupan politik mencakup bermacam-macam kegiatan yang mempengaruhi kebijakan dari pihak yang berwenang, yang diterima untuk suatu masyarakat, dan yang mempengaruhi cara untuk melaksanakan kebijakan itu. Kita berpartisipasi dalam kehidupan politik jika aktivitas kita ada hubungannya dengan pembuatan dan pelaksanaan kebijakan untuk suatu masyarakat (Easton, 1971).

Pentingnya menjadi ideologis dalam budaya politik seseorang adalah untuk berpartisipasi aktif dilandasi semangat Pancasila untuk berbuat baik dan benar bagi kemaslahatan umat. Kebijakan publik ditujukan kepada masyarakat agar bisa meningkatkan taraf kehidupannya, serta hidup rukun sesama anak bangsa. Jika generasi milenial melihat ideologi Pancasila bukan sebagai landasan budaya politiknya, maka dunia politik nasional dikhawatirkan akan diisi oleh orang-orang yang hanya mengedepankan kepentingannya sendiri, bukan NKRI.

C. Ideologis atau Apatis?

Apakah budaya politik yang ditampilkan oleh generasi milenial terbukti tidak ideologis berdasarkan dari pembahasan pada subbab sebelumnya? Sebenarnya tidak juga. Hal ini tergantung dari sudut pandang mana perspektifnya ditentukan. Penulis menganalisis budaya politik yang ideologis menggunakan unsur-unsur budaya politik dari Rosenbaum, serta tetap menggunakan parameter Pancasila sebagai dasar budaya politik. Rosenbaum merinci tujuh tingkatan dalam

unsur-unsur budaya politik, yaitu *political identification*, *political trust*, *regime orientation*, *rules of law*, *political efficacy*, *political competency*, dan *input-output orientation* (Rosenbaum, 1975).

Proses budaya politik tercipta dari awal hingga *input-output orientation*, dengan demikian proses budaya politik ini tidak hanya melahirkan seorang politisi yang ingin memperoleh jabatan publik, namun juga melahirkan jiwa kenegarawan. Selain itu, budaya politik harus tercermin tidak hanya pada suprastruktur politik, seperti eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Tetapi juga infrastruktur politik, seperti lembaga-lembaga keagamaan, kelompok-kelompok kepentingan, dan juga partai politik. Jika semua lembaga, baik suprastruktur maupun infrastruktur politik, melahirkan budaya politik yang matang, maka akan bisa melahirkan perilaku politik kenegaraan yang matang pula (Rosenbaum, 1975).

Dalam penelitian ini, penulis hanya mencermati empat unsur-unsur budaya politik Rosenbaum untuk mengukur budaya politik yang dapat dikatakan matang. Penulis menganggap budaya politik yang matang adalah apabila di tatanan kehidupan masyarakat terjadi empat unsur, yaitu *political trust*, *political competence*, *rezim orientation*, dan *input-output orientation*. Matang artinya memiliki budaya politik yang ideologis.

Untuk mengetahui budaya politik dapat dilakukan melalui dua cara dan cara ini tergantung dari level mana yang akan diamati, yaitu level individu dan level sistem. Jika yang diamati adalah level sistem, ini berarti budaya politik berhubungan dengan orientasi kolektif masyarakat terhadap elemen-elemen sistem politik. Tulisan ini membahas generasi milenial sehingga yang menjadi fokusnya adalah bukan level sistem, namun level individu. Pada level ini budaya politik didasarkan pada basis psikologis yang bersangkutan, di mana hal itu berkaitan dengan orientasi subjektif seseorang terhadap elemen-elemen sistem politik. Dengan demikian, kata kuncinya adalah pola sikap dan orientasi individu ataupun kelompok terhadap politik (Rosenbaum, 1975: 4).

Seperti yang dijelaskan di awal, generasi milenial identik dengan *pop culture*. Oleh karena itu bisa juga kita katakan bahwa budaya politik milenial yang ideologis bisa dikaitkan dengan istilah *pop culture* ini. Salah satu ciri milenial adalah senang dengan popularitas. Budaya populer adalah ciri budaya yang sangat lekat dengan istilah “panggung”. Sekalipun budaya populer ini sudah muncul dari sekitar tahun 1960-an, namun generasi milenial pasti terkena dampak yang signifikan dari berkembangnya budaya populer ini di dunia.

Namun, sebelumnya kita pahami dulu apa yang disebut budaya populer tersebut. Menurut Subiakto dan Ida, budaya populer adalah seperangkat ide, perspektif, sikap, gambaran, dan fenomena lain, yang menurut konsensus umum berada dalam lingkaran atau arus utama

(mainstream) dari budaya yang ada (*given culture*). Budaya populer mulai dikenal dalam konteks budaya Barat di sekitar pertengahan abad ke-20, dilanjutkan dengan kemunculan budaya mainstream global yang begitu marak pada abad ke-20, hingga abad ke-21 ini. Budaya populer menjadi hadir di mana-mana, dipengaruhi oleh kehadiran media massa. Budaya populer kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dunia (Subiakto & Ida, 2012).

Budaya populer sering dianggap secara umum tidak enak tetapi diterima oleh masyarakat. Terminologi budaya populer sendiri dikembangkan pada abad ke-19 untuk menggambarkan konsep “kebudayaan” atau kekurangan budaya, kelas rendah dan dikaitkan dengan budaya kelas bawah. Kebudayaan populer awalnya berkembang di Eropa dan dianggap sebagai kebudayaan yang diasosiasikan dengan kelas sosial bawah, terpisah dari budaya tinggi kelas elit. Budaya populer sering disebut sebagai “budaya massa”, yang juga merupakan produksi dan konsumsi massal. Dengan kata lain, budaya populer adalah produk budaya buatan yang ada di mana-mana dan tidak memerlukan banyak usaha untuk memperolehnya (Subiakto & Ida, 2012).

Keterlibatan budaya populer dalam dunia politik bukanlah hal baru. Sejak masa kampanye pemilihan Presiden Amerika Serikat (AS) antara John F. Kennedy dan Richard Nixon, televisi sudah mulai melakukan pencitraan terhadap para calon. Media massa, terutama televisi, menjadi salah satu ruang yang berpengaruh penting terhadap popularitas politik kepada masyarakat. Politik yang dianggap sebagai topik berat, menjadi sesuatu yang mudah diketahui melalui cara-cara peliputan yang lucu, seperti komedi politik, drama, dialog (*talk show*), sampai iklan-iklan yang menarik perhatian publik. Topik politik menjadi tidak asing lagi bagi masyarakat karena sudah menjadi bagian sehari-hari dari mereka. Di AS misalnya, acara Late Night Comedy Talk Show dengan pembawa acara David Letterman, menjadi incaran para kandidat politik yang akan maju (running) dalam pemilihan untuk jabatan-jabatan publik (*public office*) untuk melakukan kampanye politiknya. Popularitas acara ini menjadi medium bagi para kandidat untuk mempengaruhi publik bagi tujuan dan kepentingan politik mereka (Kaid & Holtz-Bacha, 2008).

Selanjutnya, lingkungan sosio-kultural yang berkembang saat ini, menurut Painter dan Wardie, tengah berubah ke era media baru. Namun, sayangnya dunia politik, organisasi politik, bahas politik, bahkan asumsi-asumsi utama politik utamanya masih ditempatkan di zaman ketika media massa belum berkembang. Contohnya, kegiatan politik masih terkungkung pada wilayah kolektif, seperti forum legislator, ruang-ruang pertemuan di gedung-gedung birokrasi, dan masih digunakannya sistem *theatrical orator*, yang tidak efektif lagi karena sudah ketinggalan zaman (Painter & Wardie, 2002).

Bahkan, di era siber ini komunikasi politik elit ke rakyat sudah mulai menggunakan medium internet, yang saat ini dikenal dengan istilah media baru atau *new media* (Indrawan, et.al., 2020). Munculnya media baru di era Revolusi Industri 4.0 membuat kajian ilmu politik, khususnya komunikasi politik, semakin berkembang. Kehadirannya menjadikan internet sebagai sarana yang paling tepat digunakan untuk menyebarluaskan pengaruh dan dampak dari media baru tersebut.

Ketika media konvensional tidak selalu membutuhkan internet, media baru (termasuk juga media sosial) sangat bergantung pada layanan internet. Media sosial misalnya, tidak akan ada tanpa kehadiran internet, karena eksistensinya memang membutuhkan kolaborasi yang seimbang antara keduanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media massa dalam konteks diseminasi informasi di dunia sudah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan informasi, sehingga menciptakan iklim komunikasi politik yang berada dalam ranah multimedia (Aji & Indrawan, 2019).

Keberadaan Internet membawa harapan baru bagi kelangsungan demokrasi, khususnya di negara-negara yang dianggap kurang atau tidak bebas. Internet diharapkan mendiseminasikan informasi publik dan politik di banyak negara. Hal ini termasuk memberikan jembatan bagi kelompok oposisi dan minoritas yang terpinggirkan untuk mengekspresikan keinginan dan hak mereka. Terutama pada saat media tradisional sebagian besar dikontrol dan dikendalikan oleh pihak berwenang. Itulah sebabnya internet menjadi alat informasi penting dalam komunikasi politik. Internet digunakan sebagai alat komunikasi politik, misalnya untuk kampanye politik partai dan kandidat politik, informasi Pemilu, dan informasi politik terkini dalam dan luar negeri. Atas dasar itulah, internet merupakan sarana yang paling efektif untuk melakukan kegiatan penyampaian pesan-pesan politik dari atas ke bawah atau sebaliknya (Efriza & Indrawan, 2018).

Itu sebabnya, perkembangan media baru menjadi tantangan utama dunia politik saat ini untuk memformat kembali tatanan bahasanya, sistem simbol yang dipakai, termasuk strategi medianya untuk mengikuti arus industri global yang maju pesat. Dengan kata lain, politik membutuhkan sebuah rumah, artinya politik harus mampu melakukan adaptasi di tengah perubahan sistem budaya masyarakat dan sistem media baru yang tengah berkembang dalam lingkungannya. Jika penggunaan wilayah kolektif dahulu hanya terjadi pada forum-forum birokrasi formal yang terbatas aksesnya, wilayah itu kini diperluas ke arah yang lebih informal dan populer, seperti di masyarakat luas. Media-media baru adalah sebuah wilayah kolektif baru yang digunakan untuk kepentingan pembentukan brand image politik itu sendiri (Painter & Wardie, 2002).

Selanjutnya, keakraban dengan teknologi dan informasi ini sangat mempengaruhi kepribadian generasi milenial. Tingkat eksposur yang tinggi terhadapnya pun membentuk sikap dan perilaku generasi milenial ini. Tindakan yang ditampilkan oleh generasi milenial dalam eksposur terhadap teknologi informasi bisa dibagi ke dalam tiga kategori berdasarkan teori Almond dan Verba. Kategori pertama adalah parokial, artinya mereka yang apatis atau sama sekali tidak peduli dengan bentuk konten-konten politik apa pun. Kategori kedua adalah subjek, mereka yang membaca konten-konten politik akan tetapi tidak ada keinginan untuk membagi apalagi membuat atau memodifikasi konten-konten politik yang mereka sudah baca tersebut. Kategori ketiga adalah partisipan, yaitu mereka bukan hanya membaca dan memahami konten-konten politik, tetapi juga membuat, memodifikasi dan menyebarkan konten tersebut. Artinya budaya politik mereka bersifat parsipatoris karena melek politik dan memiliki keinginan untuk *engage* di dalamnya.

Kedekatan dengan teknologi informasi ini seharusnya membuat generasi milenial memiliki budaya politik partisipan karena mereka memiliki akses tak terbatas terbatas informasi. Akses informasi tersebut dapat membangun *political trust*, *political competency*, *rezim orientation*, dan *input-output orientation*, seperti pendapat Rosenbaum di atas. Kepercayaan dan kompetensi politik terbangun, perpektif terhadap rezim muncul, dan mekanisme input-output dalam sistem politik berjalan jika generasi milenial mendapatkan akses informasi berlimpah tadi. Tidak salah dengan demikian, apabila generasi milenial dapat masuk kategori ideologis, sekalipun memang bukan karena Pancasila sebagai dasar budaya politik bangsa.

Namun demikian, bagi buah simalakama, keterbukaan terhadap informasi juga bisa membuat generasi milenial apatis. Terdapat tiga tingkatan orientasi seseorang dalam budaya dan perilaku politik menurut Almond dan Verba (1984), yaitu pada aspek kognitif, afektif dan evaluatif. Dikaitkan dengan konteks apatis tadi, tingkatan orientasi budaya dan perilaku politik Almond dan Verba pada level kognitif generasi milenial, mereka melihat bahwa konten-konten politik yang ditampilkan di internet memiliki makna negatif. Contohnya, seperti hanya sekadar pencitraan, melebih-lebihkan calon atau partai tertentu atau untuk membuka kekurangan, keburukan, dan kelemahan lawan-lawan politiknya. Atas dasar itulah, generasi milenial melihat partisipasi politik hanya sekedar pertarungan wacana yang datar, yang mengesampingkan kedalaman narasi substantif.

Generasi milenial dengan partisipasi politik paling rendah tidak terlalu peduli dengan konten dan tren politik yang sedang berkembang. Mereka menganggap ada hal yang jauh lebih penting

untuk dilakukan atau didiskusikan selain persoalan politik. Ada banyak pakar politik yang lebih paham sehingga generasi muda bisa lebih fokus pada apa yang mereka lakukan saat ini, seperti belajar atau bekerja. Menurut mereka, persoalan politik tidak terlalu meresahkan masyarakat, karena bagi mereka persoalan ekonomi, khususnya rezeki keluarga, jauh lebih penting dibandingkan persoalan politik. Dampaknya adalah, generasi milenial jenis ini tidak melakukan apa-apa sehubungan dengan konten politik yang mereka dapatkan sehingga mereka menjadi apatis.

Salah satu alasan mengapa generasi milenial cenderung apatis adalah pengalaman negatif mereka dalam setiap kontestasi-kontestasi politik sebelumnya, seperti Pemilu atau Pilkada. Fakta ini sesuai dengan pandangan Rosenbaum bahwa budaya politik merupakan faktor psikologis, dalam hal ini mental generasi milenial yang melihat politik sebagai aspek non-esensial dalam kehidupan mereka, bahkan tidak perlu menjadi perhatian generasi muda dan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Namun, ditengah pandangan bahwa generasi milenial adalah generasi yang apatis terhadap politik, dunia justru sedang mengalami naik daunnya politik milenial terlepas dari apapun pandangan politik yang mereka yakini. Di Perancis ada Emmanuel Macron (39 tahun) yang menjadi Presiden termuda Prancis dalam sejarah. Lalu, Perdana Menteri (PM) Austria Sebastian Kurz (31) yang disebut sebagai salah satu pemimpin dunia termuda, sama dengan Irakli Garibashvili (31) sebagai PM Georgia. Di Asia ada Nathan Law (23 tahun) dan Joshua Wong (20 tahun) yang pada usia begitu muda sudah mampu mengoordinasikan ribuan orang untuk berdemonstrasi di Hong Kong. Law bahkan sudah menjadi anggota dewan.

Di Indonesia, munculnya aktivis-aktivis politik dari generasi milenial, seperti Tsamara Amani, Sherly Annavita, Gamal Albinsaid, Rian Ernest, Kaesang Pangarep sampai yang sudah menduduki jabatan publik, misalnya Emil Dardak, Dito Ariotedjo, Bobby Nasution, dan tentunya Gibran Rakabuming Raka adalah bukti bahwa generasi milenial sebenarnya bukanlah generasi yang apatis terhadap politik.

Kondisi demikian sebetulnya menunjukkan bahwa jika diberi kesempatan, sebetulnya generasi ini memiliki keinginan yang tinggi untuk terlibat dalam dunia politik. Hanya saja pendekatan yang dilakukan untuk mengajak mereka berpartisipasi secara aktif dalam politik kurang tepat. Tidak hanya negara, politisi juga memiliki kewajiban untuk memberikan pendidikan dan pencerdasan politik kepada mereka melalui cara-cara milenial juga. Harus ada konten-konten positif tentang politik yang disampaikan melalui media-media sosial untuk membangun kesadaran politik milenial. Mereka juga harus memanfaatkan peran serta milenial dalam membangun kerja-

kerja politiknya, jangan hanya ketika mau Pemilu saja (Amani, 2017).

Aksara Research and Consulting mengumumkan hasil penelitian yang menunjukkan besarnya antusiasme pemilih yang tergabung dalam kelompok pemuda yakni. Berusia 17-39 tahun, untuk mengikuti Pemilu 2024. Kelompok usia ini terbagi menjadi dua generasi, yakni generasi milenial dan generasi Z. Hasilnya, sebanyak 70,7% responden menyatakan akan menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2024. pada saat yang sama, hanya 5,1% responden yang disurvei mengatakan mereka belum menggunakan hak pilihnya. Para pemuda yang dinilai apatis terhadap politik terbukti memiliki antusiasme lumayan untuk mengikuti Pemilu 2024. Namun, jumlah anak muda yang belum memutuskan sikap politiknya mau ke mana juga cukup besar, yaitu 24,2%. Artinya, hampir sepertiga generasi muda Indonesia masih merupakan masyarakat mengambang. Selain itu, tingginya partisipasi generasi muda pada Pemilu 2024 berbanding terbalik dengan keinginan mereka untuk bergabung ke partai politik, karena hanya 13,6% generasi muda yang menyatakan minatnya untuk bergabung dengan partai politik (Wisesa, 2022).

Pada tahun 2013, Daniel Wittenberg menulis artikel tentang pemuda dan politik di surat kabar The Guardian. Wittenberg berbicara tentang bagaimana dia dan generasi muda lainnya prihatin terhadap isu-isu yang berkaitan dengan masa depan mereka, seperti akses terhadap pendidikan, layanan kesehatan, pekerjaan dan perumahan yang terjangkau. Bahkan Wittenberg dengan tegas menyatakan bahwa anak muda memang tertarik dengan politik, namun mereka tidak pernah mendapat kesempatan untuk terjun ke dunia politik. Kesadaran politik generasi milenial harus ditingkatkan dengan memberikan mereka platform dalam politik Indonesia. Sudah saatnya para elit politik memberikan tempat kepada generasi milenial di kancah politik Indonesia. Jangan sampai apa yang disampaikan Daniel Wittenberg pada tahun 2013 lalu menjadi kenyataan di Indonesia. Apalagi generasi milenial sudah mulai peduli dengan isu politik, hanya mereka terpinggirkan saja karena tidak diberi tempat (Amani, 2017).

Kemudian, yang menjadi masalah apakah generasi milenial ini memiliki budaya politik yang ideologis ataukah apatis? Menurut penulis generasi milenial sebenarnya adalah kalangan yang ideologis, alias memiliki kepedulian terhadap kondisi politik di negeri ini. Mereka terkesan apatis karena metode pendekatan yang dilakukan oleh para elit tidak sesuai dengan cara-cara milenial. Metode-metode pendekatan yang konvensional melalui media massa, seperti televisi, surat kabar, atau bahkan rapat-rapat akbar, yang kesemuanya dilakukan secara luring, tidak menarik bagi generasi milenial. Pendekatan politik harus digunakan secara daring jika ingin menyasar generasi milenial. *Platform-platform* media sosial dan juga penggunaan aplikasi-aplikasi yang berhubungan

dengan konten-konten politik, sangat tepat digunakan agar memikat hati generasi milenial. Mereka lebih terekspos terhadap *platform* daring daripada luring karena dianggap informasi yang tersajikan di sana lebih cepat (instans). Kontennya pun lebih variatif, tidak kaku seperti materi yang biasa ditampilkan secara luring.

Selain itu, medium daring (siber) juga hemat biaya sehingga sangat efektif untuk menjangkau khalayak luas. Media-media baru, khususnya media sosial, dengan demikian menjadi ranah dalam berinteraksi politik di masa depan. Semua *stakeholder* bidang politik akan menggunakan medium daring untuk mengejar kepentingannya masing-masing, baik untuk memilih maupun dipilih. Medium siber akan menjadi jembatan antara dunia nyata dengan *constructive reality*, di mana politik akan menjadi pihak yang mengambil banyak keuntungan darinya. Realita ini membuat cakupan dari ilmu politik menjadi sangat luas sehingga menawarkan perspektif baru dalam memahaminya (Indrawan, et.al., 2023). Perspektif yang menurut penulis sangat sesuai dengan generasi milenial karena menggunakan medium yang mereka mengerti dan terbiasa berinteraksi sehari-hari.

Itu sebabnya generasi milenial bisa juga dikategorikan memiliki budaya politik ideologis karena secara substantif memiliki kedulian terhadap politik, namun teknisnya tidak. Kelemahan negara dalam mengedukasi masyarakatnya mengenai isu-isu politik membuat generasi milenial apatis. Kaku dan kurangnya variasi sosialisasi politik oleh negara, termasuk semua *stakeholder* politik di negeri ini, tidak mengarahkan hati para generasi milenial untuk memiliki budaya politik ideologis. Kekecewaan mereka membuat mereka apatis karena komunikasi politik yang dilakukan tidak menggunakan “saluran” yang mereka mengerti.

Jadi, terbukti bahwa sebenarnya generasi milenial adalah generasi yang tidak apatis terhadap politik, dengan catatan pendekatan terhadap mereka sesuai. Oleh karena itu, generasi milenial dan pemilih pemula diharapkan memegang teguh nilai etika dengan berperan aktif dan tidak memutuskan untuk golput. Hal ini karena mereka merupakan segmen yang sangat strategis untuk ikut mempromosikan dan memberikan kontribusi bagi Indonesia.

Untuk itu, sangat pentingnya untuk segera membentuk pemahaman bahwa politik yang baik dan sehat itu penting. Jangan sampai para pemilih pemula ini terjerumus dalam perangkap sikap apatis politik yang membuat mereka memilih non-partisan dan kehilangan keinginan untuk berpartisipasi dalam politik pada umumnya dan Pemilu pada khususnya. Generasi milenial sangat diperhitungkan keikutsertaannya pada Pemilu-Pemilu di masa depan karena mereka akan menjadi salah satu faktor penentu berhasil tidaknya jalannya kontestasi politik terbesar itu. Milenial

mencakup 40%-50% pemilih sehingga mereka memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan para pemimpin masa depan (Juditha & Darmawan, 2018). Makanya, dalam konteks ini penulis berpendapat bahwa budaya politik generasi milenial bersifat ideologis karena partisipasi politiknya pun cukup tinggi, serta memiliki nilai elektoral signifikan. Fakta ini ditambah mereka dapat menyumbangkan suara yang besar pada Pemilu-Pemilu bangsa ini kedepannya.

KESIMPULAN

Generasi milenial memegang peran kunci dalam perhelatan Pemilu 2024. Hal itu didasari oleh besarnya populasi pemilih yang masuk dalam kelompok milenial. Anggapan mengenai generasi milenial terhadap politik, dapat dibedakan sebagai kelompok yang ideologis dan apatis. Namun ada kecenderungan saat ini bahwa budaya politik milenial mulai menuju ideologis, sekalipun memang tidak selalu dipengaruhi oleh Pancasila sebagai budaya politik dasar bangsa ini. Hal itu dapat dilihat dari mulai meningkatnya partisipasi generasi milenial dalam Pemilu. Diantara generasi milenial, masih ada pula yang belum memutuskan sikap politik.

Keterlibatan generasi milenial dalam politik terbagi menjadi tiga kategori: partisipan, subjek, dan parokial. Budaya politik partisipan melibatkan proses aktif dalam kegiatan politik. Sementara budaya politik subjek, bercirikan masyarakat yang patuh, namun pasif kepada pemerintah dan aturan. Sedangan budaya politik parokial, bercirikan masyarakat yang sama sekali tidak sadar dari adanya sistem politik. Hal ini turut nampak pada generasi milenial yang ada di Indonesia.

Penguatan kesadaran ideologis generasi milenial terhadap politik, turut disumbang oleh peran media baru. Lahirnya media baru membuat popularitas politik semakin berkembang pesat karena mudah diakses. Khususnya bagi generasi milenial. Didorong oleh perkembangan internet dan media sosial membuat generasi milenial makin *well-informed* terkait dengan aktivitas dan kegiatan politik. Kesadaran politik dari generasi milenial menunjukkan bahwa sebenarnya generasi itu tidak memiliki budaya politik apatis, bahkan cenderung ideologis.

Namun, budaya politik mereka sangat bergantung pada eksposur terhadap perkembangan teknologi informasi yang dapat mengubah kepribadian mereka. Oleh karenanya, kebutuhan pendidikan dan literasi politik diperlukan untuk meningkatkan kesadaran politik lewat ranah siber. Lebih dari itu, generasi milenial diharapkan makin terlibat dalam partisipasi politik, utamanya pada *engagement* mereka melalui medium daring.

Berdasarkan analisis di atas, penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya politik generasi milenial bersifat ideologis terselubung (*latent ideological*)—bukan apatis. Generasi ini memiliki

kepedulian substansial terhadap isu politik, sebagaimana terbukti dari tingkat partisipasi pemilu yang mencapai 70,7% (Wisesa, 2022) dan keterlibatan aktif dalam ruang politik digital. Namun, ekspresi ideologis mereka tidak mengikuti pola konvensional yang berbasis Pancasila sebagaimana generasi sebelumnya, melainkan termediasi oleh platform digital dan dipengaruhi oleh nilai-nilai global seperti sustainabilitas, keadilan sosial, dan anti-korupsi. Kesan apatis muncul bukan karena ketiadaan kesadaran politik, tetapi karena ketidaksesuaian metode sosialisasi politik konvensional dengan cara komunikasi generasi digital. Oleh karena itu, transformasi pendekatan politik dari luring ke daring bukan sekadar strategi teknis, melainkan kebutuhan substantif untuk mengaktifkan potensi ideologis generasi milenial dalam kerangka demokrasi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. A., & Indrawan, J. (2019). Cyberpolitics: Perspektif Baru Memahami Politik Era Siber. Depok: Rajawali Pers.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1984). Budaya Politik: Tingkah Laku Politik dan Demokrasi di Lima Negara (terjemahan). Jakarta: Bina Aksara.
- Amani, T. (2017, Desember 5). Milenial, Politik, dan Media Sosial. Detik
<https://news.detik.com/kolom/d-3755077/milenial-politik-dan-media-sosial>
- Codrington, G. & Grant-Marshall, S. (2004). Mind the Gap. United Kingdom: Penguin Books.
- Easton, D. (1971). The Political System. New York: Albert Knopf Inc.
- Efriza & Indrawan, J. (2018). Komunikasi Politik: Pemahaman Secara Teoritis dan Empiris. Malang: Intrans Publishing.
- Efriza., & Indrawan, J. (2019). Pengantar Politik: Sebuah Telaah Empirik dan Ilmiah. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fadil, M. (2007). Konflik Daerah sebagai Budaya Politik Masyarakat. *Jurnal Madani*, 2(1), 21-27.
- Gatara, S. A. A., & Said, M. D. (2007). Sosiologi Politik: Konsep dan Dinamika Perkembangan Kajian. Bandung: Pustaka Setia.
- Indrawan, J., Efriza., Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1-17.

- [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Indrawan, J., Suprayitno, D., Ghiffary, M. K., Yuliandri, P., Lintangdesi, A. (2023). Demokrasi Lokal di Era Kenormalan Baru: Peran Media Baru dalam Pilkada Serentak 2020. *Jurnal Kajian Media*, 7(1), 13-26. <https://doi.org/10.25139/jkm.v7i1.4950>
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (2008). *Encyclopedia of Political Communication*. New York: Sage Publication.
- Kantaprawira, R. (1985). *Sistem Politik Indonesia: Suatu Model Pengantar*. Bandung: Sinar Baru.
- Kelsen, H. (2006). *Teori Umum tentang Hukum dan Negara*. Bandung: Nusa Media & Nuansa.
- Juditha, C., & Darmawan, 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>
- Lukas, H. (2002). “The Perception of Indonesia’s History and Culture by Western Historian and Social Scientists”. Paper presented at the Indonesia’s Cultural Diversity in Times of Global Change. Brussel, Belgium. P 1-10.
- Marijan, K. (1999). The Study of Political Culture in Indonesia. *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, 12(2), 57-66.
- Mas’oed, M. & MacAndreas, C. (2000). *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Naisbitt, J. (2002). *High Tech, High Touch : Pencarian Makna di Tengah Perkembangan Pesat Teknologi*. Jakarta: Pustaka Mizan.
- Nawawi, H. (1997). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Painter, A., & Wardie, B. (2002). *Viral Politics: Communicating in the New Media Era*. London: Politico’s Publishing.
- Rahardjo, S. (2008). *Negara Hukum yang Membahagiakan Rakyatnya*. Yogyakarta: Gentapress.
- Rosenbaum., W. A. (1975). *Political Culture*. New York: Praeger Publisher.
- Sadono, B. (2018). Pragmatisme sebagai Budaya Politik Zaman “Now”. *Jurnal Ketatanegaraan*, 8, 29-36.
- Schubert, G. (1975). *Human Jurisprudence: Public Law as Political Science*. Honolulu:

University Press of Hawaii.

- Setiawati, S. (2023, Desember 5). Gen Z-Milenial Wajib Bangga! Anda Jadi Penentu Next Presiden. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20231204154618-128-494398/gen-z-milenial-wajib-bangga-anda-jadi-penentu-next-presiden>
- Severin, W. J., Tankard, J.W., & Hariyanto, S. (2009). Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa (terjemahan). Jakarta: Kencana.
- Stillman, D. (2017). Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace. New York: Harper Collins Publishers.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2012). Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi. Jakarta: Kencana.
- Sukmadinata. (2006). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Surbakti, R. (2010). Memahami Ilmu Politik. Jakarta: PT Grasindo.
- Tripamungkas, C. Y. (2023, November 24). Pentingnya Partisipasi Generasi Milenial dan Gen Z dalam Pemilu 2024, Suara Muda Masa Depan Indonesia. Jawa Pos.
<https://www.jawapos.com/politik/013321901/pentingnya-partisipasi-generasi-milenial-dan-gen-z-dalam-Pemilu-2024-suara-muda-masa-depan-indonesia>
- Wempie, M. A. R., & Akmaluddin, A. (2022). Budaya Politik Pemilih Milenial Dalam Pemilu tahun 2024 di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Jurnal Ilmu Pemerintahan, 1(1), 49-57.
- Wisesa, Y. (2022, Desember 21). Survei: Partisipasi Politik Millennial dan Gen Z di Pemilu 2024 Tinggi. IDN Times. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/yosafat-diva-bagus/survei-partisipasi-politik-millennial-dan-gen-z-di-Pemilu-2024-tinggi?page=all>